

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

Leonardo Gustavo Schneider

**AS TRANSFORMAÇÕES DO CAMPO CINEMATOGRAFICO NO
BRASIL E SUAS IMPLICAÇÕES SOBRE A ENTRADA DO FILME
NACIONAL NO MERCADO EUROPEU**

Porto Alegre

2013

Leonardo Gustavo Schneider

**AS TRANSFORMAÇÕES DO CAMPO CINEMATOGRAFICO NO
BRASIL E SUAS IMPLICAÇÕES SOBRE A ENTRADA DO FILME
NACIONAL NO MERCADO EUROPEU**

**Dissertação de Mestrado apresentada ao
Programa de Pós-Graduação em Administração
da Universidade Federal do Rio Grande do Sul,
como requisito parcial para a obtenção do título
de Mestre em Administração.**

Orientador: Prof. Dr. Fernando Dias Lopes

Porto Alegre

2013

Leonardo Gustavo Schneider

**AS TRANSFORMAÇÕES DO CAMPO CINEMATOGRAFICO NO
BRASIL E SUAS IMPLICAÇÕES SOBRE A ENTRADA DO FILME
NACIONAL NO MERCADO EUROPEU**

**Dissertação de Mestrado apresentada ao
Programa de Pós-Graduação em Administração
da Universidade Federal do Rio Grande do Sul,
como requisito parcial para a obtenção do título
de Mestre em Administração.**

Orientador: Prof. Dr. Fernando Dias Lopes

Conceito final:

Aprovado em de de

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Dra. Aurora Carneiro Zen – UFRGS

Prof.^a Dra. Denise Del Prá Machado – FURB

Prof.^a Dra. Mariana Baldi – UFRGS

Orientador – Prof.^o Dr. Fernando Dias Lopes – UFRGS

CIP - Catalogação na Publicação

Schneider, Leonardo Gustavo
AS TRANSFORMAÇÕES DO CAMPO CINEMATOGRAFICO NO
BRASIL E SUAS IMPLICAÇÕES SOBRE A ENTRADA DO FILME
NACIONAL NO MERCADO EUROPEU / Leonardo Gustavo
Schneider. -- 2013.
164 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,
2013.

1. Cinema. 2. Internacionalização. 3. Campo
Cinematográfico. 4. Coprodução. 5. Teoria de Campo.
I. Lopes, Fernando Dias, orient. II. Título.

RESUMO

Em 1895 ocorreu a primeira exibição cinematográfica, fruto do invento de Louis e Auguste Lumière denominado de cinematógrafo. Esse aparelho permitia a projeção de cenas para várias pessoas ao mesmo tempo, surgindo, dessa forma, o cinema. Principalmente a partir do século XXI a indústria cinematográfica brasileira encontra-se em um momento de expansão, com aumento de público e renda. Apesar do desempenho interno favorável do Brasil, o setor carece de informações no que se refere a saída de obras brasileiras para o exterior. Neste contexto, o objetivo do presente estudo foi identificar como as transformações do campo do cinema no Brasil condicionaram ou oportunizaram a entrada de filmes brasileiros no mercado internacional a partir da década de 1990. O conceito de campo utilizado neste trabalho segue a perspectiva de Fligstein, onde um dado mercado é entendido como campo, tornando necessário a especificação do mercado, identificação dos jogadores e a compreensão de como o relacionamento social e o entendimento cultural criam campos estáveis como forma de resolver os problemas de competição e incerteza. Para analisar o movimento de saída de obras nacionais foi empregado a Teoria de Internacionalização da Escola de Uppsala. Neste estudo foram utilizados dados secundários, provenientes dos organismos ligados ao cinema e fontes especializadas. Além da pesquisa documental, foram aplicados questionários e foi realizada uma entrevista com os agentes presentes no campo de forma a confrontar com os dados secundários. Por meio deste trabalho, foi evidenciado a relação entre as mudanças do campo cinematográfico e a saída de obras brasileiras ao exterior. As principais mudanças do campo cinematográfico a partir da década de 1990 foram a aprovação da Lei Rouanet e as demais políticas de financiamento, o reconhecimento através das indicações das obras brasileiras nos festivais e premiações internacionais, os acordos internacionais e os programas de fomento do cinema nacional. Através destas mudanças, o Estado exerceu o papel fundamental na retomada do cinema brasileiro por meio de mecanismos de captação de recursos e no aprimoramento da legislação reguladora do cinema. No que concerne aos aspectos da Teoria de Internacionalização da Escola de Uppsala, características como a escolha dos mercados e como ocorreu a inserção no mercado global foram congruentes com a saída de obras brasileiras no mercado internacional.

PALAVRAS-CHAVES: Cinema; Internacionalização; Campo Cinematográfico; Coprodução.

ABSTRACT

In 1895, the first cinema exhibition occurred, it was the result of the invention of Auguste and Louis Lumière who were defined as cinematographers. This device allowed the projection of scenes to several persons at the same time, thus, emerging the film. Mainly from the twenty-first century the Brazilian film industry is in a boom, with a great number of new customers and better revenues every year. Despite the favorable internal performance of Brazil, the sector lacks of information related to Brazilian works presented abroad. In this context, the aim of this study is to identify how changes in the field of cinema in Brazil gave support or foster the internationalization process of the Brazilian films in the foreign market since 1990. The concept of field used in this work follows the Fligstein perspective, where a given market is understood as a field, requiring the specification of the market, player identification and understanding of how social relationships and cultural understanding create stable fields as a way to solve the problems of competition and uncertainty. To analyze the movement of the entry of national works the author employed the Theory of Internationalization of Uppsala School. This study used secondary data from agencies in the film industry and from key players. Besides the documentary research, in depth interviews were conducted with experienced agents, contrasting their point of view with the secondary data. First, this work evidenced the relationship between changes in the cinematographic field and the flow of Brazilian works abroad. The main changes in cinematographic field since 1990s were the approval of the Rouanet and other funding policies, recognition of the Brazilian's work in international festivals and prizes awarded international agreements and promoting national cinema agenda. Through these changes, it is clear the key role of the Government to the resumption of Brazilian cinema, results achieved through mechanisms of funding and improvements in cinema legislation. Regarding aspects of Internationalization Theory of Uppsala School, features like the choice of markets and how to place the insertion in the global market were congruent with the departure of Brazilian films in the international market.

KEYWORDS: Cinema; Internationalization; Cinematographic Field; Co-Productions.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Mecanismo Básico de Internacionalização - Aspecto de Estado e Aspectos de Mudança.	37
Figura 2 - Os ramos da Indústria Cinematográfica	54
Figura 3 - Constructo da Pesquisa	58
Figura 4 - Configuração do Campo Cinematográfico Brasileiro	90
Figura 5 - O campo cinematográfico nacional no contexto internacional.....	138

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Comparação dos impedimentos econômicos e institucionais para a eficiência de mercado.	29
Quadro 2 - As principais teorias de internacionalização por critérios econômicos.....	33
Quadro 3 - As principais teorias de internacionalização comportamentais.....	34
Quadro 4 - Síntese da análise da Escola de Uppsala	38
Quadro 5 - As categorias analisadas para a confecção dos questionários	59
Quadro 6 - Resumo dos principais acontecimentos no campo cinematográfico nacional (1900-1980)	74
Quadro 7 - Dispositivos legais para captação de recurso da Lei do Audiovisual	95
Quadro 8 - Categorias do Júri Internacional do Festival de Berlim	99
Quadro 9 - Distinções do cinema brasileiro no Festival Internacional de Cinema de Berlin	100
Quadro 10 - Competição Oficial de Longa Metragem no Festival de Cannes.....	101
Quadro 11 - Distinções do cinema brasileiro no Festival Internacional de Cannes	101
Quadro 12 - Competição Principal de Longa Metragem no Festival de Veneza	102
Quadro 13 - Distinções do cinema brasileiro no Festival de Veneza.....	102
Quadro 14 - Nomeações do cinema brasileiro na Premiação do Oscar.....	103
Quadro 15 - Acordos brasileiros de coprodução internacional	104
Quadro 16 - Variáveis analisadas por seção.....	111
Quadro 17 - Filmes brasileiros exibidos na Europa para público maior de 10 mil pessoas desde 1996 com distribuidora.....	112
Quadro 18 - Filmes brasileiros exibidos na Europa para público maior de 10 mil pessoas desde 1996 com produtora.....	115

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Ranking das principais produtoras captadoras de recurso entre 1995 e 2012...	81
Tabela 2 - Ranking das Empresas Exibidoras em 2011	82
Tabela 3 - Ranking das Empresas Distribuidoras.....	87
Tabela 4 - Os 20 países com maior público no Cinema em 2007 (em milhões de expectadores).....	91
Tabela 5 - Dados sobre os Expectadores do MERCOSUL	92
Tabela 6 - Dados do cinema nacional entre 2008 e 2011	93
Tabela 7 - Valores Captados por Mecanismo de Incentivo - R\$ Mil - 2008/2012	97
Tabela 8 - Os principais destinos das obras nacionais na Europa para filmes com público superior a	110
Tabela 9 - Principais diretores brasileiros dos filmes nacionais analisados.....	117
Tabela 10 - Categorias dos diferentes tamanhos de produção dos filmes nacionais segundo seu orçamento	119
Tabela 11 - Orçamento dos filmes analisados.....	120
Tabela 12 - Categorização por tipo de Orçamento dos filmes em análise	121
Tabela 13 - Coproduções Internacionais por Ano e Países Coprodutores - 2005 a 2012.	126
Tabela 14 - Países produtores dos filmes analisados.....	127
Tabela 15 - Valores captados via mecanismos públicos dos filmes analisados	130
Tabela 16 - Filmes analisados indicados ou premiados em festivais e premiações e o seu público expectador.....	131

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	12
2. OBJETIVOS E JUSTIFICATIVA	16
3. REFERENCIAL TEÓRICO	17
3.1 A NOÇÃO DE CAMPO	17
3.1.1 O conceito de campo em Bourdieu.....	18
3.1.2 Teoria Institucional e o conceito de campo organizacional	20
3.1.3 O conceito de campo em Fligstein	21
3.2 O PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO E OS DIFERENTES MODOS DE ENTRADA NOS MERCADOS INTERNACIONAIS	31
3.2.1 Teorias de Internacionalização	31
3.2.1.1 Teoria de Internacionalização de Uppsala.....	35
3.2.2 Modos de entrada no comércio internacional.....	38
3.2.2.1 Modos de entrada de exportação	40
3.2.2.2 Modos de entrada contratual	41
3.2.2.3 Modos de entrada por investimento	44
3.3 CINEMA	46
3.3.1 O cinema no Brasil	47
3.3.2 A descoberta do cinema.....	48
3.3.3 Cinema nacional	52
3.3.4 A divisão da indústria cinematográfica	54
4. METODOLOGIA.....	57
5. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS	61
5.1 EVOLUÇÃO DO CINEMA BRASILEIRO	61
5.1.1 O Cinema Brasileiro a partir da década de 1990.....	75

5.1.2 Configuração do campo cinematográfico brasileiro.....	80
5.1.3 A economia do cinema	91
5.2 AS PRINCIPAIS TRANSFORMAÇÕES DO CAMPO CINEMATOGRAFICO BRASILEIRO A PARTIR DA DÉCADA DE 1990.....	93
5.2.1 Aprovação da Lei Rouanet e as demais políticas de financiamento.....	94
5.2.2 Reconhecimento através das indicações das obras brasileiras nos festivais e premiações internacionais.....	98
5.4.3 Acordos internacionais assinados pelo Brasil no setor cinematográfico.....	103
5.2.4 Programas de fomento do cinema nacional no exterior	104
5.3 EXIBIÇÃO DAS OBRAS CINEMATOGRAFICAS BRASILEIRAS NO EXTERIOR	108
5.3.1 Os ramos da Indústria Cinematográfica	112
5.3.2 Investimento nas produções	118
5.3.3 Coproduções e parceiros bilaterais	121
5.3.4 Participação em festivais e premiações	131
5.3.5 Dinâmica do campo cinematográfico brasileiro e o mercado internacional	132
5.4 A SAÍDA DE OBRAS BRASILEIRAS NO EXTERIOR À LUZ DA TEORIA DE INTERNACIONALIZAÇÃO DE UPPSALA.	139
6 CONCLUSÃO.....	142
REFERÊNCIAS	146
ANEXO A – FILMES BRASILEIROS EXIBIDOS NA EUROPA PARA PÚBLICO MAIOR DE 10 MIL PESSOAS DESDE 1996.	152
ANEXO B – EXIBIÇÃO POR PAÍS DOS FILMES ANALISADOS.	154
ANEXO C – CINEMA BRASILEIRO E SEUS DIÁLOGOS INTERNACIONAIS	158
APENDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA PARA OS COMPONENTES DA CADEIA DO CINEMA.....	164
APENDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA PARA AS UNIDADES DE GOVERNO	165

1. INTRODUÇÃO

Segundo Araújo (1995), a primeira exibição cinematográfica ocorreu em território francês em 1895, fruto do invento de Louis e Auguste Lumière denominado de cinematógrafo. Esse aparelho permitia a projeção de cenas para várias pessoas ao mesmo tempo, surgindo, dessa forma, o cinema. Segundo Rodrigues (2007, p. 13), cinema é definido como:

[...] imagens fotográficas em movimento, projetadas em uma tela a uma determinada velocidade, criando a impressão de movimento. Por se tratar de uma arte baseada em imagens, as imagens por si só podem não ser suficientes para contar-nos uma história em termos dramáticos, apoia-se tecnicamente em outros elementos, principalmente no som para atingir sua principal característica, que é a necessidade de mostrar visualmente todo o contexto dramático da história para o espectador.

O Brasil não ficou muito atrás. Sua primeira exibição foi realizada no ano seguinte em 1896. Em uma sala alugada do Jornal do Comércio, região central do Rio de Janeiro, ocorreu à primeira exibição em solo brasileiro. Por iniciativa do belga Henri Paillie, um exibidor itinerante, foi apresentado ao público carioca oito “filmetes” com duração de cerca de um minuto, com um intervalo entre eles, provavelmente vindos da França. Na época, as exibições duravam em torno de duas semanas e ficavam restritas aos mais abastados. Entretanto, na sua primeira década, o cinema teve pouca significância como atividade comercial de exibição de fitas importada de produção cinematográfica artesanal (REVISTA ISTO É, 2011)¹.

Atualmente o cinema é uma atividade com participação significativa na economia de diversos países, formado por uma ampla rede de organizações (produtores, distribuidores, exibidores) envolvidos na produção e distribuição de filmes, estando intimamente relacionada com a indústria do entretenimento. No ano de 2007, a indústria internacional do cinema arrecadou o montante de 26,72 bilhões de dólares (WORDWIDE BOX OFFICE, 2007). Segundo a Agência Nacional do Cinema - ANCINE (2012), em 2007 a arrecadação do cinema no Brasil foi de 702,06 milhões de reais ou 396,36 milhões

¹ Disponível no site http://www.istoe.com.br/noticias/145835_PRIMEIRA+SESSAO+DE+CINEMA+DO+BRASIL+COMPLET+A+115+ANOS/I.

de dólares² representando 1,48% do faturamento mundial do cinema. No entanto, segundo a ANCINE, os dados disponibilizados pela instituição não levam em conta a arrecadação dos filmes brasileiros e coproduções no mercado externo, podendo este número ser ainda mais expressivo.

Conforme a ANCINE (2012), instituição que possui o papel de regulação e fiscalização do cinema brasileiro, o cinema nacional caracteriza-se como um setor estratégico do Brasil. Este relevante posicionamento deve-se tanto a fatores culturais, como modo de afirmação da identidade brasileira, quanto a fatores econômicos, enquanto uma indústria geradora de emprego e renda que deve ser preservada. Entre suas ações, encontra-se o papel de fortalecimento do cinema nacional e do maior apoio a inserção das obras brasileiras no mercado externo.

Atualmente a indústria cinematográfica brasileira encontra-se em um momento de expansão, com aumento de público e renda. Conforme dados da ANCINE (2011), o público em salas de exibição em 2010 foi superior a 134 milhões de espectadores, gerando uma receita de 1,256 bilhões de reais. O cenário dos últimos anos tem se assemelhado como momento positivo de 2010, em relação ao ano anterior, o incremento foi de 11,92% em público e em termos de renda bruta foi ainda mais positivo, atingindo 29,5% de crescimento. No entanto, este panorama apresenta dados significantes em razão das obras estrangeiras que tiveram uma participação em 2010 de 82% da renda bruta das salas de exibição. A obra estrangeira continua sendo ofertada em maior número, atingindo 75,25% do total de filmes exibidos. A coprodução, filme realizado com investimento por mais de um país, também tem sido um mecanismo melhor explorado pelo mercado cinematográfico brasileiro. Segundo a ANCINE (2012), em 2005 foram cinco coproduções, no ano de 2011 este número subiu para 20 coproduções, um incremento de 400% em um período de 6 anos.

De acordo com o Screenville³ (2012), dados do Worldwide Box Office estimam que no ano de 2007 o cinema mundial arrecadou o equivalente a 26,72 bilhões de dólares, distribuídos da seguinte forma: Estados Unidos da América/Canadá (36%); Europa/Oriente Médio/África (33,4%); Ásia/Pacífico (25,9%) e América Latina (4,7%). Em termos de vendas de ingresso, durante o mesmo período, foram comercializados 7,91 bilhões, sendo

² Valor calculado segundo a cotação de 31 de Dezembro de 2007 de 1,77130 do Banco Central do Brasil (Disponível em <http://www.bcb.gov.br/>)

³Screenville é um blog francês especializado na crítica cinematográfica.

provenientes das seguintes origens: Estados Unidos da América/Canadá (17,7%); Europa/Oriente Médio/África (14,2%); Ásia/Pacífico (63,7%) e América Latina (4,4%).

Por meio de uma aproximação destes números verifica-se como ainda é superficial a participação da América Latina de público e renda (4,7% e 4,4%, respectivamente) em nível internacional. Além da busca de novos mercados como forma de maior inserção no mercado internacional, fatores como aumento das receitas, cooperações internacionais, fomento institucional e divulgação da cultura brasileira podem ser motivos que incentivam a saída de obras cinematográficas brasileiras.

O presente trabalho analisou as transformações do campo cinematográfico através da perspectiva de campo de Fligstein, em que um mercado é entendido como campo, tornando necessário a especificação deste mercado, a identificação dos jogadores e a compreensão de como o relacionamento social e o entendimento cultural criam campos estáveis como forma de resolver os problemas de competição e incerteza. Após a construção do campo, bem como a identificação dos agentes dominantes e agentes desafiantes e a dinâmica do campo, buscará se entender como a organização do campo constrange ou oportuniza a entrada de produções brasileiras em outros países. De forma geral, tal reconhecimento era atribuído à qualidade das obras. No entanto, o campo cinematográfico brasileiro revela períodos de maior e outros de menor trânsito de obras brasileiras nos mercados externos em que sinaliza a existência de outros fatores que corroboram com tal fenômeno.

A identificação desses fatores, através da verificação das transformações do campo, pode revelar elementos, sejam eles provenientes do campo de ação estratégico, agentes dominantes, agentes desafiantes ou unidades de governança como determinantes para saída de filmes brasileiros no mercado externo. Para analisar o movimento de saída de obras nacionais para mercados estrangeiros, foi utilizado a Teoria de Internacionalização da Escola de Uppsala.

A Escola de Uppsala, assim denominada, por localizar-se na Universidade de Uppsala, iniciou suas atividades em meados da década de 1970 na Suécia. Seus estudos situavam-se na análise das formas que as empresas locais desenvolviam processos de internacionalização. Nestas condições, foi desenvolvida uma nova linha de pensamento, em que os negócios internacionais deixaram de ser entendidos unicamente como fenômeno puramente econômico para ser compreendido também através da Teoria Comportamental Organizacional. Um dos importantes pressupostos que Uppsala trouxe foi que a partir de um mercado doméstico saturado em que a lucratividade esteja em queda impedindo o

crescimento, as empresas buscam investir em novos mercados. Além disso, a Escola de Uppsala também verificou que a percepção de incerteza com relação ao resultado de uma determinada ação é maior com o aumento da distância psíquica. Dessa maneira, as organizações buscam alternativas que as façam sentir menos estrangeiras possível.

A análise do setor cinematográfico torna-se relevante pelo importante papel do cinema como veículo cultural e de transmissão de valores, como também pelos significativos recursos econômicos envolvidos no setor. Para atingir os desafios propostos, torna-se necessária a compreensão de sua dinâmica interna (por meio da construção do campo cinematográfico), as transformações ocorridas no campo (cinematográfico) e a movimentação dos diferentes elementos neste respectivo espaço. A partir dessa análise, é possível apontar quais transformações e/ou elementos foram preponderantes para permitir ou restringir a participação de obras brasileiras no contexto internacional.

A partir das considerações apresentadas, tem-se como problema central desta pesquisa responder à questão: Como as transformações do campo do cinema no Brasil condicionam e, ao mesmo tempo, oportunizam a entrada dos filmes brasileiros no mercado internacional a partir da década de 90?

2. OBJETIVOS E JUSTIFICATIVA

O objetivo geral desta dissertação foi identificar como as transformações do campo do cinema no Brasil condicionaram ou oportunizaram a entrada de filmes brasileiros no mercado internacional a partir da década de 90.

Objetivos específicos:

- Descrever a evolução do cinema brasileiro;
- Caracterizar as principais transformações do campo cinematográfico brasileiro a partir da década de 1990;
- Identificar os atores do campo cinematográfico nacional.
- Analisar o processo de internacionalização através da Escola de Uppsala.

Através do presente estudo objetiva-se uma contribuição para a discussão sobre o campo cinematográfico, um setor que carece de estudos científicos quanto a dinâmica de internacionalização das suas obras, principalmente no Brasil. O estudo sobre a dinâmica do cinema brasileiro no seu ingresso no mercado externo é raramente abordado, desta forma o propósito deste tema é ampliar a discussão sobre este relevante setor econômico.

Em termos econômicos, pretende-se compreender de que forma as transformações do campo favorecem ou dificultam a exibição do cinema nacional no exterior, possibilitando repensar as estratégias e políticas adotadas, ampliando a compreensão da função dos agentes envolvidos nesta dinâmica.

Por fim, o presente estudo não pretende esgotar a discussão, mas sim suscitar maior interesse pelo tema de forma a contribuir com novos conhecimentos no meio científico.

3. REFERENCIAL TEÓRICO

O primeiro tópico do referencial teórico trata sobre a noção de campo, que tem como função a sustentação teórica do presente estudo; o segundo tópico aborda o processo de internacionalização (incluindo a Teoria de Internacionalização da Escola de Uppsala) e os diferentes modos de entrada no mercado internacional; o terceiro tópico discute conceitualmente o cinema.

3.1 A NOÇÃO DE CAMPO

Para Martin (2003) existem distinções suficientes, seja na ciência social ou em outras, para justificar a teoria do campo como uma abordagem ou família de abordagens. A teoria do campo deriva das ciências físicas, mas há diferentes noções de campos e de teorias variando ao longo de seu desenvolvimento. A Gravitação Newtoniana tem muito em comum com a teoria de campo, mas somente a Teoria Geral de Einstein, relatividade geral, forneceu tecnicamente o formato da teoria do campo. A Teoria de Campo realmente tomou sua forma básica a partir da mecânica de fluidos desenvolvida no século XVIII. As equações eram conectadas a um fluxo ou potencial transmissão de força, para coordenadas especiais, mas aplicada nas situações onde tal fluido poderia ser encontrado, como por exemplo, as induzidas pela: gravidade, eletricidade ou magnetismo.

No que tange ao eletromagnetismo clássico, a teoria do campo poderia ser aplicada para as seguintes características: 1) Pretende explicar mudanças no estado de alguns elementos (como por exemplo, o campo estático induz a movimento de partículas carregadas), mas não precisam apelar para mudança no estado de outros elementos (causas); 2) A mudança de estado envolve uma interação entre o campo e o estado dos elementos existentes (a partícula de carga positiva move-se num sentido enquanto que a carga negativa em outro); 3) Os elementos têm atributos particulares que os fazem suscetíveis ao efeito do campo; 4) O campo sem elementos é apenas um potencial para a criação de força, sem nenhuma existência de força; 5) O campo é, em si mesmo, organizado e diferencial (MARTIN, 2003).

Em outras palavras, em qualquer posição, o campo é um vetor de força potencial e esse vetor não é idêntico ou aleatoriamente distribuído. É relevante destacar o quão distinto é a concepção de entendimento convencional de causalidade nas ciências sociais. De

acordo com essa concepção, elementos têm atributos mutuamente exclusivos que são considerados instâncias de variáveis. As relações entre elementos são interpretadas como produtos das relações entre variáveis. A causalidade, por sua vez, é reconhecida como a saída, quando o estado de uma variável é produzido por uma manipulação que impele a mudança de estado de outra variável. Causalidade segue a imagem mental de impulsão externa. Posteriormente, a Teoria do Campo fez incursão dentro da psicologia com as totalizantes Teorias de Gestalt, onde a percepção individual deve ser entendida ao relacionar com um amplo campo perceptivo. E por fim, a Teoria do Campo é apropriada no Campo Organizacional (MARTIN, 2003).

Segundo Guarido Filho (2008), a área de estudos organizacionais atravessou um extenso desenvolvimento na última metade de século. Ao longo desse período, distintas perspectivas teóricas foram construídas e colocadas a prova, pontuando um período de muita criatividade.

Neste contexto, algumas abordagens de campo recebem destaque nos estudos organizacionais: Teoria de Campo de Bourdieu (BOURDIEU; WACQUANT, 1992; WACQUANT, 2007; BOURDIEU, 1989); Teoria Institucional (DIMAGGIO; POWELL 1993; CARVALHO; ANDRADE; MARIZ 2005) e Teoria de Campo de Fligstein (FLIGSTEIN, 2001; FLIGSTEIN E MCADAM, 2011). A seguir, será abordado as distintas concepções de campo nas diferentes perspectivas citadas separadamente.

3.1.1 O conceito de campo em Bourdieu

Pierre Bourdieu empregou o conceito de campo como sendo uma espécie de arena de disputas ou mais especificamente.

Uma rede ou configuração de relações objetivas entre posições. Essas posições são definidas objetivamente, em sua existência e em sua determinação, por meio de imposição de seus ocupantes, agentes ou instituições, pelo presente ou situação potencial na distribuição dos tipos de poder (ou capital) na estrutura. Cujo comando da posse acessa aos lucros específicos provenientes das lutas no campo, bem como na relação objetiva com as outras posições (dominação subordinação, homologia etc.) (WACQUANT; BOURDIEU, 1992, p. 112).

Wacquant e Bourdieu (1992) resumem a definição de campo como relações históricas entre posições ancoradas em determinadas formas de poder ou capital. A abordagem de Bourdieu contém importantes conceitos como *habitus* e capital que são fundamentais para a compreensão do que está em disputa em um respectivo campo. Segundo Wacquant

(2007, p. 5), o *habitus* “fornece, ao mesmo tempo, um princípio de socialização e de individuação: socialização porque nossas categorias de juízo e de ação, vindas da sociedade, são partilhadas por todos aqueles que foram submetidos a condições e condicionamentos sociais similares”. Wacquant e Bourdieu (1992, p. 16) “tratam o *habitus* como um conjunto de relações históricas depositadas dentro de um corpo individual na forma de esquema de percepção (mental e corpórea), apreciação e ação”. Segundo Bourdieu (1989), a noção de *habitus* expressa principalmente a negação de uma série de alternativas que, de uma forma geral, a ciência social se fechou, como a consciência (ou do indivíduo) e do inconsciente, do propósito e do mecanicismo. Segundo Bourdieu (1989, p. 69), a teoria geral do campo deve

Compreender a gênese social de um campo e apreender aquilo que faz a necessidade específica da crença que o sustenta, do jogo de linguagem nele se joga, das coisas materiais e simbólicas em jogo que nele se geram, é explicar, *tornar* os atos dos produtores e as obras por eles produzidas e não, como geralmente se julga, reduzir ou destruir.

O campo é entendido, ao mesmo tempo, como um espaço de conflito e competição, aproxima-se de uma forma metafórica a um campo de batalha, onde os participantes buscam estabelecer seu monopólio através do capital efetivo naquele determinado campo. Os agentes dispõem de diferentes capitais (culturais, econômicos, sociais e simbólicos) para manutenção ou melhora de sua posição, no entanto a importância de cada capital varia segundo o campo em questão. (WACQUANT; BOURDIEU, 1992).

Ambos os conceitos, *habitus* e campo, são relacionais, pois funcionam plenamente na medida em que estejam relacionados um com o outro. O campo não pode ser visto como uma estrutura morta ou espaço vazio, mas como um espaço em jogo que existe na medida em que jogadores entram segundo o que acreditam e possuem, na verdade, é uma espécie de prêmio a oferecer. Na medida em que Bourdieu acrescenta os conceitos de *habitus* e campo, permite abandonar o falso obstáculo da espontaneidade e dos constrangimentos sociais, tais como liberdade, necessidade, escolha e obrigação. Para contornar a alternativa do individual e da estrutura parte-se para a polarização na ontologia, a dualística social. (WACQUANT; BOURDIEU, 1992).

A perspectiva de Campo de Bourdieu apresenta um arcabouço teórico mais próximo da análise pretendida. No entanto, alguns fatores tornam mais difícil sua aplicação, considerando o tipo de análise almejada. Segundo DiMaggio (1979), por exemplo, apesar de ressaltar o trabalho de Bourdieu, endereça algumas críticas a ele. Entre elas, destacam-se o tipo de escrita mergulhado em paradoxo, negação e polêmica torna seu

trabalho menos acessível ao leitor e com uma linguagem menos familiar. E o mais relevante dos aspectos, refere-se à crítica quanto a conceitos centrais da obra de Bourdieu, como *habitus*, capital e autonomia relativa são considerados promissores, mas todavia inacabados ou ambíguos.

3.1.2 Teoria Institucional e o conceito de campo organizacional

Segundo Guarido Filho (2008), a aplicação da perspectiva institucional nos estudos organizacionais tem aumentado tanto em termos quantitativos quanto de aprofundamento teórico. Desde os primeiros estudos de Phillip Selznick na década de 40 e 50, até os trabalhos elaborados posteriormente apresentam um reconhecido crescimento da teoria institucional de base sociológica. Em comum em sua temática, esta a importância reportada a relação da organização e o ambiente, sendo que ambos são compreendidos como entidades culturais e o caráter limitativo que conferem as abordagens racionais instrumentais.

Na teoria institucional, para DiMaggio e Powell (1983, p. 148) o campo organizacional é entendido como "o resultado de atividades diversas de um grupo de organizações e também como o processo de homogeneização dessas organizações bem como dos novos entrantes, uma vez que esse campo é estabelecido". Por campo organizacional, os autores atribuem as "organizações juntas que constituem uma reconhecida área da vida institucional: fornecedores principais, recursos e os consumidores, agências regulatórias e outras organizações que produzem serviço ou produtos similares".

O campo organizacional não pode ser definido *a priori*, mas precisa ser determinado com base em uma pesquisa empírica. O campo somente pode existir na medida em que é institucionalmente definido. Esse processo requer quatro passos: aumentar a dimensão do alcance de interação entre organizações no campo; a emergência de uma definição clara de estruturas de dominação e padrões de coalizão; aumentar a informação acumulada com que as organizações no campo precisam ter; desenvolvimento de uma consciência mútua entre participantes em um grupo de organizações.

Segundo Guarido Filho (2008), a institucionalização constitui, dessa forma, um processo condicionado pela lógica da conformidade para as normas socialmente estabelecidas, provocando aceitação e credibilidade. Através desta análise, torna-se imperativo para as organizações buscarem adequar suas estruturas e práticas aos valores

ambientais partilhados. A procura pela adequação ocorre, ao que parece, para elevar a probabilidade de sobrevivência das organizações. Nesta perspectiva busca-se a adequação das estratégias e procedimentos adotados em grau maior que a eficiência ou eficácia imediata

Segundo Carvalho, Andrade e Mariz (2005), a noção de campo no institucionalismo esta ligada a persistência e um isomorfismo paralisante. A teoria conduz a um determinismo estrutural, que não leva em conta como as relações sociais produzem e, ao mesmo tempo, reproduzem as estruturas, o campo, sendo resultado de mudanças durante sua estruturação, acaba tornando-se impedido de novas transformações.

A teoria institucional apresenta algumas características que dificultam a análise de transformações do campo cinematográfico principalmente no que tange a mudança, a definição de fronteiras e o papel do governo. Com relação à mudança, Carvalho, Andrade e Mariz (2005) destacam que a teoria parte para um determinismo estrutural. O campo acaba sendo um resultado das mudanças e acaba impedindo transformações futuras. Machado da Silva, Guarido Filho e Rossoni (2006), por sua vez, citam a dificuldade em estabelecer a totalidade dos atores relevantes, bem como a definição de fronteiras do campo analisado como os principais empecilhos para sua utilização. A teoria também apresenta uma carência metodológica, no sentido de instrumento de operacionalização para apropriação do campo institucional. Por fim, segundo os mesmos autores, o papel do governo adquire uma função coercitiva.

3.1.3 O conceito de campo em Fligstein

O sociólogo Neil Fligstein apesar de institucionalista buscou em sua obra elementos que avançassem na discussão sobre o campo e corrigindo as falhas sobressalentes no núcleo da Teoria Institucional descritas na sessão anterior. Dessa forma Fligstein (2001), elabora uma perspectiva distinta para o Campo, por meio de uma combinação de *insights* da Teoria Institucional, Teoria dos Movimentos Sociais e Teoria Organizacional, com o objetivo de criar um conjunto geral de entendimentos de como novos espaços sociais são construídos, mantidos e transformados. Utilizando a ideia de mercado como campo, torna-se necessário especificar qual é o mercado, identificar os jogadores e compreender como o relacionamento social e o entendimento cultural criam campos estáveis como forma de resolver os problemas de competição e incerteza. Tal teoria caracteriza-se por uma abordagem cultural política, onde campos são compostos por

atores coletivos que buscam produzir um sistema de dominação neste espaço. Para que isso ocorra é necessário que haja uma cultura local que defina as relações sociais entre os atores. Estas culturas locais são formadas por elementos cognitivos, que são quadros interpretativos dos atores que definem os relacionamentos sociais e ajudam as pessoas a interpretarem sua própria posição. Os quadros interpretativos permitem os atores tornarem significativas as ações dos outros de quem tem algum relacionamento social em um determinado período. Desta forma, as interações no campo tornam-se um jogo, onde grupos presentes neste espaço que possuem mais poder usam as regras aceitas culturalmente para reproduzir seu poder e manter a estabilidade do campo.

De acordo com Fligstein e McAdam (2011), o objetivo dos jogadores é a busca de estabilidade, por que os principais jogadores, em um dado mercado, têm a capacidade de reproduzir o seu domínio através da sua atuação como firma. A teoria do campo implica na busca por estabilidade por meio da manutenção ou melhora na relação com competidores, fornecedores e trabalhadores. Este relacionamento entre os diferentes componentes do mercado é a principal causa da formação de estruturas sociais. As táticas utilizadas pelos jogadores são orientadas para a produção de relações sociais estáveis, particularmente entre competidores. A estrutura social do campo é uma construção social, na qual dominantes e dominados coexistem sob determinadas condições impostas pelos dominantes.

Segundo Fligstein (2001), algumas estratégias do jogo podem ser utilizadas pelos dominadores ou coalizão de firmas para obter vantagem e estabilizar sua situação. Duas estão relacionadas com as relações sociais, que é denominada de projetos de controle que estão ligados à construção do campo. A primeira refere-se à luta interna de poder na organização, como ela pode ser organizada e como seu produto é analisado pelo mercado. Em segundo, os atores nas firmas dominadoras ou desafiantes precisam reconhecer os efeitos da estabilização no campo entre as firmas no campo. Essas estruturas de entendimento das interações são providas por eles com interpretações do comportamento de outras firmas. Por outro lado, a concepção de controle, outro termo inserido pelo autor, refere-se à história da organização e como esta se localiza face a face com o principal competidor. E também, é associado ao quadro interpretativo usado para interpretar e justificar as ações contra outros.

Para Fligstein e McAdam (2011), os principais componentes desta teoria são: campo de ação estratégico; dominadores, desafiante e unidades de governança; habilidade social; ambiente mais amplo do campo; choques exógenos, rupturas de campo e início de

disputa; episódio de disputa e colonização⁴. O primeiro termo, o campo de ação estratégico (CAE), é definido como

[...] uma ordem social de nível meso, onde atores (individuais ou coletivos) interagem com conhecimento um do outro, através de um conjunto comum de entendimentos sobre os propósitos do campo, o relacionamento no campo (incluindo quem tem o poder e por que), as regras do campo e a situação onde os atores têm um arcabouço cognitivo que produz os entendimentos do que significa a movimentação dos outros atores no campo (FLIGSTEIN; MCADAM, 2011, p.06)⁵

O CAE é composto por agentes coletivos, tais como: as organizações, os clãs, as cadeias de suprimentos, os movimentos sociais e os sistemas governamentais. Dessa forma, um CAE pode ser formado por outros CAEs e assim sucessivamente. Por essa razão, a firma interage em um campo largo, composto por diversos atores, dominadores e desafiantes, imersos na divisão internacional do trabalho. Cada campo de ação estratégica constitui uma ordem social de nível meso, portanto, podendo ser frutiferamente analisado com todos os elementos, quando observado sob essa perspectiva. Os dominadores, os desafiantes e unidades de governança são os principais componentes do CAEs. Os dominadores são caracterizados como “aqueles atores que empunham influência desproporcional dentro do campo e tendem a ter seus interesses e visões pesadamente refletidos no domínio da organização no CAE” (FLIGSTEIN; MCADAM, 2011, p.12)⁶. Neste sentido, o propósito do campo é moldar os interesses favorecendo geralmente os dominadores, devido à pressão exercida no campo através de seus recursos e sua posição privilegiada. Estes atores, dominadores, são responsáveis pela caracterização do produto ou pelas suas principais características. As regras do CAE e o compartilhamento de sentindo tendem a favorecê-los e a legitimá-los em uma posição privilegiada no campo. Por outro lado, o desafiante ocupa um local menos privilegiado dentro do campo e raríssimas vezes impõe alguma influência sobre as operações de um respectivo mercado. Este agente busca identificar a sistemática do campo para encontrar uma visão alternativa para estabelecer sua posição. Fligstein e McAdam (2011) acrescentam que dificilmente o

⁴Os termos foram traduzidos da obra de Fligstein (2001), originalmente conceituados como strategic action fields; incumbents, challengers and governance units; social skill; the broader field environment; exogenous shocks, field ruptures, and the onset of contention; episodes of contention; settlement.

⁵Trecho original “A strategic action field is a meso-level social order where actors (who can be individual or collective) interact with knowledge of one another under a set of common understandings about the purposes of the field, the relationships in the field (including who has power and why), the rules of the field, and a situation where actors have cognitive frames that produce an understanding of what other actors’ moves in the field mean.”

⁶Trecho original “Incumbents are those actors who wield disproportionate influence within a field and whose interests and views tend to be heavily reflected in the dominant organization of the SAF.”

dominador estará aberto ao confronto contra as desigualdades existentes no campo ou apresentará um comportamento agressivo perante, por exemplo, aos fornecedores, através de uma lógica de oposição. Embora, em muitos casos, o desafiante possa ocupar uma posição de conformidade ou aproveitar os espaços não atendidos pelos dominadores. Outro ator presente em muitos CAEs é a unidade de governança, que tem como objetivo fiscalizar as regras do campo, facilitando o funcionamento geral do sistema. Essa função, em muitos casos, é exercida pelas associações da respectiva firma, muitas delas representadas pelas associações comerciais. Independente da motivação ou razão para a criação de determinadas unidades, tais associações **não** atuam de forma neutra nos conflitos entre os atores, mas sim reforçando a lógica dominante do campo. Ou seja, essas unidades têm como princípio manter ou aumentar a diferença imposta entre os dominadores e os demais atores do campo.

Para Fligstein e McAdam (2011), a habilidade social refere-se a aptidão dos atores individuais e coletivos possuírem uma capacidade cognitiva desenvolvida para leitura das pessoas e do ambiente, enquadrando linhas de ação e mobilizando essas pessoas à serviço deste enquadramento de ação. A habilidade social, a forma como é pensado o papel dos atores sociais na construção da vida social, é uma das principais controvérsias da teoria social nos últimos anos⁷. No entanto, os sociólogos tendem a observar os aspectos culturais ou estruturais como primordiais de forma a superar ou impedir a capacidade dos grupos, sejam organizados ou individuais, de afetar as escolhas em vida. Porém, é difícil ser um participante da vida social sem ficar impressionado pela capacidade dos indivíduos em serem influenciados pelo que acontece com eles. Nesta abordagem, Fligstein define a visão sociológica da ação estratégica com a possibilidade de mudança dos CAEs em diferentes momentos de sua evolução. Fligstein (2001, p. 14) conceitua ação estratégica como a “tentativa dos atores sociais de criar e manter um mundo social estável, pela garantia da cooperação com os outros. Ou seja, a ação estratégica é relacionada ao controle de um dado contexto”. Por outro lado, no embate entre os diferentes atores, para um maior controle sobre outros atores, é imprescindível a criação de uma identidade e coalizão política. A habilidade social está relacionada com a forma que os atores individuais ou coletivos adotam a capacidade cognitiva desenvolvida, para realizar uma melhor leitura dos indivíduos e do ambiente, criando *frames* de ação e buscando a mobilização de pessoal no atingimento das ações nos respectivos *frames* construídos. Dessa forma, em um

⁷ Mais informações buscar em (HONNETH, 1995; FRASER, 2003; JASPERS, 2004, 2006).

ambiente estável, a habilidade estratégica do agente dominante auxilia na produção e reprodução do *status quo*. Em uma perspectiva institucional, esse mundo social é institucionalizado, o que significa que é dado como certo e as ações são rapidamente assimiladas em relação a esse sentido.

Fligstein e McAdam (2011) sublinham outro termo importante denominado de ambiente mais amplo do campo ou, como adotam outros estudiosos, ordem de nível meso (caracterizado de ação estratégica no campo). Nesta análise todos os campos são vistos como redes complexas imersas em outros campos. Fligstein e McAdam (2011, p. 16)⁸ apontam três conjuntos de distinções binárias que são

A primeira [combinação binária] distingue campos próximos ou distantes. Campos próximos são aqueles CAEs com laços recorrentes e com ações com impacto rotineiro no campo em questão. Campos distantes são aqueles que possuem falta de laços e não tem capacidade de influenciar outros CAEs. A segunda distinção é entre o campo vertical e horizontal. A distinção captura a relação hierárquica formal que existe entre um par específico de campos próximos. O campo é verticalmente conectado a outro, quando há uma autoridade formal exercida sobre ele. Quando o campo não exerce autoridade formal sobre outro, mas ocorre uma dependência mútua entre cada um deles, define-se o relacionamento como horizontal. A distinção final é entre campo público e não público. A distinção é óbvia, mas importante. Em um mundo moderno, atores públicos têm autoridade formal para uma intervenção no conjunto de regras e para geralmente empunhar sua legitimidade e confiabilidade na maioria dos campos não públicos.

A definição do caráter público influencia o potencial de impactar na maioria dos CAEs. Mas nesta perspectiva o estado é caracterizado por um denso conjunto de campos, em que a relação pode ser descrita como próxima ou distante e acrescido ainda à capacidade de ser caracterizado como horizontal ou vertical. Segundo Fligstein e McAdam (2011) com estas distinções binárias é mais fácil entender a dificuldade e as consequências dos laços que ligam os CAEs. Fligstein e McAdam (2011) exemplificam a utilização dos conceitos dentro de uma firma tomando, como exemplo, uma única divisão de produto. A divisão de produto constitui-se um campo, mas esta ligada verticalmente com um campo mais largo (a firma) e com todas as outras divisões internas a firma que compete

⁸Trecho original “The first distinction is between *distant* and *proximate* fields. Proximate fields are those SAFs with recurring ties to, and whose actions routinely impact, the field in question. Distant fields are those who lack ties and have virtually no capacity to influence a given SAF. The second distinction is between *vertical* and *horizontal* fields. The distinction captures the formal hierarchical relations that exist between a specific pair of proximate fields. A field that is vertically linked to another is one that exercises formal authority over it. When neither field exercises formal authority over the other, but they mutually depend upon each other, we say their relationship is horizontal. The final distinction is between *state* and *non-state* fields. The distinction is an obvious, but important, one. In the modern world state actors alone have the formal authority to intervene in, set rules for, and generally pronounce on the legitimacy and viability of most non-state fields.”

rotineiramente por recursos. Não é somente a competição intra-organizacional que a divisão possui laços. A divisão é simultaneamente imersa em uma rede complexa de campos próximos externos a firma, como financeiras, fornecedores, clientes, competidores e entidades reguladoras.

Segundo Fligstein e McAdam (2011), os choques exógenos, rupturas de campo e início de disputa estão presentes, dentro das possibilidades de dinâmica no campo. Essa característica é atribuída principalmente à interdependência de um campo, considerada a fonte de turbulência na sociedade moderna. A influência de um campo em outro é comparada ao arremesso de uma pedra no rio, enviando ondas para os campos próximos. Isso não significa que todos ou mesmo a maioria das ondas irão desestabilizar outros campos, no entanto abalos poderão vir a ser sentidos. Por exemplo, até mesmo a pedra pode variar de tamanho. Entretanto, somente uma dramática situação pode ocasionar força suficiente para empunhar ameaça real de desestabilidade em campos próximos. Os agentes dominantes possuem uma maior blindagem a esses efeitos, em razão das suas vantagens no campo. Atrelado a isso, esses agentes possuem aliados leais e apoio das unidades governamentais. Somado a isso, a posse de materiais culturais e recursos políticos contribuem para um posicionamento que garante a sua sobrevivência.

A definição de disputa segundo Fligstein e McAdam (2011), é um período de emergência, sustentado por contínuas interações no campo entre atores utilizando formas inovativas de ação em face a outros. O episódio de disputa é caracterizado por: 1) o compartilhamento de incerteza/crise a respeito das regras e do poder nas relações no campo; 2) a mobilização sustentada pelos agentes dominantes e desafiantes. Em uma situação de crise são verificados diferentes comportamentos no campo. Enquanto o dominador é apto, ao menos inicialmente, a apelar ao *status quo* em um esforço para manter a estabilidade, de outro lado, o desafiante busca ações inovativas, para avançar sua posição no campo através da criação de novos significados. Fligstein e McAdam (2011) afirmam que colonização acontece a partir da mobilização oposicional sustentada pela reafirmação do *status quo* do dominador ou de um estado aliado, em que o campo começa a gravitar para uma nova, ou remodelada, colonização institucional com relação às regras ou normas culturais. Pode ser dito que não há mais crise quando é generalizado o senso de ordem e a certeza retorna. O papel dos atores do estado é de restaurar a ordem do campo, mas outras partes externas podem ser envolvidas também. Geralmente, caso um campo próximo seja a fonte de choques por meio de episódios litigiosos em movimento, eles podem frequentemente fornecer modelos de colonização para trazer essas crises para

próximo. Quando um campo apresenta regras incertas, agentes tendem a ser mais receptivos as novas perspectivas e se engajar na procura de identidades alternativas. Campos próximos são prontamente disponíveis e geralmente fontes confiáveis de novas ideias e práticas.

Ainda no que tange a Teoria Institucional, cabe ressaltar o processo de imersão que é nuclear a esta teoria. De acordo com Mavondo, Nasution e Wong (2009), o conceito de imersão tem sido amplamente utilizado na literatura de estratégia para pesquisar sobre as ações estratégicas e o desempenho das firmas. A principal premissa da imersão é o reconhecimento de que as ações econômicas da firma não são compostas meramente por transações econômicas, mas na realidade é uma contribuição do mecanismo social que influencia na direção e motivação dessas ações.

Segundo Baum e Dutton (1996), a imersão estratégica utiliza o contexto para o entendimento de como ocorre o processo estratégico. Esta perspectiva é considerada mais como um conjunto de análises teóricas e empíricas do que uma síntese coerente. Nessa discussão, a ideia de Granovetter quanto ao problema de imersão é colocado no centro da discussão e acrescenta o contexto sociocultural no estudo da gestão estratégica. Granovetter (2007), atribui a imersão (*embeddedness*) como o fator responsável pela influência dos comportamentos e das instituições nas relações sociais. O comportamento e as instituições ao serem analisadas são tão compelidos pelas relações sociais que abordá-las de forma isoladas é um grave mal-entendido. Granovetter (2007) ainda sustenta que a maior parte do comportamento está fortemente imersa em redes de relações interpessoais, sendo assim evitando os extremos das perspectivas sub e supersocializadas da ação humana. Baum e Dutton (1996, p. 6) comentam que

Através da promoção da perspectiva multi-nível, a abordagem de imersão estratégica força uma articulação mais cuidadosa de como as estruturas culturais, políticas, cognitiva e social e processos simultaneamente criam e constroem (constitui e regula) processos estratégicos e resultados.

Esta explicação enfraquece a ideia que o contexto é apenas uma força meramente exógena. Ao invés disso, ambos os contextos inter e intra-firmas são endogenamente criados e moldados, pela conduta das firmas. Então o contexto não é simplesmente o seu relacionamento com o ambiente.

Vários autores buscam compreender o papel da imersão estratégica no desenvolvimento ou na atuação estratégica das empresas (EINSENHARDT E BROWN, 1996; OLIVER, 1996; AMBURGEY; DACIN; SINGH, 1996).

Por exemplo, Ensenhart e Brown (1996) ao explorar as estratégias da empresa de tecnologia Varian durante 40 anos, buscavam compreender como a estratégia corporativa era constrangida ou moldada pelo contexto social. O estudo mostrou que, em primeiro lugar, a estratégia foi criticamente moldada pelo contexto institucional da indústria com o passar do tempo. Em segundo lugar, perceberam que a estratégia é influenciada por alguns executivos-chave em conjunturas críticas na história da firma. E em terceiro, a estratégia foi influenciada pelo resultado de experimentações dentro de iniciativas independentes e sem controle de empregados selecionados no mercado de trabalho. E por fim, talvez o mais irônico e contrário do que numerosas mudanças estratégicas, a estratégia básica da firma e o centro tecnológico permaneceram quase inalterados.

Amburgey, Dacin e Singh (1996) buscaram compreender em seu estudo como os padrões de interação estratégica entre organizações influenciam a imersão dentro do campo organizacional e os impactos dos processos coercitivo, normativo e mimético na cooperação através da análise de dois campos organizacionais: biotecnologia e cooperativas de crédito. No estudo foi possível compreender que na evolução de ambos os setores houve exemplos claros de como os campos são moldados pelas interações estratégicas das organizações imersas neles. Na área da biotecnologia, por exemplo, as interações entre as firmas contiveram tanto elementos de competição e cooperação, mas a rivalidade foi claramente dominante.

Com o passar do tempo, os recursos complementares foram fornecidos através do incentivo de alianças estratégicas. Por outro lado, as cooperativas de crédito estão dentro de um movimento social baseado em cooperação. Apesar da interação estratégica entre as cooperativas de crédito ter sido dominada pelo espírito de cooperação e mutualismo, há alguns elementos de competição com os bancos comerciais. Por fim, o estudo conclui que é crucial o entendimento das estratégias organizacionais, não sendo possível analisar as cooperativas de crédito somente através do conhecimento da área geográfica do mercado, taxa de juros e o ciclo comercial, assim como não é possível tratar o setor da biotecnologia somente como apenas outro cenário *high tech*. Tal análise seria muito enganosa.

Para Oliver (1996), a imersão das firmas e mercados em um contexto institucional tem profundo impacto nas diferenças das firmas e na ineficiência do mercado. Tal proposição se contrapõe às razões atribuídas unicamente a fatores como imperfeições do mercado, vantagens competitivas, excesso de lucro, ativos específicos, utilização de recursos únicos, investimento em ativos específicos, capacidades dinâmicas das empresas e barreiras de mobilidade e entrada. O ambiente institucional das firmas e mercados refere-se

ao contexto social e normativo circundantes, em especial, para aquelas influências externas que são socialmente aceitas como comportamento econômico. Os impedimentos institucionais são as causas das falhas de mercado que são resultado do contexto institucional e das redes sociais e profissionais que residem na firma. Com isso os fatores institucionais podem gerar retornos anormais, antes atribuídos somente a fatores econômicos. Por outro lado, algumas firmas criam facilmente laços sociais para obter informações e recursos que aumentem a eficiência da sua atividade ao contrário daquelas outras empresas que não se conectam entre si. No quadro 01, a autora sublinha as diferentes ênfases entre os impedimentos institucionais e econômicos.

Quadro 1 - Comparação dos impedimentos econômicos e institucionais para a eficiência de mercado.

Dimensões Chaves	Impedimentos Econômicos para a Eficiência de Mercado	Impedimentos Institucionais para a Eficiência de Mercado
Fonte de Heterogeneidade das Firmas	Atividade Econômica	Contexto Social e Normativo da Atividade Econômica
Constituintes Chaves	Compradores e Vendedores	Governo, Sociedade, Redes
Causas do Impedimento	Competição incompleta e imperfeita	Regras e normas aceitáveis no comportamento econômico.
Logica Dominante	Eficiência	Legitimidade
Natureza das Informações de Mercado	Imperfeita	Construído socialmente
Natureza da Escolha Estratégica	Intencional, calculada e maximização da utilidade.	Pré-consciente, não reflexiva e habitual.
Relevante atributo de mercado	Competitividade	Conectividade
Determinante para a Eficiência de Mercado	Trocas de Utilidade (<i>Utility of Exchange</i>)	Trocas Imersas (<i>Embeddedness of Exchange</i>)

Fonte: OLIVER (1996, p. 169-170).

Neste estudo, a autora sugere seis impedimentos institucionais para eficiência de mercado: construção social das informações de mercado; conectividade das firmas com o ambiente institucional; critérios institucionais para conveniência econômica e social; pressão para a legitimidade da firma; comportamento não reflexivo da firma; e constrangimentos normativos da escolha estratégica. Tais impedimentos atuam como fontes de diferenciação na atividade econômica entre as firmas e, além disso, desempenham várias implicações estratégicas. Em primeiro lugar, é atribuída a diferenciação das empresas em função da complacência em explorar⁹ a economia de custos de transação nas relações sociais e profissionais. Em segundo é possível apontar o capital social, as empresas que possuem mais esse capital são mais suscetíveis ao sucesso. Por fim, o estudioso cita a força da história, hábitos e tradições moldados no dia a dia das

⁹ A definição original no artigo é *exploit*.

firmas o que significa que determinados comportamentos estratégicos tendem a tornarem-se habituais e tidos como certos para sua efetividade, não sendo assim questionados. Esse estudo permitiu a compreensão do papel da imersão institucional na atividade econômica que conduz também a heterogeneidade das firmas e cria impedimentos para a eficiência de mercado (OLIVER, 1996).

Para Mavondo, Nasution e Wong (2009), a noção de imersão organizacional tem sido desenvolvida no campo econômico e sociológico para prover um melhor entendimento dos fatores econômicos e sociais que guiam e, ocasionalmente, constroem as organizações. Entre os mecanismos de imersão examinados em seu estudo estão: o estrutural, o regulatório, o normativo e o cognitivo. A imersão estrutural é descrita como o *link* entre os atores, em que a interação regular destes atores dentro da indústria lida com uma ampla variedade de arranjos de redes sociais. Tanto a estrutura como a qualidade dos laços sociais entre as firmas moldam a ação econômica, criando oportunidades únicas e o acesso a essas oportunidades. A imersão regulatória, por sua vez, é definida como a pressão coercitiva originada do quadro legal que circunda a organização e a indústria. Esse tipo de coerção pode tomar forma através de sanções, regras leis e códigos de conduta que governam as firmas.

Essa regulação pode não necessariamente ser percebida como uma forma de constroer a atuação da empresa, mas às vezes, ser uma tentativa de mudar a legislação a favor da empresa. A imersão normativa refere-se às normas e valores socialmente constituídas e aceitas no ambiente e na interação entre os competidores, clientes e fornecedores. A imersão normativa não somente facilita a ação organizacional, mas também age como uma força regulatória. A maioria das indústrias tem relativa estabilidade e facilmente entende os modos de ação no mercado que constitui a imersão normativa. Por fim, a imersão cognitiva é identificada como a influência que reflete os padrões culturais ou os padrões institucionalizados no ambiente de determinada indústria. As consequências deste ambiente institucionalizado é a incapacidade dos membros organizacionais de considerar outras alternativas de escolhas estratégicas e isso pode ser menos efetivo que quando as atuais ações de efetividade são pobres.

Neste estudo, as variáveis analisadas da Imersão Estratégica são o caráter de legitimidade (incluindo as regras do setor), a influência política (abrangendo os acordos internacionais), as questões culturais e o aspecto de rede e/ou parcerias na atuação das organizações analisadas.

A abordagem de Fligstein, por sua vez, utiliza elementos que acabam tornando uma ferramenta que mais se aproxima do objeto estudado. A mudança no campo torna-se uma necessidade em razão da busca de estabilidade entre os atores presentes neste espaço. A cooperação entre os atores é respondida através da habilidade social. A partir do entendimento das transformações ocorridas no campo cinematográfico, este estudo pretende identificar as seguintes categorias: dominadores, desafiantes e unidades de governança; habilidade social. Através dessa construção buscar-se-á identificar a relação dessas categorias com os diferentes modos de entrada no mercado internacional, bem como no processo de internacionalização do cinema brasileiro.

3.2 O PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO E OS DIFERENTES MODOS DE ENTRADA NOS MERCADOS INTERNACIONAIS

Segundo Cavusgil, Ghauri e Agarwal (2002), o comércio nacional e internacional são atividades semelhantes, mas a principal diferença é que no comércio internacional as transações ocorrem em mais de um país ou ambiente comercial.

Para Mayor Filho (2006), a internacionalização possui duas faces: a entrada e saída. A primeira refere-se à abertura da empresa para a busca de oportunidades com fornecedores internacionais de produtos ou serviços. A saída diz respeito à procura da empresa em comercializar seus produtos e serviços em mercados estrangeiros.

Para o entendimento de internacionalização é relevante compreender que se trata de um tema bastante complexo, envolvendo uma infinidade de perspectivas e linhas de pensamento. Dessa forma a próxima sessão, compreenderá as diferentes perspectivas que fazem parte das teorias de internacionalização e posteriormente são descritos os principais modos de entrada no mercado internacional.

3.2.1 Teorias de Internacionalização

A definição de internacionalização apresenta uma pluralidade de conceitos na literatura. Conforme Welch e Loustarinen (1988), o conceito de internacionalização é definido como o processo de incremento do envolvimento nas operações internacionais. A relevância de se utilizar um conceito amplo se deve a ambos os lados do processo, por exemplo no que tange o interior e o exterior, tem se tornado intimamente conectado com as dinâmicas de comércio internacional. Segundo Carneiro e Dib (2007) a internacionalização pode acontecer em diversas dimensões. É considerado um processo desenvolvido ao longo

do tempo, em que uma empresa apresenta um envolvimento gradativo em atividades fora de seu país de origem. Este envolvimento pode abranger matérias-primas ou produtos acabados de uma empresa ou abarcar ainda fases de sua cadeia de valor.

Segundo Fetcher (2008), os tradicionais modelos de internacionalização podem ser amplamente divididos como abordagem de estágios, abordagem de aprendizado e abordagem contingencial. Na abordagem de estágio, a internacionalização é vista como uma série de estágios ou etapas, que cada uma envolve um incremento de compromisso com os recursos. Tal argumento, por exemplo, é utilizado para explicar os passos dados da exportação até o total envolvimento na exportação direta ou das exportações indiretas para exportações diretas com a criação de escritórios de vendas no exterior para a entrada em uma *joint-venture* para completa posse das operações em outros países. A abordagem de aprendizado, denominada de sequencial, argumenta que as empresas começam as suas operações em mercados próximos e vão ganhando experiência, então movem-se para mais distante em mercados menos familiares. A distância psíquica é mais focada na localização das atividades internacionais, nas maiores distancias, do que a forma como as atividades são feitas. Por fim, a abordagem contingencial, enxerga a internacionalização como uma resposta para as circunstâncias e oportunidades do que um resultado de estratégias previamente estabelecidas ou uma sequência exploração de um dado mercado em termos de dificuldade percebida. Nesta perspectiva é a situação do mercado e as necessidades da firma que vão determinar a forma de entrada em um determinado mercado,

No processo de internacionalização, um relevante aspecto refere-se ao modelo de gestão adotada. Cavusgil, Ghauri e Agarwal (2002) explicam que no comércio internacional os gestores confrontam-se com muitos desafios para desenvolver a estratégia em um mercado estrangeiro e, para isso, devem analisar os seguintes aspectos: (1) Identificação do mercado internacional correto para seu produto ou serviço, avaliando se este cabe no mercado alvo e verificando o que deve ser adaptado para o mercado estrangeiro; (2) Desenvolvimento de estratégias de entrada que possibilitem o acesso aos mercados pretendidos; (3) Elaboração de estratégias de solidificação e expansão quando o mercado estrangeiro for acessado; (4) Criação de estratégias que renovem e mudem o negócio no mercado estrangeiro, impossibilitando a imitação por parte dos competidores.

Segundo Carneiro e Dib (2007), as teorias tradicionais de internacionalização foram concebidas por diversos autores e por perspectivas distintas. Revisões mais recentes têm classificado a internacionalização em duas linhas de pesquisa: por critérios econômicos e evolução comportamental. A abordagem referente há critérios econômicos

sustentam-se em soluções (pseudo) racionais para questionamentos surgidos no processo de internacionalização, basicamente orientado para decisões que possibilitam a maximização dos resultados econômicos. A abordagem de internacionalização amparada na evolução comportamental admite que o processo de internacionalização dependeria das atitudes, percepções e comportamentos dos gestores na busca da diminuição dos riscos na tomada de decisão a respeito de, principalmente, onde e como realizaria a expansão comercial.

Por meio de uma revisão literária da primeira abordagem de teorias de internacionalização, Carneiro e Dib (2007) construíram um quadro resumo que consiste nas teorias mais citadas e referendadas como influentes na literatura: a Teoria do Poder de Mercado, Teoria da Internacionalização e o Paradigma Eclético (Quadro 02). As teorias que possuíam um escopo de análise mais abrangente foram desconsideradas desta revisão, pois foram priorizadas as teorias que abarcam a firma como a unidade de análise. Sendo assim, os modelos de Comércio Internacional, as teorias de Portfólio de Investimentos e o modelo de Ciclo de Vida Internacional do Produto não foram incluídos.

Quadro 2 - As principais teorias de internacionalização por critérios econômicos

Teoria	Breve Resumo
Teoria do Poder de Mercado	Originada do trabalho seminal de Hymer (1960/1976), que acreditava que nos estágios iniciais de seu crescimento as empresas continuamente aumentariam sua participação em seus mercados domésticos através de fusões, aquisições e extensões de sua capacidade. Conforme aumentasse a concentração industrial e o poder de mercado da empresa, também aumentariam os lucros. Entretanto, existiria um ponto onde não seria fácil aumentar ainda mais a concentração no mercado, pois apenas poucas empresas permaneceriam. Neste momento, os lucros obtidos do alto grau de poder monopolístico dentro do mercado doméstico seriam investidos em operações externas, gerando processo similar de concentração crescente em mercados estrangeiros.
Teoria da Internacionalização	Foi formalmente proposta e depois revisitada por Buckley e Casson (1976, 1998), mas tem a origem conceitual no seminal artigo de Coase (1937). Sua ênfase recai na eficiência com a qual transações entre unidades de atividade produtiva são organizadas e usa os custos de transação (WILLIAMSON, 1975, 1979) como o racional para justificar se deve ser utilizado um mercado (externo à empresa, contratual) ou uma internalização (hierarquia) para uma determinada transação. Uma análise (supostamente racional) de benefícios versus custos (TEECE, 1981, 1986) determinaria o grau “certo” de integração da empresa em suas atividades internacionais.
Paradigma Eclético	É oriundo dos trabalhos de Dunning (1977, 1980 e 1988) e considera que as empresas multinacionais (MNCs) possuem vantagens competitivas ou de “propriedade” vis-à-vis seus principais rivais, que elas utilizam para estabelecer produção em locais que são atrativos devido a suas vantagens de “localização”. Existiriam dois tipos de vantagens competitivas: derivadas da propriedade particular de um ativo singular e intangível (como uma tecnologia específica da empresa) ou derivadas da propriedade de ativos complementares (como a capacidade de criar novas tecnologias). MNCs possuem ainda vantagens de “internalização” para reter controle sobre suas redes de ativos (produtivos, comerciais, financeiros etc.). Estas vantagens advêm da maior facilidade com a qual uma firma integrada pode apropriar retorno integral de sua propriedade de

	ativos distintivos como sua própria tecnologia, bem como da coordenação do uso de ativos complementares, que seriam os benefícios transacionais. Dunning defende que o Paradigma não deve ser encarado como mais uma teoria de internacionalização, mas sim como um arcabouço para seu estudo.
--	--

Fonte: CARNEIRO; DIB (2007, p. 5).

Por outro lado, as abordagens comportamentais tiveram sua origem nos denominados “modelos de estágios”. Dentre estes, o modelo de Uppsala foi o pioneiro e, além disso, uma das perspectivas mais citadas e testadas empiricamente na literatura. Além desta perspectiva, outros desenvolvimentos teóricos relevantes são frequentemente citados como o empreendedorismo internacional e a perspectiva de *networks* (Quadro 03).

Quadro 3 - As principais teorias de internacionalização comportamentais

Teoria	Breve Resumo
<i>Modelo de Uppsala</i>	Pretende ser um mecanismo explicativo básico sobre as etapas de um processo de internacionalização. O foco é a empresa individual e sua gradual aquisição, integração e uso de conhecimento sobre mercados e operações estrangeiros; além de seu comprometimento sucessivamente crescente com esses mercados, através de estágios sequenciais. A ordem de seleção de países para a internacionalização seguiria uma relação inversa com a “distância psíquica” entre o país alvo e o país de origem (JOHANSON; WIEDERSHEIM, 1975; JOHANSON; VAHLNE, 1977). Outra linha de pesquisa relacionada envolve os chamados modelos de estágios no processo de exportação (BILKEY; TESAR, 1977; WIEDERSHEIM et al, 1978; CAVUSGIL, 1980; REID, 1981; CZINKOTA, 1982).
<i>Networks</i>	Esta abordagem considera que os próprios mercados devem ser encarados como redes de empresas (JOHANSON; MATTSON, 1986; FORSGREN, 1989). Quando associada à internacionalização, dela decorre que a empresa vai desenvolver posições em redes no exterior. Embora sua premissa comportamental seja a mesma do modelo de Uppsala (JOHANSON; VAHLNE, 2003), as decisões acerca do processo de internacionalização serão determinadas direta ou indiretamente pelas relações no interior das redes de negócios. “Tanto o aprendizado quando o desenvolvimento da rede influenciam e são influenciados pelo processo contínuo de internacionalização” (WELCH; WELCH, 1996, p.14).
<i>Empreendedorismo Internacional</i>	McDougall (1989) afirmou que a teoria tradicional sobre negócios internacionais assumia implicitamente que as empresas internacionais já haviam sido constituídas há muito tempo. Já a visão do empreendedorismo internacional (COVIELLO; MUNRO, 1995; MCDOUGALL; OVIATT, 1997; ANDERSSON, 2000) visa explicar a expansão internacional de novas empresas ou <i>start-ups</i> através da análise de como os empreendedores reconhecem e exploram oportunidades. Também se busca estudar as diversas motivações que os levam às operações internacionais (ZAHRA et al., 2005). Entretanto, o empreendedorismo não está limitado a novas empresas (BIRKINSHAW, 1997), pois empresas já estabelecidas também precisariam se tornar empreendedoras para competir de modo eficiente.

Fonte: CARNEIRO; DIB (2007, p. 6).

Garrido (2007), por sua vez, classifica as teorias de internacionalização de forma distinta, dividindo em dois grupos de acordo com a racionalidade aplicada na decisão sobre a escolha do processo de internacionalização. Em um dos extremos, está situada a escola de Uppsala, fundamentada no desenvolvimento incremental das atividades de internacionalização segundo a experiência adquirida pelas empresas e, de outro, a

abordagem contingencial sobre a decisão de entrada em mercados internacionais, de forma racional e planejada.

Para análise da internacionalização do cinema, como indústria cinematográfica optou-se pela Teoria de Internacionalização de Uppsala. Essa perspectiva oferece um ferramental analítico distinto podendo reafirmar ou confrontar diferentes respostas. As abordagens econômicas não oferecem o arcabouço explicativo necessário para elucidar os aspectos que contribuem a saída das obras cinematográficas brasileiras para o mercado externo em razão de fatores bastante particulares do cinema, como considerar o contexto social e cultural como residual na explicação dos modos de entrada no mercado internacional. Por esta razão a Teoria de Internacionalização da Escola de Uppsala torna-se relevante ao abarcar tais fatores.

3.2.1.1 Teoria de Internacionalização de Uppsala

Na década de 1970 teve início a publicação de um conjunto de obras da Universidade de Uppsala que descreveu a forma como as companhias suecas internacionalizavam seus negócios. Estes estudos possibilitaram a observação de fatores importantes, que se tornariam mais tarde, a Escola de Uppsala. O impacto mais significativo desta linha de pensamento foi deixar que os negócios internacionais fossem analisados como um fenômeno puramente econômico, passando a ser observado sob uma perspectiva comportamental (HILAL; HEMAIS, 2003).

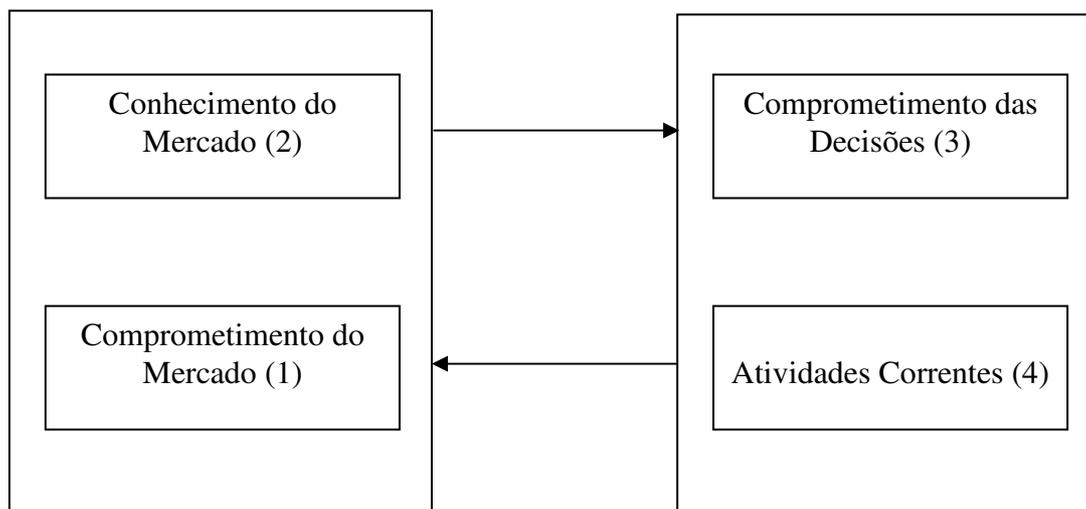
Johanson e Wiedersheim-Paul (1970), no trabalho pioneiro da Escola de Uppsala, "*The Internationalization of the Firm - Four Swedish Cases*" elaboram as bases da referida perspectiva. Através do estudo de quatro empresas suecas, os estudiosos buscaram compreender o comportamento das empresas no processo de internacionalização. O termo internacionalização se referia a atitude da firma para as atividades estrangeiras ou para a atual realização de atividades no exterior. Um dos pressupostos básicos era que a firma, primeiro, se desenvolveria no mercado doméstico e a internacionalização seria consequência de uma série de decisões incrementais. Também atribuíam como o principal obstáculo a falta de conhecimento e recursos. Este obstáculo seria reduzido na medida em que houvesse tomada de decisões incrementais e conhecimento sobre os mercados estrangeiros e operações. A partir da percepção de risco reduzida, o andamento da internacionalização é estimulada, ocorrendo o crescimento da necessidade do controle das vendas e o aumento da exposição da oferta e demanda para estender as operações. Os

autores optaram por distinguir entre quatro diferentes estágios ou graus de internacionalização (*establishment chain* ou cadeia de estabelecimento): (1) Sem atividades de exportação regulares; (2) Exportação via Representantes Independentes (Agentes); (3) Subsidiária de Vendas; (4) Produção. Dois aspectos importantes a esta divisão de etapas refere-se ao sucessivo comprometimento de recursos e também a forma de lidar com diferentes experiências de mercado e informação da empresa. Considerando a extensão das atividades em novos mercados o conceito de distância psíquica seria válido. O conceito é definido como fatores que previnem ou atrapalham o fluxo de informações entre a firma e o mercado. Tais fatores podem ser associados, por exemplo, a língua, cultura, sistema político, nível de educação etc. Outro importante fator a ser considerado nos negócios internacionais é o tamanho potencial do mercado. No estudo das quatro empresas suecas, de maneira geral, foi concluído que houve acordo com os aspectos trabalhados pelos autores, pois as mesmas tiveram um processo de internacionalização incremental (JOHANSON; WIEDERSHEIM-PAUL, 1970).

Nesta perspectiva, a empresa para reduzir incertezas, começaria a exportar para países vizinhos ou próximos e aqueles países que são comparativamente conhecidos e similar em relação às práticas de negócio. Isso acontece em função da falta de informação sobre os mercados estrangeiros. Tal entendimento se deve a distância psíquica do país de origem da empresa com o país que receberá seus investimentos. A distância psíquica é definida como a soma de fatores que interferem o fluxo de informação entre países. Alguns exemplos dessas diferenças é a língua, educação, práticas comerciais etc. (JOHANSON; WIEDERSHEIM-PAUL, 1970).

Para Johanson e Valhne (1977), a internacionalização é o produto de uma série de decisões incrementais. Em seu estudo "*The Internalization Process of The Firm - A model of Knowledge development and increasing foreign market Commitments*" desenvolveram um modelo do processo de internacionalização, que focalizava a aquisição gradual, integrativa e o uso do conhecimento sobre o mercado externo e suas operações para o aumento incremental do compromisso com os países estrangeiros. No modelo de internacionalização são considerados os aspectos de estado, que são os aspectos de comprometimento de recurso nos mercados estrangeiros - comprometimento do mercado (1) - e conhecimento do mercado (2) estrangeiro e operações. Os aspectos de mudança são o comprometimento das decisões (3) e a performance das atividades correntes (4) (FIGURA 01).

Figura 1 - Mecanismo Básico de Internacionalização - Aspecto de Estado e Aspectos de Mudança.



Fonte: JOHANSON; VAHLNE (1977, p. 26).

Os dois aspectos do estado são o comprometimento do mercado e conhecimento do mercado. O comprometimento do mercado é considerado, porque assume o compromisso do efeito de mercado sobre as oportunidades e o risco percebido. Tal conceito pode ser definido ainda em dois fatores: o montante de recursos comprometidos e o grau de comprometimento. O conhecimento do mercado, por sua vez, é relevante, pois o comprometimento das decisões é baseado em vários tipos de conhecimento. Por outro lado nos aspectos de mudança são consideradas as atividades correntes e decisões para comprometimento das operações estrangeiras. As atividades correntes são a fonte de experiência. Isso pode ser argumentado através da experiência ganha alternadamente através da contratação de pessoal com experiência ou através do conselho de pessoas com experiência. O comprometimento das decisões depende de quais alternativas levantadas e como são escolhidas. As decisões alternativas podem surgir como resposta a problemas ou em resposta a oportunidades, estas decisões são relacionadas com a performance corrente das atividades no mercado. Estas decisões alternativas irão geralmente consistir em atividades que significam a extensão dos limites da organização e incrementam o comprometimento com o mercado (JOHANSON; VALHNE, 1977).

De acordo com Locan (2010), o modelo de Uppsala admite que o processo de internacionalização das firmas é um mecanismo cumulativo e dependente de um caminho específico (*path dependence*), em que o tipo de comportamento de uma empresa é em razão de suas experiências internacionais anteriores e de sua base de conhecimento.

Segundo Hilal e Hemais (2003), o modelo tradicional da Escola de Uppsala admite que a partir do mercado doméstico saturado e com oportunidades lucrativas reduzidas a ponto de limitar a ampliação da empresa, deve-se procurar novos locais para expansão. A partir do entendimento que novas alternativas frequentemente parecem ser mais incertas do que antigas fórmulas familiares, pressupõem que a expansão será orientada para locais mais similares daqueles operados até aquele momento. Como a expansão vertical é refutada em razão da alta incerteza e da não lucratividade, o destino a seguir é geralmente a expansão geográfica.

Dessa forma, o processo de internacionalização não é entendido como uma sequência de ações planejadas e organizadas provenientes de uma análise racional, mas sim como uma ordem de ações de natureza incremental, que objetivam se beneficiar da aprendizagem gradativa através de etapas de comprometimento crescentes com mercados internacionais (HILAL; HEMAIS, 2003).

Segundo Dal-Soto e Bulé (2012), é possível sintetizar a Escola de Uppsala através de diferentes questões. Para os autores a perspectiva pode ser aplicada através de perguntas como, "por que", "o que", "onde" e como internacionalizar (QUADRO 4).

Quadro 4 - Síntese da análise da Escola de Uppsala

Questões	Escola de Uppsala
Por que internacionalizar?	O motivo principal é a busca de novos mercados como consequência do crescimento da empresa e saturação do mercado doméstico.
O que internacionalizar?	Produtos, serviços ou tecnologias. Não há explicitamente restrições de escopo quanto ao objeto de internacionalização.
Quando internacionalizar?	A partir da saturação do mercado doméstico, não restringindo o crescimento da empresa. A decisão de internacionalização raramente baseia-se em processos sofisticados e o conhecimento de mercado é determinante para o nível de comprometimento internacional.
Onde internacionalizar?	A escolha dos mercados externos está relacionada com a distância psíquica. O grau de incerteza quanto ao processo de internacionalização diminui com a experiência em países psiquicamente próximos, o que auxilia e prepara a empresa para a entrada em países psiquicamente mais distantes.
Como internacionalizar?	Através da inserção gradual nos mercados externos com pequenos passos de comprometimento, de acordo com a cadeia de estabelecimento, observada a distância psíquica existente entre os mercados envolvidos.

Fonte: DAL-SOTO; BULÉ (2012, p. 11).

Neste estudo, as variáveis analisadas da Escola de Uppsala são a razão da internacionalização (por que), a escolha dos mercados (onde) e a forma que ocorre a inserção no mercado global (como).

3.2.2 Modos de entrada no comércio internacional

Para a entrada em um mercado estrangeiro, a firma necessita de uma estratégia. São vários os obstáculos para o sucesso em um mercado, tais como diferenças de infraestrutura no ambiente econômico, o nível tecnológico, ambiente político, legal e cultural. Além disso, as diferenças geográficas e as estruturas de distribuição afetam a organização de formas distintas no que tange a capacidade de acessar um novo mercado. (CAVUSGIL; GHOURI; AGARWAL, 2002; GARRIDO; LARENTIS; ROSSI, 2006).

Para Keegan e Green (1999), antes de efetivamente acessar o mercado externo, é necessário segmentar o mercado e determinar os alvos. A segmentação é definida como a tarefa de identificar os grupos consumidores e diferentes países segundo características semelhantes. A segunda atividade, determinação dos alvos é a tarefa de avaliação da segmentação, em que é definida a concentração dos esforços em dado país ou região com potencial significativo para atender.

Lopes (2004) ao analisar o estudo de alianças estratégicas, traça uma distinção em torno das diferentes abordagens que podem ser compreendidas o processo de internacionalização, destacando os aspectos abordados por cada uma, como por exemplo a imersão social, moldadas pela interação entre as organizações e seus ambientes socioculturais ou questões de poder. Através da construção do seu modelo teórico, ele diferencia três tipos de perspectivas: teoria institucional, economia de custos de transação e dependência de recursos. Cada uma delas sublinha aspectos complementares ao se apropriar do fenômeno organizacional. A economia de custos de transação (ECT) envolve as dimensões técnicas ambientais ou questões de mercado, utilizando questões como o grau de incerteza, fornecedores, distribuidores e natureza dos ativos. A teoria institucional (TI) aborda o entendimento do ambiente institucional e de que forma as organizações se comportam para sobreviver e de que forma ela obtém legitimidade neste contexto. Além disso, pode auxiliar na explicação de pressões culturais sobre as escolhas realizadas. Por fim, a dependência de recursos ajuda a entender questões sobre a concentração de mercado e sobre a relação de poder.

A tomada de decisão pode ser compreendida como motivada pela busca de eficiência, legitimidade, redução de dependência de poder ou uma combinação dessas motivações, ainda que isso ocorra de forma não consciente pelo tomador de decisão. Em geral, a explicação do tomador de decisão é explicitada como sendo estritamente pautada por um processo racional, voltado para o desempenho econômico. Ao analisar por meio da perspectiva de imersão estratégica, o pesquisador busca no ambiente social e cultural a explicação para a decisão de internacionalização e de que forma tal decisão é concebida.

No setor cinematográfico, como em outras áreas, existem certas particularidades. Segundo Bridgman (2013)¹⁰, para a comercialização de filmes em outros mercados durante as décadas de 1930 e 1940, os estúdios americanos necessitavam de um pessoal especializado para buscar exibidores para mostrarem seus filmes e realizar a sua publicidade. Como a recepção da audiência de um filme é incerta, a duração do compromisso era geralmente renegociada. A United Artists (UA), o órgão responsável pela comercialização dos filmes no período analisado, utilizava três formas de atuação para comercialização: Por meio de escritórios, agentes locais licenciados ou venda dos direitos totais do filme.

No primeiro caso, os escritórios eram compostos por empregados diretos e todas as despesas pagas pela empresa norte-americana. As agências licenciadas eram companhias domésticas de distribuição de filmes. Os agentes não eram empregados e eram pagos por comissão da distribuição (compensados pelos lucros compartilhados do contrato). Por fim, a venda dos direitos em um dado território por um respectivo valor. A companhia não compartilhava dos lucros, mas não tinha despesas para a distribuição das obras cinematográficas.

As estratégias de entrada no mercado internacional podem ser organizadas em três categorias: modos de entrada por exportação, modos de entrada contratuais e modos de entrada por investimentos (CAVUSGIL; GHAURI; AGARWAL, 2002).

3.2.2.1 Modos de entrada de exportação

Segundo Cavusgil, Ghauri e Agarwal (2002), os modos de entrada de exportação são exportação indireta e exportação direta. A exportação indireta é adotada principalmente quando a firma ingressa no mercado internacional pela primeira vez, devido às dificuldades que surgem com relação à capacidade da empresa competir no mercado estrangeiro. Por utilizar um canal indireto, a firma pode iniciar as atividades de exportação sem investimento incremental de capital, com baixo risco e custos iniciais baixos. A vantagem para esta modalidade reside na possibilidade de acessar a rede de contatos das empresas de gestão de exportação. A principal desvantagem da exportação com intermediários é a perda de controle da venda em mercados estrangeiros. A perda pode ser moderada, caso se tenha um contrato com o fabricante com as principais decisões e que a

¹⁰ BRIDGMAN, B. **Export Mode and Market Entry Costs**. Bureau of Economic Analysis, jan. 20013.

relação de trabalho seja próxima entre fabricante e empresa intermediária (CAVUSGIL; GHOURI; AGARWAL, 2002).

A exportação direta é aquela que opera com intermediários no exterior, oferecendo um conjunto de vantagens ao fabricante, tais como: controle parcial ou total sobre o planejamento de atividades no mercado estrangeiro; esforço concentrado para o marketing de uma determinada linha de produto; rápido *feedback* do mercado alvo; maior cuidado com a marca, patentes e clientela. Para que ocorra a exportação direta é necessária uma determinada familiaridade do fabricante com os procedimentos de exportação. O critério básico deste modelo de negócio é o controle sobre o montante de autoridade escolhido para delegar aos parceiros estrangeiros. Tal controle é realizado segundo as características básicas e sofisticação técnica do produto que necessita do pós venda depois da comercialização (CAVUSGIL; GHOURI; AGARWAL, 2002).

As exportações diretas se constituem em um modo de entrada mais complexo que a exportação indireta, pois a primeira oferece um maior envolvimento e risco a empresa. Também ocorre um maior gerenciamento das operações por parte do empreendimento e um fluxo maior de informações a respeito de mercados estrangeiros, chegando inclusive a propiciar melhores resultados (GARRIDO; LARENTIS; ROSSI, 2006).

3.2.2.2 Modos de entrada contratual

Os principais modos de entrada são licenciamento, franquia e contratos de produção (CAVUSGIL; GHOURI; AGARWAL, 2002; GARRIDO; LARENTIS; ROSSI, 2006)

O licenciamento compreende uma variedade de acordos contratuais entre uma determinada firma doméstica (licenciadora) e a empresa estrangeira (licenciada) na medida em que a firma doméstica cria ativos intangíveis, como patentes, a marca, conhecimento e nome da companhia disponível para a companhia estrangeira em troca de *royalties* ou outra forma de pagamento (CAVUSGIL; GHOURI; AGARWAL 2002).

Keegan e Green (1999, p. 254) definem licenciamento como "um acordo contratual pelo qual uma empresa (a licenciadora) coloca um bem a disposição de outra (a licenciada), em troca de pagamento de *royalties*, taxas de licenciamento ou alguma forma de remuneração".

A licenciadora é aquela que busca uma firma estrangeira independente, com o objetivo principal de penetração em um mercado estrangeiro. Algumas das vantagens deste

modelo de negócio são: o licenciamento é um modo simples e rápido de entrada no mercado externo e requer baixo capital; recebimento de *royalties* é garantido e periódico, enquanto que exportações e investimentos diretos implicam em fontes flutuantes e altos riscos (CAVUSGIL; GHAURI; AGARWAL, 2002).

O licenciamento é um modo de entrada no mercado internacional e de expansão com grande apelo no mercado. As empresas que têm uma tecnologia avançada, *know-how* ou uma marca consolidada podem se aproveitar de acordos de licenciamento para ampliar a sua rentabilidade com baixo investimento (KEEGAN; GREEN, 1999).

Os pontos negativos deste tipo de operação são: falta de controle do planejamento de marketing e processos de produção no mercado alvo (os parceiros de hoje podem ser os competidores de amanhã); a renda do licenciamento pode ser bem menor se comparada à exportação direta ou investimento no mercado alvo; a exclusividade nos contratos de licenciamento impede o uso de alternativas de modo de entrada até o fim do contrato firmado no mercado estrangeiro (CAVUSGIL; GHAURI; AGARWAL, 2002).

De acordo com Cavusgil, Ghauri e Agarwal (2002), a franquia é uma forma de licenciamento em que a empresa licencia um sistema de negócio bem como outros direitos de propriedade para uma companhia independente ou uma pessoa. O sistema de franquia opera sobre uma marca de franquia e segue regras e procedimentos previstos pela franqueadora. O franqueador recebe taxas, *royalties* e outras compensações do franqueado.

Para Garrido, Larentis e Rossi (2006, p. 67), franquia é

(...) um contrato no qual o franqueado concorda em atuar como solicitado pelo franqueador, tendo a empresa, desta forma, o direito de usar seus produtos e marcas. O franqueador disponibiliza um programa de marketing completo, incluindo marcas, produtos e métodos de operacionalização

As principais vantagens deste sistema estão situadas nas seguintes características: rápida expansão no mercado externo com baixos gastos; o negócio é estandardizado criando uma imagem distinta; riscos políticos baixos. As principais desvantagens são: falta de controle sobre as franqueadas; limitação sobre o lucro das franquias; restrições específicas do governo no mercado alvo nos termos contratuais de franquias. A franquia torna-se atrativa na medida em que uma empresa oferta um produto que não pode ser exportado, para um país estrangeiro que esta fora do alvo de investimento da empresa franqueadora e o processo produtivo é facilmente transferível para uma parte independente. A franquia não funcionará, a menos que receba suporte contínuo da empresa franqueadora,

seja no fornecimento de equipamento, ferramentas, treinamento ou assistência financeira e gerencial (CAVUSGIL; GHAURI; AGARWAL, 2002).

Conforme Cavusgil, Ghauri e Agarwal (2002), o contrato de produção ou subcontratação é o misto entre licenciamento e participação acionária.

"O contrato de produção ou a subcontratação representa uma forma de entrada em mercados internacionais através da utilização de parceiros, localizados nos mercados alvo, para a fabricação dos produtos da empresa" (GARRIDO; LARENTIS; ROSSI, 2006, p. 67).

No contrato de manufatura, a companhia anfitriã garante o processo de fabricação ou o produto em troca de um contrato com a empresa recebedora da infraestrutura. A produção pode ser exportada ou feita localmente. Este tipo de contrato requer menor compromisso, recursos financeiros e gestão de recursos. Este modo permite um rápido acesso no mercado alvo e evita os problemas de propriedade. Tal modo de entrada é recomendável quando o mercado é pequeno (injustificado o investimento de entrada) ou com altos custos de entrada. Uma das dificuldades é encontrar um fabricante local adequado, que oportunize os requisitos de qualidade, assistência técnica e níveis de produção exigidos. O risco é que a empresa acaba capacitando um possível competidor no futuro (CAVUSGIL; GHAURI; AGARWAL, 2002).

Segundo Cavusgil, Ghauri e Agarwal (2002), ainda existem outras modalidades menos comuns, como por exemplo: A transferência de tecnologia internacional, contrato de troca, *buyback* ou recompra, *clearing* e *turnkeyprojects*.

A transferência de tecnologia internacional é um modo que envolve várias situações orientadas com veículos não exclusivos. Tecnologia e a "expertise" de serviços podem ser trocadas por meio de padrões de arranjos de exportação ou projetos de trabalho, acordos de licenciamento, *joint ventures* e investimentos diretos. O *countertrade* ou contrato de troca é uma das formas mais antigas de negócio, mas emergidas em diferentes momentos no mundo comercial. Essa operação refere-se à transação entre exportador e importador de bens ou serviços ao invés de liquidações financeiras. O *counterpurchase* é a denominação para o tradicional comércio de troca, em que os bens são trocados por bens (por ex.: açúcar por bananas). A *counterpurchase* é considerada a versão sofisticada do contrato de troca.

Nesse sistema de acordo, as partes assinam diferentes contratos especificando os bens ou serviços comercializados. Em caso de uma troca desigual, o valor restante pode ser realizado por meio de transação financeira. O modelo *buyback* ou recompra é outra

modalidade de contrato de troca que uma firma concorda em fornecer tecnologia e equipamentos por uma determinada empresa em troca de produtos provenientes desta mesma planta. O *offset* é geralmente encontrado em setores relacionados à defesa e nas vendas de itens com altos valores, como de aviões de guerra. Os países em desenvolvimento ao adquirir estes aviões exigem que parte de sua produção seja realizada no país comprador. Tal condição pode ser colocada em sua defesa e contratos de grande escala podem ser realizados por meio de coprodução, licenciamento, subcontratação e *joint ventures*. O modo *clearing* envolve a criação de contas de compensação para manter depósitos para efeito de retiradas para o comércio. Alguns países compram e vendem diferentes bens e serviços com o objetivo de restaurar a balança comercial a longo prazo. O *turnkeyprojects* refere-se ao contrato para a construção de instalações operacionais, como por exemplo, as usinas de energia, papel e celulose e são transferidas para um proprietário estrangeiro quando o projeto está finalizado para iniciar as atividades. O contratado é obrigado a prover serviços como gestão e treinamento depois da conclusão da construção. Em geral, esses projetos envolvem milhões de reais e dispõem enormes recursos financeiros, dessa forma restringindo esta opção a poucas empresas. Uma tendência contínua é as negociações serem realizadas através de pacotes, contendo desde maquinários, equipamentos, tecnologia e o próprio conhecimento (CAVUSGIL; GHOURI; AGARWAL, 2002).

3.2.2.3 Modos de entrada por investimento

Os principais modos de entrada por investimento são baseados principalmente nas alianças estratégicas (incluindo *joint ventures*) e investimentos estrangeiros diretos (CAVUSGIL; GHOURI; AGARWAL, 2002; GARRIDO; LARENTIS; ROSSI, 2006).

Segundo Cavusgil, Ghauri e Agarwal (2002) as *joint ventures* são um tipo específico de propriedade compartilhada por duas ou mais firmas. Este tipo de modelo é comum para as empresas que partem para um estágio de exportação mais regular de envolvimento no exterior em que a participação local é mais desejada.

Para Keegan e Green (1999), a *joint venture* com um sócio local compõe um modo de participar de maneira mais efetiva em um mercado estrangeiro através de exportação ou por meio de concessão de licenças.

Dependendo das ações compartilhadas, as *joint ventures* podem ser classificadas em minoritária, majoritária e com participações iguais (50% / 50%). Esta modalidade, em

alguns casos, pode ser a única saída para participação acionária em países que proíbem ou desencorajam os empreendimentos com único acionista. A *joint venture* provê uma alternativa com benefício mútuo entre as empresas unidas. Para ambas as firmas, o empreendimento significa um compartilhamento de capital e riscos e utilizam as fortalezas de cada uma (CAVUSGIL; GHAURI; AGARWAL, 2002).

Em alguns casos a *joint venture* pode ser a única forma de acessar um mercado ou região, se a atuação governamental na concessão de contratos favorecerem apenas as empresas nacionais ou se as leis daquela região não permitirem o controle acionário estrangeiro, mas autorizam as *joint ventures* (KEEGAN; GREEN, 1999).

Esta parceria apenas é bem sucedida na medida em que há paciência e flexibilidade entre as firmas. No entanto, na parceria é necessário que seja determinado o papel dominante para conduzir o empreendimento ao sucesso. Um dos pontos críticos da *joint venture* refere-se à busca de um parceiro local, por esta razão é comparada a um casamento que frequentemente termina em divórcio. Cada empresa que participa da *joint venture*, adquire habilidades e a posse de recursos do outro parceiro (CAVUSGIL; GHAURI; AGARWAL, 2002).

Conforme Cavusgil, Ghauri e Agarwal (2002), o Investimento Direto Estrangeiro (IDE) envolve a transferência de uma empresa para um mercado foco, que permite a empresa ter os benefícios e as vantagens competitivas deste novo mercado. A produção local deve ter menores custos se comparado com a entrada via exportação (economia com logística e impostos alfandegários).

Para Garrido, Larentis e Rossi (2006, p. 68), o investimento externo direto é "a forma de internacionalização que requer um nível maior de comprometimento por parte da empresa pelos riscos e controles envolvidos. Contudo, os retornos tendem a ser superiores aos das demais estratégias estudadas".

Tal estratégia deve permitir aos fabricantes obter uma maior e mais uniforme qualidade nos serviços de fornecimento no país anfitrião. Os investimentos indiretos podem fornecer vantagens competitivas como a maior facilidade de adaptação dos produtos e poder de compra. Este tipo de modalidade requer geralmente maiores investimentos, com isso aumentando o risco (especialmente o risco político). Recomenda-se que a empresa ganhe experiência neste mercado alvo por meio de operações mais simples como exportação antes de adotar o IDE. Esse modelo precisa ser analisado no contexto político, econômico, social e ambiente cultural. Em geral, os investimentos

estrangeiros são realizados em situação que há pequena ou nenhuma competição e por essa razão sendo mais difícil para localizar uma unidade empresarial para ser adquirida.

Para uma empresa que decide a entrada em um determinado mercado por meio de IDE com a totalidade da propriedade sobre a subsidiária tem duas opções: (a) um investimento que começa a operação do zero (este tipo de opção requer menos investimento, pois o investimento é direcionado apenas no necessário) ou (b) adquire uma empresa já existente (nesta opção a companhia ganha em velocidade e pode se aproveitar de uma determinada posição que a firma possua no respectivo mercado) (CAVUSGIL; GHAURI; AGARWAL, 2002).

Para Cavusgil, Ghauri e Agarwal (2002), ainda existe uma outra modalidade denominada de subsidiária. É uma opção para as empresas possuírem somente uma rede de distribuição em um mercado estrangeiro para explorar a uniformização das vendas e oferecer as facilidades de um bom pós-venda. Normalmente essa opção é adotada quando requer produtos com intensiva tecnologia e o serviço de pós-venda é um critério importante de compra. Uma das facilidades da instalação de uma empresa em um determinado alvo reside na possibilidade de aprendizado contínuo naquele mercado. Caso a empresa tenha um conhecimento claro sobre a terceirização em um país em que já existe uma rede com a empresa de propriedade, a empresa precisa procurar terceirizar nichos para ganho de competitividade.

3.3 CINEMA

Considerada a sétima arte, o cinema completa mais de um século de história. O setor cinematográfico é composto por diversos ciclos. Desde seu surgimento em terras francesas em 1896, passando pelo desenvolvimento da indústria cinematográfica principalmente por franceses e norte-americanos responsáveis pela tríade industrial (Thomas Edison, Auguste e Louis Lumière e Charles Pathé) até o período analisado neste trabalho a partir da década de 1990. O Brasil rapidamente adota a novidade, meio ano depois da sua criação, o aparelho cinematógrafo, desembarcava no Rio de Janeiro. Desde o princípio do cinema, como uma simples invenção até os presentes dias, os avanços são significativos. Esta seção pretende descrever a chegada do cinema no Brasil e como são divididos seus ciclos. Posteriormente, busca-se contemplar o aparecimento internacional do cinema, a construção da indústria cinematográfica, a identificação dos elos da indústria do cinema e a magnitude do setor cinematográfico internacional e brasileiro.

3.3.1 O cinema no Brasil

Gomes (1980) e Simis (2008) atribuem o advento do cinema brasileiro ao ano de 1896. A invenção dos irmãos Lumière, denominado de cinematógrafo, foi patenteada e registrada na França seis meses antes de desembarcar no território brasileiro. Na chegada ao Rio de Janeiro, local da primeira exibição do aparelho *omiographo*, imediatamente despertou o interesse dos expectadores pelas diversas imagens projetadas sobre uma tela. Pouco tempo depois, o Brasil já produzia seus filmes. Até recentemente era conferido o pioneirismo às imagens da Baía de Guanabara datadas de 1898 captadas por Afonso Segreto ao retornar da França com um aparelho. No entanto, Simis (2008) comenta que pesquisas divulgadas recentemente apontam as primeiras obras cinematográficas do ano de 1897, como *Maxixe de Vitor de Maio*.

Simis (2008) comenta que o meio intelectual do Brasil não subestimou as possibilidades desta nova ferramenta denominada cinema. Em 1904, Olavo Bilac prognosticava a importância que esta nova ferramenta poderia representar ao país

Talvez o jornal futuro, para atender à pressa à ansiedade, à exigência furiosa de informações completas, instantâneas e multiplicadas, seja um jornal falado e ilustrado com projeções animatográficas, dando a um só tempo a impressão auditiva e visual dos acontecimentos, dos desastres, das catástrofes das festas etc. (SIMIS, 2008, p. 20)

Através do apanhado histórico torna-se evidente a rápida apropriação do cinema pelo Brasil. Tão logo se popularizou, alcança reconhecimento por parte dos intelectuais de sua importância para o futuro do país.

Simis (2008) comenta que no período de 1908 a 1913, a atividade cinematográfica foi principalmente marcada pela atuação dos imigrantes que produziram diversos filmes falantes e cantantes. A maioria dos filmes, em seu primórdio, eram curtas-metragens, muitos deles documentários e um quarto de ficção. Como na época era habitual a exibição de curtas, facilitava a exibição de filmes nacionais naquele momento.

Para Marson (2006) a história do cinema brasileiro é resumida através de ciclos históricos, cunhados por diversos estudiosos (BERNARDET, 1979; CALIL, 2000; RAMOS, 2000) dividiu o cinema nos seguintes períodos: a Bela Época (década de 1910), Cinédia (década de 1920), Atlântida Cinematográfica (1940-50), a Vera Cruz (1950), o Cinema Novo (1960), o Cinema Marginal (1960-70), Cinema da Boca do Lixo (décadas de

1970-80) e EMBRAFILME (1969-90). Em todos esses períodos existem uma característica em comum na relação no campo cinematográfico: a busca constante pela manutenção da produção e pela sobrevivência do “produzir” cinematográfico no Brasil.

Para compreensão do desenvolvimento do cinema nacional, é fundamental entender como ocorreu o processo de evolução internacional do cinema que trouxe reflexos significativos no território Brasileiro.

3.3.2 A descoberta do cinema

Segundo Gatti (2008), a evolução do cinema internacional ocorre a partir do desenvolvimento de três empresas, onde os fundadores transformaram-se em mitos da sétima arte. O pioneirismo do cinema é atribuído a Thomas Edison, Auguste e Louis Lumière e Charles Pathé, cada um deles foi proprietário dessas três organizações. Por meio de suas empresas, os precursores do cinema, elaboraram os primeiros sistemas de produção, distribuição e exibição de filmes que se tem informação. A característica fundamental desse processo produtivo e de comercialização é a atuação de forma verticalizada, protegendo os interesses patrimoniais e autorais de forma persistente. Eles também se tornaram pilares da indústria, se transformando em verdadeiros paradigmas da história do comércio cinematográfico mundial. O período que esses grupos operaram no cinema diferiu de caso a caso. Enquanto alguns estiveram mais tempo em operação, como Lumière e Pathé, Edison deixaria a atividade antes de 1920. Contudo, durante 18 anos, período compreendido entre 1896 e 1914, esses três expoentes responderam por considerável parcela da indústria do cinema mundial.

Para Gatti (2008), os modelos instituídos pelos irmãos Lumière e Edison tinham como base a estrutura comercial baseados em produção e comercialização de filmes. Os diferentes modelos apresentavam diferenças sutis no que tange o gerenciamento de empresas. Por exemplo, do lado americano desenvolvido por Edison temos um modelo de corporação moderna de produção em larga escala. Em contrapartida, do lado dos irmãos Lumière, o modelo europeu (em especial o francês), caracterizava-se por empresa do tipo familiar e produção artesanal. Essas diferentes formas de produção estabeleciam uma relação direta com o projeto desenvolvimentista desses países, os Estados Unidos e França. A característica em comum existente nestes dois modelos encontra-se um projeto hegemônico para controle da atividade cinematográfica, nos diferentes níveis, que ambos

os países aspiravam. No entanto para atingir esses objetivos, foram utilizadas diferentes práticas. Abaixo é abordado os diferentes modelos e suas especificidades.

Conforme Gatti (2008) o modelo norte-americano de Thomas Edison começou operando comercialmente através de venda direta de filmes e equipamentos, e em seguida, passando a atuar com uma representação por localidade. Diferentemente dos irmãos Lumière, que adotaram o sistema de venda casada, inicialmente onde fosse a máquina, iria também um operador tanto para o equipamento como para o filme. Também é importante sublinhar que o primeiro aparelho cinematográfico no seu próprio sentido, para projeção de imagens em movimento, foi elaborado no laboratório de pesquisa da empresa de Thomas Edison, que contou com significativo apoio do cientista de origem escocesa William K. Dickinson, especialista em aparelhos ópticos.

As imagens em movimento eram captadas em um galpão metálico nomeado de *Black Maria*. Esta invenção denominado de cinetoscópio, patenteado pelo norte-americano Edison em 1891, processava cerca de 15 metros de filme para exibição. A máquina funcionava através da colocação de moedas em salões localizados em distintos pontos, primeiramente em 1894 em Nova York, mas posteriormente em Londres, Berlim e Paris. Através dessa breve descrição, evidenciam-se as características comerciais do produto e, dessa forma, salientando que o cinetoscópio era produzido em um modo racional de produção capitalista do período. Ou seja, para se fazer um filme, o produto daquela indústria, era necessário uma unidade fabril, neste caso um estúdio, denominada de *Black Maria*. Posteriormente, os filmes da Edison Company teriam sua distribuição através de agentes ou representantes que adquiriam os direitos de comercialização por altas quantias da Edison Manufacturing Company. A sistemática funcionava como um adiantamento de dinheiro, por meio da aquisição da representação e a utilização da marca. Os agentes tornavam-se distribuidores de filmes e equipamentos cinematográficos. O sistema utilizado por Edison era o que atualmente se denomina *peep-show*. Esse equipamento é um tipo de abertura ótica que o espectador olha as vistas ou fotografias animadas. Este sistema tinha sido idealizado para o consumo individual, pois para Edison, era mais lucrativo a exploração dessa forma. Contudo a estratégia escolhida, ia em uma direção oposta da tradição posterior de lanternas mágicas e espetáculos óticos consumidos de forma coletiva que ocorre até os presentes dias (GATTI, 2008).

Segundo Gatti (2008), a primeira exibição pública comercial é atribuída ao grupo Tate-Lombard-Benson através de um pedido de 25 unidades de cinetoscópio em meados de 1894. Apesar da tentativa do grupo em adquirir os direitos de exclusividade para

comercialização, Edison possuía planos de operar através de vendas diretas. Então o grupo Tate-Lombard-Benson contentou-se em operar somente em salões para exibição. As primeiras máquinas tinham um custo de 250 dólares à unidade e vieram acompanhadas de 10 filmes com o custo de 10 dólares cada e que foram pagos na abertura. Através deste primeiro episódio, demonstra a vocação do cinema como um negócio do entretenimento, cujo objetivo principal era o lucro. O investimento inicial aportado pelo primeiro grupo exibidor não era desprezível, dessa forma o maior problema era como atrair público para recuperar o investimento, pois como era ainda uma novidade ainda não havia um público formado. Segundo Gatti (2008, p. 17), o historiador Gordon Hendricks obteve o seguinte depoimento a respeito do grupo pioneiro de exibição:

Nós, então, decidimos instalar 10 das vinte e cinco máquinas em Nova York [...] Aqui, as dez máquinas foram colocadas no centro da sala em duas filas com cinco máquinas cada, delimitadas por correntes metálicas para que os espectadores pudessem se debruçar quando assistissem às figuras animadas. Um ingresso, ao preço de vinte e cinco centavos de dólar, permitia que o possuidor pudesse assistir aos cinco filmes de cada fila. Se ele quisesse ver os filmes das duas filas deveria comprar dois ingressos [...] Eu gostaria agora de gravar o nome da pessoa para quem eu vendi o primeiro ingresso

O resultado comercial do primeiro dia foi bastante animador, pois aproximadamente 480 pessoas assistiram a novidade do período entre duas horas até a uma hora da madrugada. Também, pode-se afirmar que naquele momento o cinema era uma diversão para as classes média e alta.

Segundo Gatti (2008), no modelo europeu dos irmãos Lumière é conferido o pioneirismo do sistema de exibição coletivo, como se encontra atualmente a exibição cinematográfica. Os experimentos de projeção de imagens para mais de uma pessoa foram desenvolvidos de forma simultânea nos Estados Unidos e na Europa, a partir de uma combinação do cinetoscópio de Edison e a lanterna mágica.

Em 1895 na França, os irmãos Lumière introduziram seu cinematógrafo, uma combinação de impressora, câmera e projetor. O “batismo” dessa invenção ocorreu no dia 11 de julho de 1895 em Paris, momento esse ilustrado pelo expectador André Gay

O cinematógrafo era iluminado por uma lanterna Molteni. As imagens eram projetadas sobre uma tela a cinco metros de distância, constituída por um pano fino e transparente estendido no vão de uma porta que separa dois salões. Em um deles, os espectadores viam as imagens por reflexão, no outro as mesmas imagens apareciam com a mesma clareza, mas por transparência (GATTI, 2008, p. 18-19).

Gatti (2008) assinala a consciência dos irmãos Lumière quanto às possibilidades de ganho e potencial econômico da novidade que tinham em mãos. Eles não vendiam apenas uma novidade ou uma simples engenhoca e sim uma nova forma de espetáculo moderno. E esta nova tecnologia encontraria um grande desenvolvimento. Os inventores do cinematógrafo tinham ciência das possibilidades de grande e rápida fortuna, pois tinham conhecimento do sucesso alcançado pelo cinetoscópio em território norte-americano e, posteriormente, em solo europeu. Os irmãos Lumière também possuíam um sistema bastante oportuno de atividade cinematográfica, pois foram também projetoristas, revelavam filmes, criaram atualidades/documentário e fizeram as primeiras montagens de filmes.

Para Gatti (2008), seguindo o exemplo de Edison, os irmãos franceses também colocaram seu invento a ser consumido, de forma inicial, pelas classes mais abastadas daquele período. O valor do ingresso era de um franco o que tornavam a classe parisiense menos favorecida desconfiada. A primeira exibição do cinematógrafo aconteceu no final de 1895. No Grand Café, ocorreu uma sessão mista, com convidados e venda de ingressos. Estiveram presentes 33 pessoas entre anônimos e famosos. No entanto uma áurea de dúvida com relação à incerteza das possibilidades comerciais. Por exemplo, o famoso Georges Méliès chegou a afirmar na *premier* “Audacioso e suicida, meu velho Antoine. [...] Enfim, na falta de espectadores, o seu salão poderá servir de apartamento para os amigos ou como um canto para você ficar quando vier a Paris” (GATTI, 2008, p. 20). Naquele momento histórico evidenciam-se diferentes expectativas sobre o cinema, por um lado os entusiastas Lumière e do outro os céticos, como por exemplo Méliès. Para alcançar seus objetivos, os inventores franceses contaram com o importante apoio do renomado Charles Moison, responsável pela fabricação de duzentas unidades dos cinematógrafos Lumière adquiridos pelo empresário Jules Carpentier. Uma diferença entre o equipamento norte-americano e francês era suas dimensões. Enquanto que o cinematógrafo era um equipamento considerado leve e tecnicamente perfeito que facilitava o seu transporte, o equipamento americano de Edison era bastante volumoso e havia sido projetado para manter-se confinado a um estúdio em razão da sua difícil mobilidade.

De acordo com Gatti (2008), Charles Pathé pode ser considerado a figura mais influente do desenvolvimento comercial da indústria do cinema em termos mundiais. Antes de entrar diretamente no ramo cinematográfico, Pathé era um pequeno comerciante em Vincennes e posteriormente penetrou na área do entretenimento, primeiramente como fotógrafo para audição pública. A partir do conhecimento da invenção do cinema, passou a

ter interesse pelo cinematógrafo de Lumière e adquiriu rapidamente um aparelho a Henry Jolly. Com a posse do novo instrumento, Pathé foi exibidor ambulante, percorrendo as províncias francesas com a novidade das imagens em movimento. Depois, o mesmo, começou a produção de seus próprios filmes em um estúdio construído na cidade de Vincennes, onde descobriu o renomeado diretor Zecca, o primeiro grande diretor do cinema francês a atuar para um estúdio nacional. Também se tornaria o maior colaborador e responsável pelo sucesso do pioneiro Pathé. A empresa Pathé Frères, ficou mundialmente conhecida, pois

[...] comercializou aparatos de projeção e filmagem antes de elaborá-los. Durante a década que precedeu a Primeira Guerra Mundial, Pathé converteu a sua empresa em uma companhia cinematográfica internacional, alcançando cerca de um terço das vendas desse setor. Praticou uma política de concentração vertical, construção de estúdios, fábricas de filmes positivos (FLICHY, n/d, p.26 APUD GATTI, 1998, p. 25).

Assim como o exemplo de Edison e dos irmãos Lumière, a empresa Pathé Frères tinha sua estrutura verticalizada, fabricando equipamentos e insumos para captação, projeção e distribuição de filmes. Seus variados tipos de serviços contribuíram para que atingisse o posto de maior produtor de cinema do início do século 19. A empresa de Pathé foi a maior referência, na França e no resto do mundo, no processo comercial e industrial, copiados pelos adversários de uma forma geral. É importante salientar o significativo crescimento econômico de Charles Pathé, bem como do seu império. No ano de 1896, Charles, possuía um montante de 24 mil francos em seu capital. Quase duas décadas depois, em 1913, seu império era avaliado em mais de 20 milhões de francos. Em pouco tempo a Pathé Frères tornou-se a organização dominante no setor na Europa Ocidental, além de possuir bom posicionamento na Rússia e Estados Unidos. Inclusive no Brasil, a empresa teve sua participação em destaque, através da participação nos filmes do francês Max Linder, o principal comediante da época, atingindo uma legião de fãs (GATTI, 2008).

Além do pioneirismo do cinema ser atribuído a Thomas Edison, Auguste e Louis Lumière e Charles Pathé através da adoção de diferentes métodos de atuação da indústria do cinema, os mesmos auxiliaram também na identificação dos diferentes elos da indústria cinematográfica que são utilizados até os presentes dias.

3.3.3 Cinema nacional

Ao tentar analisar a definição sobre cinema nacional depara-se com dois aspectos: a estética cinematográfica (quais são as características peculiares para aquele local

analisado) ou uma discussão geográfica e econômica sobre a produção de um dado bem ou serviço.

Sobre o primeiro aspecto, a literatura corrobora de maneira mais clara, dimensionando através da evolução histórica, as características que foram marcantes naquele período. É como abordar o período do Cinema Novo, atribuído a Estética da Fome. Mas somente isso, também de certa maneira reduz a toda gama de produções existentes nos diferentes períodos. O jornalista e professor da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) Nísio Teixeira escreve a revista de cinema Zingu, sobre o que é cinema brasileiro. Em um dos trechos do texto ele afirma que

(...) a ideia de que o cinema brasileiro é aquele que, de certa forma, faz do Brasil e do cinema também sua profissão de fé. É que, por isso mesmo, talvez o cinema brasileiro seja aquele que reinterpreta essa pergunta de maneira eloqüente em seus filmes. É, a um só tempo, um exercício de reconhecimento (ou descobrimento) pelo espectador, em um filme, de geografias, hábitos, problemas, costumes e personagens brasileiros – ou de suas diferentes representações (*Lábios sem beijos, Macunaíma, Marvada carne, Cinema, Aspirinas e Urubus*). Mas também pode ser uma forma brasileira de olhar o mundo (*Terra Estrangeira*) e, oxalá, a percepção, em contraponto, de como o mundo nos olha (*Orfeu da Conceição*).¹¹

Mas por outro lado, para fins do presente estudo, o cinema nacional deve ser caracterizado como um produto, resultado da indústria cinematográfica. De uma forma superficial, bastava utilizar a máxima onde a nacionalidade do produto era definido a partir do local onde fosse produzido. Mas e o cinema? A partir de um panorama, onde um filme pode ser rodado em um país, ser produzido por outro e ter o corpo do elenco de um terceiro país? Como apontar de qual nacionalidade é esse cinema? Não há uma resposta correta e tão pouco uníssona.

Neste trabalho, compreende-se por cinema nacional toda obra que recebeu minoritariamente ou majoritariamente recursos provenientes do país em questão. Ou seja, o filme brasileiro será aquele que recebeu investimentos do Brasil, não importando o montante. Neste presente será considerada uma coprodução, com a participação do Brasil entre os produtores, também como uma obra nacional.

Sobre a discussão de filme nacional não há um parecer ou um esgotamento sobre tal debate. Também não é a intenção do presente estudo convencer de um único viés. No entanto, tal discussão não deve passar despercebida e deve ser tema de outras incursões teóricas.

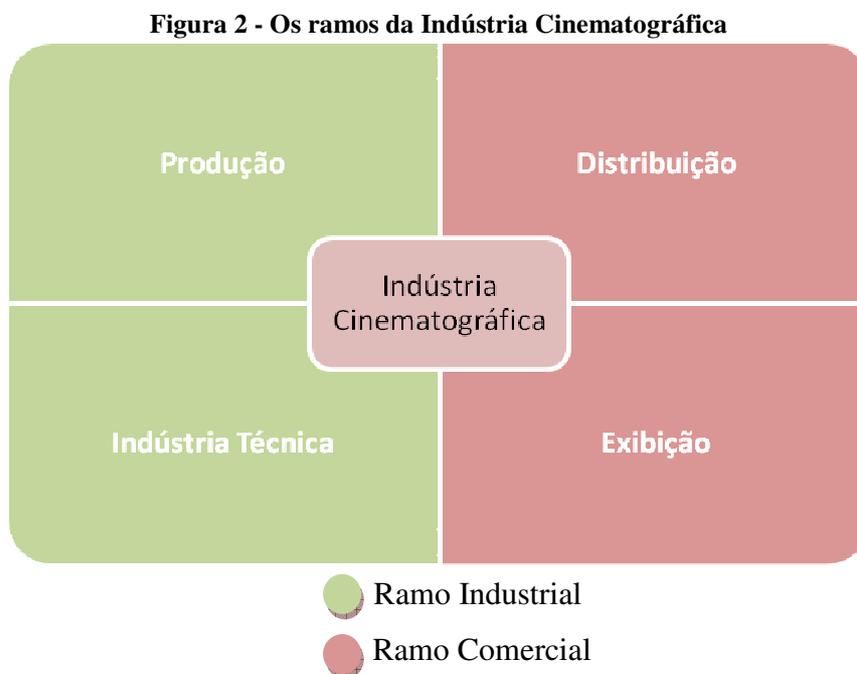
¹¹ TEIXERA, Nísio. O que é cinema brasileiro?. Disponível em: < <http://revistazingu.net/2011/05/20/o-que-e-cinema-brasileiro-5/>>. Acesso em: 08 mar. 2013.

3.3.4 A divisão da indústria cinematográfica

Segundo Gatti (2008) no surgimento do cinema, período compreendido entre 1893 e 1895, ainda não havia a divisão clássica do setor cinematográfico. Existia, de fato, nas primeiras empresas do setor, uma integração vertical entre, praticamente, todos os componentes do setor cinematográfico. No entanto, entre os pioneiros da indústria já se encontravam diluídos os diferentes (e futuros) ramos da indústria. A divisão da indústria em áreas especializadas veio a partir da necessidade de desenvolvimento, bem como do aumento do grau de complexidade criado no processo de consolidação.

O produtor, para levar a cabo o seu projeto, recorre a algumas empresas de prestação de serviço denominadas de indústrias técnicas (estúdios, laboratórios, auditórios etc.). Posteriormente, o interlocutor do produtor é o distribuidor. Este que era muito mais que simplesmente um investidor [...] A exploração constituiu o último elo da cadeia produção-distribuição (FLICHY, n/d, p.26 APUD GATTI, 1998, p. 24-25).

A indústria cinematográfica divide-se em quatro ramos principais: produção, distribuição, exibição e indústrias técnicas. O ramo industrial é composto pela produção e indústria técnica, enquanto que o ramo comercial é formado pela distribuição e exibição (FIGURA 02).



Fonte: Elaborado pelo autor segundo informações de GATTI (2008).

A **produção cinematográfica**, em termos econômicos, é o componente que possui o maior nível de concentração de capital e de trabalho, e também é o encarregado pela manutenção econômica de todos os elos da cadeia produtiva da indústria cinematográfica. É evidente, por exemplo, que para as superproduções do cinema, milhares de indivíduos estejam envolvidos direta ou indiretamente. Mesmo as pequenas produções exigem um razoável time de profissionais para a concretização de uma produção. Portanto, conclui-se que as obras cinematográficas desenvolvidas buscam se espalhar pelo mundo para elevar o capital de maneira mais rápida, em que somente é possível com uma distribuição organizada de filmes no mercado internacional. Pois raramente o mercado local é capaz de amortizar e gerar os lucros necessários, principalmente das grandes produções, para o montante empregado de capital (GATTI, 2008).

A **distribuição cinematográfica** é a responsável pela circulação do filme no mercado e pela proliferação de filmes nos mais diversos circuitos de exibição. Para as grandes produtoras-distribuidoras, quanto mais elevado for seu poder de distribuição, maior será a capacidade de concentração da renda, um modelo de verticalização mais rotineiro nas cinematografias paradigmáticas. Nas regiões periféricas, verifica-se com maior frequência a verticalização da exibição e distribuição em função dos filmes importados, como destacado por Léglise e Peters no seguinte trecho “o produto da indústria cultural tem uma relação imediata com as suas condições de produção e exigências de circulação.” (LÉGLISE; PETERS, 1966 *apud* GATTI, 1998, p. 26).

A organização em esfera internacional é mais vantajosa e interessante no que tange aos ganhos de capital. Caso contrário, a grande parte das cinematografias centrais não poderia aproveitar-se dessa posição privilegiada que se encontram, pois a partir do desenvolvimento da tecnologia empregada na produção cinematográfica, aumentariam de forma substancial os custos da indústria, impossibilitando, na maioria dos casos, um único território ser capaz de remunerar com lucro um determinado investimento em uma produção cinematográfica (GATTI, 2008).

A **exibição cinematográfica** é possivelmente o ramo mais capilarizado da indústria, bem como democrático, no que se refere ao ingresso de novos investidores. Este componente desenvolveu-se e espalhou-se de forma mais dinâmica em outros ramos. Isso é comprovado pelo fato de muitos países serem incapazes de produzir filmes, porém são capazes de exibi-los. Esse é caso de países como Equador, Chile e Uruguai, por exemplo, que possuem uma baixa filmografia, mas dispõem de uma estrutura de exibição

organizada. O número mundial de salas de exibição variou bastante no século passado, porém não se pode desprezar os fenômenos do ponto de vista econômico e social.

Uma das características do ponto de exibição comercial repousa na concentração horizontal, principalmente no território brasileiro (ramo que mais evoluiu no Brasil). Um aspecto relevante é que apesar de possuir um significativo acervo imobiliário e de bens de capital, a exibição é dependente tanto da produção como da distribuição. Isso ocorre em função do filme ser uma mercadoria atípica com características únicas dentro de uma tradicional forma de produção. Na ausência do fornecimento da película cinematográfica, o exibidor não tem como substituir por outro produto, ao contrário do que ocorre no comércio de produtos tradicionais (GATTI, 2008).

As **indústrias técnicas do cinema** estão mais presentes nas regiões com alto desenvolvimento industrial, pois este ramo acolhe, em duas instâncias, a indústria cinematográfica. A primeira instância corresponde à realização do filme e todo ferramental tecnológico empregado para sua realização. Na segunda instância, a indústria técnica contribui para as adequações necessárias para o consumidor-receptor, como o aprimoramento da cor ou som, por exemplo. Ou através da disponibilização de imagens em 3D. Com relação ao aprimoramento da indústria tecnológica de apoio a produção de filmes, o surgimento do filme com som é bastante exemplificativo, pois o incremento dessa nova tecnologia representou, em média, uma elevação de 30% nos custos das obras cinematográficas nos EUA. O processo de avanço da indústria técnica é facilmente observado nas fichas de filmes comerciais, cada vez mais extensas. Isso se justifica pela criação de novos segmentos/setores tecnológicos que um filme precisa ter nos dias de hoje para competir com igualdade perante os concorrentes (GATTI, 2008).

Atualmente, o cinema através dos seus diferentes elos (a produção, distribuição, exibição e indústrias técnicas compõe o cinema) é responsável por um setor econômico altamente lucrativo. Mais adiante, este trabalho apresenta o desempenho do cinema internacional e brasileiro (5.1.3).

4. METODOLOGIA

O presente estudo caracteriza-se por uma abordagem qualitativa. A pesquisa tem o caráter dedutivo, pois não parte de hipóteses previamente formuladas. O delineamento do estudo é exploratório, porque foram criadas hipóteses para estudos futuros. O procedimento técnico da pesquisa é o estudo de caso. Segundo Yin (1981), o estudo de caso não implica em um único tipo de evidência, podendo ser feito com base em informações qualitativas e quantitativas. A evidência pode ser encontrada no trabalho de campo, gravações, relatos verbais ou observações.

Para análise deste estudo foram utilizados dados secundários provenientes dos organismos ligados ao cinema, fontes especializadas como o Observatório Europeu do Audiovisual, Filme B, ANCINE, bem como literatura especializada. Este modelo de análise permite a utilização de uma combinação com outros métodos de pesquisa. Nos estudos de natureza qualitativa é esperado a elaboração com múltiplas fontes de evidências, dessa forma contribuindo para a convergência das informações (BOWEN, 2009). Além da pesquisa documental, buscou-se entrevistas¹² com os agentes presentes no campo como representantes do setor, diretores, distribuidores e agentes do governo ligados ao setor cinematográfico (representantes da APEX e ANCINE) de forma a confrontar as informações coletadas no campo com os posicionamentos dos agentes do setor analisado. No entanto, obteve-se sucesso apenas em uma das tentativas de entrevista com o especialista no campo cinematográfico e atual presidente do Instituto Estadual do Cinema do Rio Grande do Sul¹³. Com relação aos questionários, foram confeccionados dois tipos: Produtoras/Distribuidoras¹⁴ e para as Entidades Governamentais (Apêndice A ou B). Não houve nenhum retorno dos questionários por parte das produtoras e distribuidoras, com exceção da produtora Zazen (no retorno explicitou que não trabalhava no mercado externo

¹² Nos casos da APEX, SIAESP e ANCINE foi tentando agendar entrevistas, no entanto as mesmas solicitaram que fosse encaminhado questionário.

¹³ Tem em seu currículo a direção e coordenação do Festival Santa Maria de Vídeo e Cinema. Atualmente é o presidente do Instituto Estadual de Cinema (Iecine). Atuou como presidente do Conselho Nacional de Cineclubes Brasileiros (CNC). Faz parte da Coordenação e curadoria do Cineclubes Lanterna Aurélio de Santa Maria. Integrou a Comissão Organizadora da 26ª Jornada Nacional de Cineclubes e o 2º Encontro Ibero-Americano de Cineclubes, em 2006. Além disso, atuou como diretor, produtor executivo e ator em vários curtas-metragens.

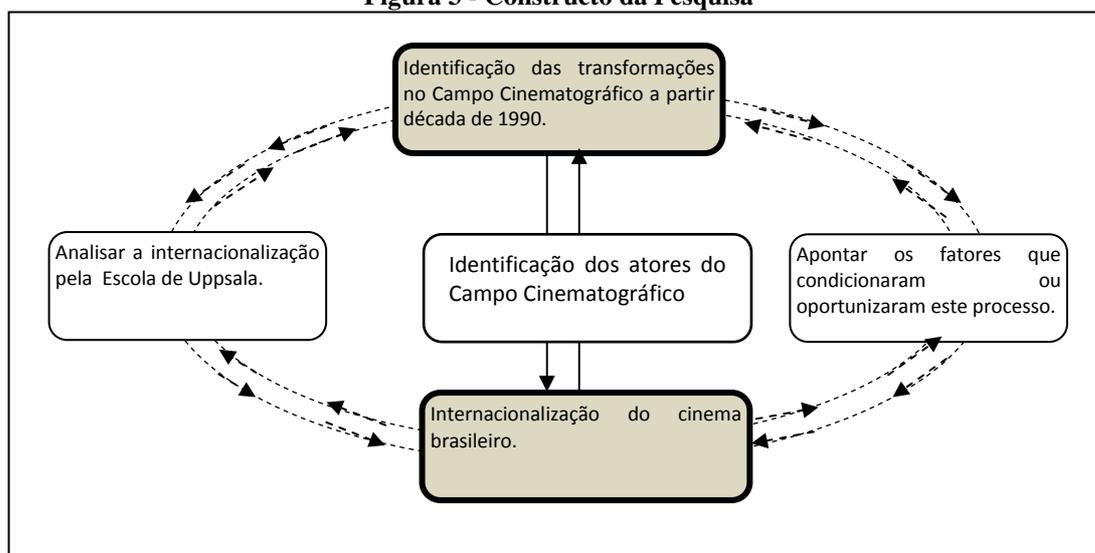
¹⁴ Foram encaminhados questionários para as seguintes produtoras: Drama Filmes, El Desierto, Gullane, HB Filmes, LC Barreto, 02 Filmes, Agencia Lama, Plateau Produções, Skylight, Tatu Film, VideoFilmes, Zazen, Zencrane. Ad distribuidoras, por sua vez, foram enviados para Distribuidoras: Downtown Filmes, Warner Bros, Imovision, Pandora Filmes, Paris Filmes, Rio Filmes.

e, por esta razão, não poderia responder aos questionamentos). Quanto às entidades governamentais, foram encaminhados questionários para: Agência Brasileira Promoção de Exportações e Investimentos (APEX) e a Sindicato da Indústria Audiovisual do Estado de São Paulo - SIAESP (idealizadores do projeto Cinema do Brasil) e ANCINE. Foi recebido dentro do prazo estabelecido apenas o questionário da SIAESP, respondidos pela Produtora de Informação e Imagem da instituição.

O recorte para análise da internacionalização do cinema brasileiro é de obras cinematográficas brasileiras ou produções conjuntas entre Brasil e outro(s) país(es), para filmes exibidos na Europa a partir de 1996. Em função da disponibilidade de informações, os dados analisados são até o ano de 2010.

Este trabalho tem como objetivo compreender as características que condicionam ou oportunizam a entrada de obras cinematográficas brasileiras no mercado internacional a partir da década de 1990. Para entender tais premissas, foi necessário o desenvolvimento de cinco etapas: (1) Identificação das transformações no Campo Cinematográfico a partir da década de 1990; (2) Identificação dos atores do Campo Cinematográfico; (3) Internacionalização do cinema brasileiro; (4) Analisar a internacionalização pela Escola de Uppsala; (5) Apontar os fatores que condicionaram ou oportunizaram este processo (FIGURA 03).

Figura 3 - Constructo da Pesquisa



Fonte: Elaborado pelo autor a partir do presente estudo

A primeira fase consistiu na construção do campo cinematográfico a partir da década de 1990, identificando os principais acontecimentos do segmento na esfera privada e pública. A partir desta construção, são ilustrados os atores presentes neste campo,

analisando os principais componentes da cadeia cinematográfica (produtor, distribuidor, diretores e exibidores) atribuindo o papel de dominadores, desafiantes e unidades de governança.

A segunda fase abrangeu o detalhamento da internacionalização do cinema brasileiro a partir da década de 1990. A coleta de dados partiu da base de dados do Observatório Audiovisual Europeu e ANCINE. Nesta etapa, buscou-se fazer um tratamento das informações, analisando quais diretores e distribuidores possuem maior penetração do mercado externo e, além disso, entender qual a representação das coproduções neste movimento das obras brasileiras no mercado externo. Somado a isso, ocorreu, no primeiro semestre de 2013, coleta das informações através de entrevista semi-estruturada e por meio de questionários. O roteiro (Apêndice A ou B) foi constituído por questões abertas e fechadas, pautando-se em um conjunto de variáveis (Quadro 5).

Quadro 5 - As categorias analisadas para a confecção dos questionários

	Categorias	Referência
Escola de Uppsala	Razão da Internacionalização (saturação do mercado)	Johanson e Wiedersheim-Paul (1970); Johanson e Valhne (1977); Locan (2010)
	Escolha dos Mercados (Distância Psíquica)	Johanson e Wiedersheim-Paul (1970)
	Inserção no Mercado Global (Processo Incremental)	Johanson e Wiedersheim-Paul (1970); Johanson e Valhne (1977); Locan (2010)
Teoria de Campo	Dominadores, Desafiantes e Unidades de Governança.	Fligstein (2001); Fligstein e McAdam (2011)
	Legitimidade	Oliver (2006)
	Redes Sociais/ Parcerias	Oliver (2006); Mavondo, Nasution e Wong (2009)
	Influência do Governo	Oliver (2006); Mavondo, Nasution e Wong (2009)
	Aspectos culturais	Oliver (2006)
Outros	Modos de entrada no Mercado Internacional	Cavusgil, Ghauri e Agarwal, (2002); Garrido, Larentis e Rossi (2006); Keegan e Green (1999)

Fonte: Elaborado pelo autor a partir do presente estudo.

A terceira fase deste estudo caracterizou-se pela apreciação do processo de internacionalização do cinema brasileiro a partir da década de 1990, através do acesso ao desempenho dos filmes nacionais na Europa e os dados foram trabalhados por meio de estatística descritiva.

A quarta fase foi responsável pela análise do processo de internacionalização através da lente da Escola de Uppsala.

Por fim, através desta construção, na quinta fase foram apontados os fatores que condicionam e os que oportunizam a saída de obras cinematográficas brasileiras.

A principal limitação da pesquisa foi o acesso às informações. Para a filtragem dos filmes foi utilizado o Lumière¹⁵, ferramenta do Observatório Europeu do Audiovisual, utilizando o recorte dos filmes brasileiros (com participação minoritária ou majoritária nas obras audiovisuais) produzidos entre 1990 e 2011 exibidos no continente europeu. Contudo, tal ferramenta dispõe de dados de exibições somente a partir de 1996.

¹⁵ Banco de dados de espectadores dos filmes lançados na Europa.

5. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

A presente seção do trabalho tem como objetivo explicitar a coleta de informação do setor cinematográfico, bem como realizar uma análise a partir de uma amostra de filmes brasileiros exibidos no continente europeu. Para isso, o desenvolvimento desta etapa foi dividido em quatro seções: 5.1 Evolução do cinema brasileiro; 5.2 As principais transformações do campo cinematográfico brasileiro a partir da década de 1990; 5.3 Exibição das obras cinematográficas brasileiras no exterior; 5.4 A saída de obras brasileiras no exterior à luz da Teoria de Internacionalização de Uppsala.

5.1 EVOLUÇÃO DO CINEMA BRASILEIRO

Segundo Ramos (1990), no período compreendido entre a Bela Época e a Cinédia, mais especificamente entre as décadas de 1910 e 1920, a produção cinematográfica é caracterizada pelo cinema mudo. A produção de filmes neste momento histórico é bastante restrita e isolada, pois era desenvolvida em meio a grandes dificuldades. A crise da produção nacional ocorrida entre 1912/1913-1922 afetou diretamente os filmes nacionais. Os empresários do setor acabaram investindo nas obras norte-americanas. Este momento foi caracterizado pela grande dificuldade na comercialização de filmes. Entre 1913 e 1914 ocorreu, praticamente, uma paralisação total na produção cinematográfica. Apesar do comércio de distribuição e exibição ter se desenvolvido a ponto de expandir suas atividades, há uma estreita relação com o cinema industrializado. No início do século 20, o Brasil ainda mantinha uma penosa herança de um sistema econômico escravocrata e um sistema político monárquico que haviam sido extintos no final do século anterior, 1888 e 1889 respectivamente.

A partir da década de 1920 ocorre uma profunda modificação no cinema. Com o fim da Primeira Guerra Mundial (1914-1918), estimulado pelo cinema norte-americano, a estrutura de exibição se dinamiza ao mesmo tempo em que se sofisticava, abrangendo a partir deste momento diversas classes sociais. Um marco desta transição foi a inauguração do luxuoso Cine República. Neste instante o cinema passa a ser visto pela classe mais abastada da sociedade ao contrário de antes, quando era considerada uma diversão barata destinada a massa inculta. Devido a alguns fatos, como a marginalidade econômica e a falta de autenticidade dramática, o público nacional não se reconhece nas películas

nacionais, em um ciclo vicioso que chega a por em dúvida sua própria subsistência. A revista de cinema carioca *Cinearte*, era o principal veículo de divulgação do cinema norte-americano (RAMOS, 1990).

Entre as principais temáticas abordadas pelas obras brasileiras encontram-se patrióticos, históricos, romances, de crimes e criminosos famosos entre outros. Entre as regiões produtoras, encontram-se principalmente o Eixo Rio - São Paulo e algumas atividades também em Belo Horizonte (1920-1930), Campinas (1923-1927), Recife (1924-1931) e POA/Pelotas (1927-1929)

Segundo Ramos (1990), na década de 1930 ocorre uma animação da classe média urbana, que testemunham as primeiras tentativas de desenvolver a industrialização da atividade do cinema no Brasil, como as experiências da Cinédia (fundada em 1930 por Adhemar Gonzaga, precursora brasileira nos moldes norte-americanos), da Brasil Vita Filme (1934) e da Sonofilmes (1937). Em 1932 é promulgada a Lei Protecionista de Quotas através do Decreto-Lei nº 21240 assinada por Getúlio Vargas. Tal legislação tinha como justificativa a capacidade cinematográfica brasileira tanto em quantidade como qualidade dos filmes nacionais, dessa forma fixando a proporção de filmes nacionais a serem incluídos obrigatoriamente na programação de cada mês do cinema. Neste momento há uma maior preocupação com o cunho educacional do cinema do que o desenvolvimento de uma indústria cinematográfica. Para Vargas a educação era uma função do estado e entendia que o cinema era a melhor ferramenta para estimular o desenvolvimento do povo brasileiro em termos intelectuais, morais e físicos.

Para Botelho (2007), a era de Getúlio Vargas inseriu um sistema articulado na esfera federal, criando novas instituições com o papel de preservar, documentar, difundir e produzir de forma direta os bens culturais, tornando o governo federal o principal responsável pelo setor cultural. Nesta conjuntura, se destacou com um papel decisivo Mario de Andrade, relevante colaborador da política federal, que organizou o setor da intervenção do poder público no desenvolvimento da cultura. Após a revolução de 1930, na esfera do Ministério da Educação e Saúde, houve a criação do Conselho Nacional da Cultura (1938), o Serviço Nacional do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (1937), o Serviço Nacional do Teatro (1937), o Instituto do Livro (1937), o Serviço de Radiodifusão Educativa (1936) e o Instituto Nacional do Cinema Educativo (1937). Esse último foi organizado por Edgar Roquete-Pinto a pedido de Gustavo Capanema (ministro da Educação e Saúde entre os anos de 1934-1945), considerado o primeiro órgão brasileiro planejado especificamente para o cinema. O Instituto Nacional do Cinema Educativo

possuía uma função pedagógica, em consonância com o que o presidente estabelecia como o papel do cinema – fornecer uma diretriz para a educação das massas, valorizando aspectos da cultura nacional.

Segundo Botelho (2007), na década de 1930 as camadas intermediárias aumentaram em quantidade e participação, em razão da expansão do ensino médio e técnico, aumentando as possibilidades de afirmação e realização de acordo com o modelo de desenvolvimento econômico da época. A partir deste período inicia a mentalidade mais democrática da cultura, começando a ser vista como um direito de todos.

O primeiro filme com som produzido no Brasil foi Talkie em 1929. O primeiro filmusical¹⁶, Coisas Nossas, foi produzido dois anos mais tarde. Os gêneros predominantes na década foram musical, drama, comédia, futebol e histórico. As produções eram precárias em função da falta de domínio das técnicas de sonorização. O cinema durante os anos 30 sofre uma retração em razão do aumento dos custos de produção, consequência da sonorização e a prevalência de obras de ficção que exigiam maiores custos. O cinema continuava centralizado no eixo Rio – São Paulo. As principais produtoras foram: No Rio de Janeiro foram produzidos 40 filmes pelas produtoras Cinédia, Brasil Vita Filmes, Waldow Filmes e Sonofilmes; Em São Paulo foram 20 produções realizadas por Sincrocine e Cuba; Enquanto que as outras regiões produziram 10 filmes (BILHARINHO, 1997).

De acordo com Ramos (1990), em 1939 foi estabelecido a cota anual de um longa-metragem. No entanto essa ideologia era equivocada, pois acaba restringindo a produção nacional e não a estrangeira. Entre as décadas de 1930 e 1950, a união entre o cinema e a música brasileira, identificada nos filmes produzidos no RJ, possibilitou a sobrevivência e permanência dos filmes nacionais no Brasil. As elites continuavam a financiar diretamente (por meio de documentários de empresas ou de empreendimentos comerciais), ou indiretamente (cinejornais políticos), as produções entre os anos de 1930 e 1940.

Segundo Xavier (2001), a estética exigida pelo cinema, entre as décadas de 1930 e 1950, demandava um forte aparato de produção e distribuição longe das possibilidades, tornando instável e problemático a tentativa de criação de um modelo de cinema hollywoodiano no Brasil.

¹⁶ (...) filmusical brasileiro, estilo cinematográfico carioca que atualizou o amálgama da cultura popular carioca com suas revistas ilustradas do século XIX, caracterizadas pelo humor e sátira social, onde foram incluídos o samba, o carisma dos seus cantores e o apelo do rádio. (SCHVARZMAN, 2006, p. 8)

De acordo com Ramos (1990), a década de 1940 inicia com a constituição da Atlântida. Em seu manifesto publicado no Diário Oficial (20 de Agosto de 1941), salientava em tom ufanista, a intenção da instituição em contribuir para o desenvolvimento da indústria do cinema nacional, atuando de forma a equacionar a evolução do cinema como sinônimo de progresso do Brasil e também convocando a participação de todos. Um marco do cinema nesta década foi o filme Moleque Tião (1943), que trouxe elementos do neo-realismo italiano, como a utilização de locações para a filmagem e uma ambientação mais humilde (identificada com a classe trabalhadora). Para a crítica da época, a obra trazia um novo filão de filmes de modo brilhante, ressaltando as questões sociais ao invés das carnavalescas. Em 1946 ocorreu a eleição de Eurico Gaspar Dutra para presidente da República. No mesmo ano, aconteceu a ampliação da reserva de mercado de um para três filmes por ano. Na segunda metade da década 1940 foram abertos dezenas de cineclubes em São Paulo, promovendo uma participação cada vez maior nos debates sobre cinema e, especificamente, do cinema brasileiro.

Segundo Quintaneiro (2005)¹⁷, foi neste momento histórico que começou a influência do cinema norte-americano no Brasil. Além do objetivo dos ganhos comerciais, Hollywood também utilizava-se de tal ferramenta na América Latina com a finalidade de fortalecer o apoio dos governantes e suas populações para o esforço bélico na Segunda Guerra Mundial. A instituição incumbida de tal objetivo foi o *Office of Coordinator of Inter-American Affairs* (CIAA; no Brasil foi denominado de Coordenação de Assuntos Interamericanos). No Brasil, entre 1941 e 1945, os gastos da CIAA foram de US\$ 1.700.000, de economias provenientes com a cooperação com empresas brasileiras do segmento de comunicação de massa. Tal órgão foi responsável também por bloquear em solo latino-americano a difusão dos produtos da indústria cinematográfica dos países do Eixo, com o argumento de serem materiais de propaganda. No entanto, a intenção não era apenas controlar a propaganda inimiga, mas também restringir ou terminar com a presença do cinema europeu, e em paralelo, abrir espaço para as produções dos EUA. Um exemplo dessa estratégia foi o declínio do cinema mexicano e argentino que haviam tido consideráveis progressos nesta região. Neste momento, passou-se a uma acentuada perseguição às salas de projeção, inclusive as menores e interioranas, que exibissem obras produzidas pelo Eixo ou por nações ocupadas, e até aqueles feitos em solo francês antes da República de Vichy. As empresas tanto de distribuição como de exibição, uma vez

¹⁷ QUINTANEIRO, T. Cinema e guerra: estratégias e objetivos da política estadunidense no Brasil. *Comunicação & Política*, Rio de Janeiro, v. 23, n.2, p. 41-69, 2005.

colocadas na Lista Negra da CIAA por negociarem com países do Eixo, ficavam impedidas de estabelecer qualquer relação comercial com firmas norte-americanas. A dependência das empresas brasileiras por obras estadunidenses aumentavam ao mesmo passo que o interesse popular pelos filmes dos EUA. Entre os anos de 1940 e 1941, enquanto a produção nacional ficava entre 24% e 25% respectivamente, o cinema norte-americano ocupava 61% e 62%, respectivamente. Em seguida, os EUA começou um amplo programa educativo através de filmes. Por meio desses, era possível perceber o elevado modo de vida, os avanços tecnológicos e do conhecimento e as missões humanitárias, que são até os presentes dias usados como propaganda, muito provavelmente, pelos bons resultados alcançados. Por fim, as atividades da CIAA, em consonância com a embaixada e organizações civis, foram decisivas para a redução drástica do cinema europeu e, cooperando com a indústria cinematográfica, criar uma imagem dos Estados Unidos como uma nação líder da democracia e do combate ao "Eixo do mal".

Para Bilharinho (1997), os principais gêneros na década de 1940 foram comédia, comédia musical, drama e chanchadas (fimusicais/carnavalescos). As produtoras mais ativas no RJ foram Cinédia, Brasil Vita Filmes, Sonofilmes, Pan-América e Régia Filmes e Atlântida, enquanto que em São Paulo foi a Vera Cruz. Neste período foram produzidos 90 filmes, com apenas 6 produzidos fora do Rio de Janeiro.

Na década de 1950, com retorno de Getúlio Vargas pelo voto direto ao governo, ocorre a continuidade da democracia populista. Na economia, o setor industrial começava a crescer, gerando de imediato um crescimento demográfico nas principais cidades do país. Ao mesmo tempo com as levas migratórias esta situação é agravada, forçando desta maneira, a criação de um espaço cultural e político para a expressão das classes trabalhadoras. Em 1952 ocorre o lançamento da revista Cinelândia, que através de uma publicação mensal, tornou-se o principal veículo a servir ao estrelismo da Atlântida. Apesar de grande parte ser destinada ao cinema norte-americano, a Cinelândia foi basilar para o bom funcionamento da Atlântida. O surgimento da indústria cinematográfica paulista ocorre em um período de intensa atividade cultural em São Paulo. Em um curto prazo (5-6 anos) a cidade acompanha o nascimento de museus de arte, companhias de teatro, ao aumento dos concertos, escolas de arte e à construção de uma filmoteca. Diferentemente do Rio de Janeiro no qual o desenvolvimento artístico foi sobretudo do poder público, já em São Paulo por sua vez, o motor do desenvolvimento foi a burguesia (RAMOS, 1990).

No início da década de 1950 acontecem dois congressos sobre cinema brasileiro, promovendo uma maior consciência dos problemas que atingem o cinema nacional (1952 no Rio de Janeiro e 1953 em São Paulo, respectivamente). Nestes espaços foi possível perceber que não adiantava a viabilização de um cinema industrial com bons equipamentos, instalações e materialização de um cinema de cultura forte e viável economicamente, senão fossem modificados os limites de impostos no mercado com relação ao domínio do cinema estrangeiro. Esta metodologia, levou fatalmente a reflexão e busca sobre o significado cultural do cinema brasileiro (RAMOS, 1990).

Para Bilharinho (1997), a década de 1950 consolida o apogeu da chanchada através de um grande “boom” na produção com qualidade, quantidade e diversidade. Na década de 1950 foram produzidos mais de 300 filmes. Com proeminência para as produções de São Paulo (120) e Rio de Janeiro (167). No território carioca destacaram-se as produtoras Atlântida (37), Cinelândia Filmes (14), Flama Filmes (6), Brasil Vita Filmes (5), Herbert Richers (5), Jiri Dusek (4), Cinédia (3) e o produtor independente Watson Macedo (10). Em São Paulo, por sua vez, é possível citar as obras provenientes das seguintes produtoras Cinedistri (23), Vera Cruz (19), Maristela (10), Multifilmes (8), Sinofilmes (7), Kinofilmes (2) e Cinebrás (2).

Conforme Ramos (1990), em meados da década de 1950 ocorre à falência da Vera Cruz, uma demonstração de esgotamento das tentativas industriais. Tal decisão, ocorreu em função da suspensão do financiamento do Banco do Estado de São Paulo à Vera Cruz. Isso aconteceu principalmente em razão dos problemas enfrentados na produção (altos custos e desorganização) e comercialização (dificuldades de colocação de filmes no mercado internacional e ausência de apoio do setor público). Neste momento histórico, mais especificamente no fim da década de 1950, o país testemunhava a construção de sua capital Brasília, em um panorama de renovação cultural, revigorado pela eleição do presidente Juscelino Kubitschek em 1955. O Brasil era administrado em um clima favorável à expansão econômica e a industrialização, apoiada por uma ideologia desenvolvimentista. Ainda que movida por um sentimento nacionalista, tal desenvolvimento era financiado por investimentos de capital estrangeiro, cujo melhor exemplo foi o fortalecimento da indústria automobilística em São Paulo. Diversos setores se colocavam contra esses programas. Este período também testemunhou uma maior consciência política da classe média a cerca dos problemas econômicos, como o financiamento por capital estrangeiro da economia nacional, e a inflação resultante deste tipo de estratégia econômica. O Brasil estava mudando e a partir de 1960 a televisão se

expande em todas as direções, transformando-se rapidamente no meio de comunicação mais relevante do país.

De acordo com Xavier (2001), o cinema brasileiro no início da década de 1960 passou por intensos debates em torno do nacional-popular assim como da problemática do realismo (condição que remete a semelhança da conjuntura italiana). Neste contexto de liberação nacional surge a principal bandeira do Cinema Novo no início daquela década, dentro de uma conjuntura internacional que buscava uma afirmação mais sólida do conceito de nação como referência. No âmbito cinematográfico, a emergência cinematográfica nacional demonstrava ser um passo inicial rumo a uma ordem mais pluralizada na produção e consumo de filmes. Este movimento ficou marcado por um debate quanto à recusa do cinema industrial.

Para Jorge (2002), este período foi povoado por intenso debate do cinema, enquanto que Glauber Rocha baseava-se numa estética de precariedade, caracterizando-se pela recusa do cinema industrial, denominado por obras estrangeiras como *Uma estética da Fome*, e na transformação da falta de recursos financeiros em sua energia expressiva original. Por outro lado, Carlos Diegues se contrapôs a estética de precariedade do cinema, já que para ele a industrialização era uma condição essencial para que o Brasil não retrocedesse ou não atingisse os progressos almejados com o Cinema Novo. Tais avanços não eram apenas provenientes de uma nova linguagem, mas também pela discussão de temas populares e nacionais. Complementado por ele na seguinte frase “o cinema de idéias que nós propomos também se integrará na indústria” (AVELAR, 1995 *apud* JORGE, 2003, p. 164). Nessas contradições, o que se percebe no cinema condizente com a realidade brasileira era a “vontade de industrialização” que somente poderia ser resolvido caso fosse estabelecido capital nacional para esse processo. Desta forma, a industrialização financiada por capital nacional era entendida como necessária para o desenvolvimento autônomo do país (ao contrário dos interesses imperialistas, principalmente provenientes dos Estados Unidos da América).

Souza (2009) assinala um dos relevantes críticos cinematográficos deste período: Paulo Emilio Salles Gomes. Durante as décadas de 1950 e 1960, Paulo Emílio foi o mais importante crítico do cinema do Suplemento Literário do Estado de São Paulo, colaborando para a criação do curso de cinema da Universidade de Brasília (UnB), e tornando-se docente da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas (FFLCH) da Universidade de São Paulo, onde teve papel significativo na fundação do curso de cinema na Escola de Comunicações e Arte (ECA). Nas duas instituições orientou estudos a

respeito do cinema do Brasil. Na Cinemateca Brasileira, pela qual foi fundador e curador-chefe, estruturou praticamente todo o acervo documental da organização e também foi uma espécie de mentor intelectual do grupo em torno do movimento do Cinema Novo. Apesar de ter falecido em 1977, é considerado como um dos maiores críticos do cinema brasileiro. Uma das principais obras de Paulo Emilio foi trilogia de artigos publicada entre os anos 1960 e 1970 denominada: Cinema: trajetória no subdesenvolvimento.

Xavier (2001), define a década de 1960 como um momento de discussões sobre o rumo cinematográfico, fundamentada numa linguagem mais convencional e uma estética de colagem e de experimentação ou em uma pedagogia organizadora de temas (específica do documentário tradicional). Esse debate acabou confrontando cineastas com diferentes convicções. Enquanto havia aqueles que acreditavam na potência comunicativa da linguagem clássica, outros viam a crítica do próprio cinema como uma característica necessária para a formação de um cinema crítico voltado às questões sociais. O Cinema Novo proporcionou um diálogo mais próximo com a tradição literária e com os movimentos relevantes da música popular e do teatro. Este período foi importante na medida em que projetou internacionalmente o cinema brasileiro, principalmente em função de uma renovação da linguagem cinematográfica. Durante essa década foram produzidos mais de 370 longas e documentárias, sendo as produtoras mais ativas a Herbert Richers, Atlântida, Mapa Filmes, Cinedistri, Copacabana Filmes, Magnus Filmes e PAM Filmes.

Gomes (1980), cita como principais referências do cinema brasileiro neste período: Glauber Rocha e Nelson Pereira dos Santos. Segundo o portal Cine Caleidoscópio (2011), nesta década os diretores se voltaram para a temática do sertão, dando início ao denominado “surto baiano” nas produções. Foram lançadas as películas Bahia de Todos os Santos, de Trigueirinho Neto, e O Pagador de Promessas, de Anselmo Duarte, o primeiro filme nacional a receber a Palma de Ouro em 1962. Outro marco foi a adaptação de Vidas Secas do diretor Nelson Pereira dos Santos, Os Fuzis de Ruy Guerra, agraciado com o Urso de Prata de 1965. Glauber Rocha, por sua vez, foi responsável pela produção de Barravento, mas seu prestígio internacional foi alcançado na obra com Deus e o Diabo na Terra do Sol (1964).

Segundo Xavier (2001), a partir do golpe de 1964 inicia a perseguição político-ideológica. Arelado a isso, a existência de uma forte crítica ao populismo anterior ao golpe, bem como a derrota das esquerdas. Tais acontecimentos influenciam o campo cinematográfico, pois havia intelectuais que promoviam uma opinião bastante crítica à política da época. A partir de 1968, começa outro período do cinema nacional denominado

de Cinema Marginal, marcado pelo bom humor da ironia em oposição ao sarcasmo e a “estética da fome” do Cinema Novo. Encontrando o seu desdobramento radical e a “estética do lixo”, em que a câmera na mão e a descontinuidade são aliadas a uma textura mais áspera do preto e branco, descartando a higiene industrial da imagem, causando um certo desconforto. Portanto, o final da década é marcado por uma disputa entre o Cinema Novo e Cinema Marginal, uma visão dualista do Brasil. O primeiro caso como rural e matriz da identidade nacional e o outro como um país urbano com uma cultura descaracterizada em virtude da invasão dos produtos da mídia internacional. O período da década de 1960 e 1970 partiu para uma forma de pensar a memória como uma mediação, colocando a ideia de uma nova consciência nacional a ser construída.

Segundo Botelho (2007), a década de 1970 inicia com o anseio da abertura democrática, com isso havia a necessidade do governo melhorar a sua imagem no Brasil e no exterior, em função da ditadura implantada no país a partir do golpe de 1964. Esse anseio era principalmente para aqueles setores que possuíam uma clara oposição em um panorama que, apesar do regime político, persistia uma hegemonia cultural de esquerda. Xavier (2008), destaca que em 1974 o cinema apresentou um novo impulso econômico, amparado pelo Estado, e obteve um prosseguimento de produção que, mesmo com tropeços e crises, não se desfez imediatamente (somente no final dos anos 1980 em razão de mais um término de ciclo).

Botelho (2007), destaca a criação da política cultural em âmbito federal em 1975 pelo Conselho Federal de Cultura, a partir da Política Nacional da Cultura (PNC), acrescentando pela primeira vez, a cultura entre seus objetivos políticos, formalizando diretrizes para o setor que culminou rapidamente em um novo desenho institucional. Destaca-se também a criação de conselhos com a finalidade de alinhar os aspectos legais dos setores pertencentes à indústria da cultura, como o Conselho Nacional do Direito Autoral (CNDA) e o Conselho Nacional de Cinema (CONCINE). Neste panorama se sobressai a figura de Aloísio Magalhães, secretário geral do Ministério da Educação e da Cultura. O político teve a ciência de articular politicamente o setor de maneira inovadora, trazendo visibilidade de uma forma até então não explorada. A partir dessas mudanças também são criados órgãos como a FUNARTE, que respondia as demandas dos setores artísticos e da Embrafilme (fusão de institutos que já existiam).

De acordo com Marson (2006), a Embrafilme foi uma empresa de economia mista com recursos majoritariamente públicos criada em 1969, foi a maior financiadora das produções cinematográficas brasileiras e era encarregada pela distribuição de praticamente

todas as obras. Mesmo surgindo no período de ditadura militar e ter sido obra de suas intenções conservadoras, a Embrafilme cumpriu com os interesses dos cineastas, que reivindicavam desde a década de 1950, ações do estado em prol do cinema. Para se ter uma ideia da conexão da Embrafilme (produto da ditadura) e os cineastas (também os de esquerda), o cineasta Roberto Farias, pertencente ao Cinema Novo, foi dirigente da Embrafilme entre 1974 e 1979. Durante o período de atuação (1969-1990) esta organização foi responsável pela regularidade na produção cinematográfica do Brasil, por meio do financiamento, garantia da exibição (obrigação instituída via cota de tela para filmes nacionais) e distribuição dos filmes brasileiros. E o mais importante, no seu período mais profícuo, a Embrafilme auxiliou a construir um maior encontro do filme nacional com o público, durante o início da década de 1970 até 1980. Randal Johnson (1987), historiador americano estima que entre 1974 e 1978 o número de espectadores brasileiros saltou de 30 para 60 milhões. No ano de 1978 o cinema brasileiro alcançou 30% do mercado interno. Destaque para o filme *Dona Flor e seus Dois Maridos* (Bruno Barreto, 1976) que atingiu 10 milhões de espectadores um número expressivo para época.

Marson (2006), sublinha que apesar da Embrafilme ter sido a maior produtora e distribuidora do cinema brasileiro no período de sua existência, ela não foi a única. Em paralelo a Embrafilme existiam as produtoras independentes, ou seja, aquelas que faziam filmes sem recursos do Estado. As pornochanchadas na década de 1970 (posteriormente os filmes pornográficos na década de 1980), eram produzidas no Rio de Janeiro e principalmente na Boca do Lixo em São Paulo, foram exemplos de obras que existiram à beira da Embrafilme em função de uma peculiar atuação. Tais obras possuíam um mecanismo de produção, distribuição e exibição elaborado nestes “pólos cinematográficos”. Dessa forma, esses tipos de produção apesar de serem menores que as produções nacionais via EMBRAFILME ou obras estrangeiras, possuíam uma fatia do mercado. A integração vertical permitiu a essas obras cinematográficas um precioso espaço para comercialização.

De acordo com Marson (2006), os filmes eram feitos nestes pólos empregando práticas de produção idênticas ao modelo cinematográfico norte-americano. A distribuição era realizada por pequenas empresas e as exibições ocorriam em salas de exibição na própria região que foram produzidos. Conforme já citado, através dessas mudanças o cinema da Boca obteve a tão sonhada integração vertical dentro do cinema, produzindo filmes que tinham em seu processo produtivo desde sua produção até a exibição (inclusive a distribuição). Esse tipo de produção cinematográfica acabou sendo denominada de

“cineminha”, em oposição ao “cinemão”, proveniente da tradição do Cinema Novo tratado como “mais culto” e com recursos da EMBRAFILME.

Segundo Xavier (2001), o período compreendido entre 1974 e 1979 corresponde à abertura política marcada pela expansão das atividades da EMBRAFILME e da espécie de “convocação” de Gustavo Dahl ao afirmar que o “mercado é cultura”. A década de 1970 também marcava a liberação sexual em curso. Essa afronta tinha como mira as tradições cristãs ligadas aos donos do poder e a tentativa de dar expressão às diferentes subculturas dos grupos marginalizados, em confronto com o provincianismo, que naquele período recebia impulso militar. Características como a pesquisa da linguagem, a procura do estilo original ao debater a formação histórica e os problemas naquele momento do país fizeram parte daquele momento histórico.

Bilharinho (1997) define o Cinema Marginal como apresentando e representando propostas distintas ou perceptíveis variantes em um cinema absolutamente alheio e desvinculado ao anseio do público, da visão da crítica ou da preocupação em termos de bilheteria. Aliado a isso a aparência desleixada e linguagem caótica. As principais causas para o surgimento do cinema marginal foram: a decadência do cinema nacional, aumento da comercialização das obras brasileiras com o impulso cada vez mais acentuado do órgão central (INC) e adoção de uma política industrial praticamente definida. Neste período houve uma maior abrangência das produções, mas destacando-se principalmente Rio de Janeiro, São Paulo, Minas Gerais e Bahia. As principais produtoras da época foram Cinedistri, Luís Carlos Barreto, Herbert Richers, Brasecan, Mapa Filmes, Servicine, Marte Filmes, Kiko Filmes, Magnus Filmes, além da EMBRAFILME

Segundo Adriano (2011) na década de 1970 houve uma produção média de 80 filmes por ano, um resultado superior a 960 filmes em todo o período.

Pode-se considerar a década de 1970, juntamente com a década anterior, o período de ouro do cinema brasileiro. Foi nesta década que se alcançou uma marca importante, como uma das maiores participações do cinema nacional, alcançando índices superiores a 30% do total de expectadores. Isso foi reflexo das políticas de incentivo governamental da EMBRAFILME Um importante avanço, com relação a década anterior, foi a maior abrangência da produção de filmes, agregando estados como Minas Gerais e Bahia (MARSON, 2006).

Conforme Marson (2006), o início da década de 1980 tanto com o “cinemão” produto da EMBRAFILME e o “cineminha” das produtoras independentes entram em declínio, em função de alguns fatores: crise econômica (em âmbito nacional e

internacional), que culminou com falta de recursos da EMBRAFILME e abalaram o sistema auto-sustentável das produtoras independentes, o acesso e popularização do videocassete e o maior atingimento da televisão no cotidiano do Brasil. Além disso, o grande aumento dos ingressos, fazendo com que o cinema deixasse de ser uma forma de entretenimento popular para retornar a ser uma atividade mais elitizada. Esta elitização do cinema é percebida a partir de uma análise do preço do ingresso segundo os dados do Ministério da Cultura. Enquanto que o ingresso em 1979 era de US\$ 0,50, na década de 1980 saltou para uma média superior a US\$ 2,62 e, na década seguinte, uma queda que baixa o valor para o patamar de US\$ 1,70.

Segundo Xavier (2001), a década de 1980 representou um período de retração para o cinema brasileiro. O processo que ocorreu de dissolução do moderno, se confronta com a Nova República, o que de certa forma sepulta de vez a matriz pensadora do cinema e do país. A consolidação da TV, sendo a nova tendência mundial no audiovisual. Ocorreu também o emprego do sistema norte-americano de produção cinematográfica, em que os filmes são repletos de citação. Portanto, o cinema sofre uma reformulação do diálogo com os diferentes gêneros da indústria.

Xavier (2001), ressalta o ano de 1984, quando ocorre a abertura política e a articulação para um governo civil. O embate para as diretas e o clima de transição vivido pela sociedade culminam em um cinema nacional em crise de produção, numa situação que se comenta sobre a morte do cinema e a imprescindível reestruturação da EMBRAFILME. No ano seguinte, ocorreu à criação do Ministério da Cultura, em função das reiteradas demandas da Secretaria da Cultura dos Estados, solução mais apropriada em face as deficiências orçamentárias. Neste período o cinema brasileiro apesar de não descartar o cinema moderno no que tange a adaptação do “modo de produção” em relação à realidade brasileira, o cinema da década de 1980 distanciou-se dos seus temas e estilos, sepultando a estética da fome e consolidando a técnica e uma “mentalidade profissional”. Com isso ocorre a emergência dessas mudanças em São Paulo (principal pólo do novo cinema), Porto Alegre e Rio de Janeiro.

Xavier (2001), comenta em termos de desempenho que a produção dos anos de 1980 não superou a década passada. Os filmes com maior destaque foram do gênero drama, com obras significativas e produção dos principais filmes nacionais. Esse período também solidificou a produção de filmes nacionais de bom nível. Foram mais de 780 produções (uma redução comparada com a década anterior). Muitos filmes neste período foram financiados pelos seus próprios diretores.

Além dos organismos nacionais de cinema, existem as iniciativas regionais. No caso do Rio Grande do Sul, um exemplo é o Instituto Estadual do Cinema (IECINE) Criado em 1986 por meio do Decreto Executivo nº 3289 (22/07/86), o IECINE tem como objetivo o incentivo e apoio da produção, distribuição e exibição das obras cinematográficas gaúchas. Desde o início de suas atividades, o IECINE tem assegurado o apoio técnico a 90% dos filmes realizados no estado. Além disso, a organização conta com um convênio com a Associação Profissional de Técnicos Cinematográficos do Rio Grande do Sul (APTC/ABD-RS) oportunizando o empréstimo de câmeras, microfones, iluminação e mesa de montagem para captação de imagem e vídeo para a classe cinematográfica cadastrada na entidade profissional (IECINE, 2013)¹⁸. Estas iniciativas regionais apenas fortalecem o cinema, pois possibilita uma descentralização do aparato cinematográfico e desenvolvendo regiões de fora do eixo Rio / São Paulo.

A produção cinematográfica dos anos 1980 continuou com a produção nacional expressiva, apesar da diminuição das produções em relação ao período anterior. Durante aquela década verificou-se um declínio da cinematografia nacional e o início de crise. Mesmo com um período turbulento, em função do apoio governamental foi possível estimular a produção nacional. No entanto, a crise nacional e internacional, acabou por criar entraves nos valores pagos na entrada de cinema. Apesar de não ter afetado de forma direta, pode ter influído para a crise da década seguinte.

¹⁸ IECINE. Portal sobre o Instituto Estadual do Cinema. Disponível em: <<http://www.cultura.rs.gov.br/v2/instituicoes-sedac/instituto-13/>>. Acesso em 01 maio 2012.

Quadro 6 - Resumo dos principais acontecimentos no campo cinematográfico nacional (1900-1980)

Período		Principais Características
1910	Bela Época	<ul style="list-style-type: none"> • Cinema mudo. • Crise da produção nacional (1912/1913). • Grande dificuldade na comercialização de filmes. • Investimento nas obras americanas
1920		<ul style="list-style-type: none"> • Cinema mudo. • Abrange diversas classes sociais. • Inauguração do luxuoso Cine República. • Passa a ser visto pela classe mais abastada (antes uma diversão para massa inculta). • Revista Cinearte era o principal veículo de divulgação do cinema norte-americano. • Ocorre a produção do primeiro filme com som Talkie em 1929 • Regiões produtoras: Principalmente Eixo Rio - São Paulo, algumas atividades também em BH (1920-1930), Campinas (1923-1927), Recife (1924-1931) e POA/Pelotas (1927-1929)
1930	Cinédia	<ul style="list-style-type: none"> • Tentativa de industrialização da atividade do cinema no Brasil (Ex.: Cinédia, Brasil Vita Filmes e Sonofilmes). • Em 1932 é promulgada a Lei Protecionista de Quotas, fixando a proporção de filmes nacionais. • Maior preocupação com o cunho educacional do cinema do que a industrialização cinematográfica. • Retração do cinema em razão do aumento dos custos de produção. • Em 1939 foi estabelecido a cota anual de um longa-metragem. • O cinema continuava centralizado no eixo RJ-SP.
1940	Atlântida Cinematográfica	<ul style="list-style-type: none"> • As elites continuavam a financiar diretamente (por meio de documentários de empresas ou de empreendimentos comerciais) ou indiretamente (cinejornais políticos) as produções • A produção de filmes nesta década (como 1930 e 1950), demandava um forte aparato de produção, tornando problemático a tentativa de criação de um cinema hollywoodiano no Brasil. • Lançamento do filme Moleque Tião (1943), a obra trazia uma nova ótica ressaltando questões sociais ao invés de carnavalesca. • Abertura de dezena de cineclubes em SP. • Início da CIAA, Coordenação de Assuntos Interamericanos, tirando de circulação o cinema europeu em solo brasileiro e aumento a participação dos filmes estadunidenses.
1950	Vera Cruz	<ul style="list-style-type: none"> • O setor industrial começava a crescer, gerando de imediato um crescimento demográfico no país. • Em 1952 ocorre o lançamento da revista Cinelândia. • O surgimento da indústria cinematográfica em SP ocorre em um período de intensa atividade cultural, acompanhando o nascimento de museus de arte, companhia de teatro, ao aumento dos concertos, escolas de arte e à construção de uma filмотeca. • Acontece dois congressos sobre cinema brasileiro, promovendo uma maior consciência dos problemas que atingem o cinema nacional (1952 no RJ e 1953 em SP) • Consolida-se chanchada, considerada uma produção com qualidade, quantidade e diversidade • Foram produzidos mais de 300 filmes (principalmente em SP com 120 filmes e no RJ com 167). • Ocorre à falência da Vera Cruz, uma demonstração de esgotamento das tentativas industriais.
1960	Cinema Novo / Cinema Marginal	<ul style="list-style-type: none"> • Início do movimento que ficou marcado por um debate quanto à recusa do cinema industrial. • Uma disputa entre duas perspectivas: Glauber Rocha que defendia uma estética de precariedade (Uma estética da Fome), com recusa ao cinema industrial. Por outro lado, Carlos Diegues, que defendia industrialização era uma condição essencial para que o Brasil não voltasse para trás. • Destaque para o um dos mais relevantes críticos cinematográficos: Paulo Emilio Salles Gomes. • O Cinema Novo proporcionou um diálogo mais próximo com a tradição literária e com os movimentos relevantes da música popular e do teatro. • Durante essa década foram produzidos mais de 370 longas e documentárias • Os diretores se voltaram para a temática do sertão, dando início ao denominado “surto baiano”. • Reconhecimento internacional: Urso de Prata de 1965 (Os Fuzis de Ruy Guerra). • Em 1964, a partir do golpe militar, inicia a perseguição político-ideológica. Tais acontecimentos influenciam o campo cinematográfico, pois havia intelectuais que promoviam uma opinião bastante crítica à política da época. • Em 1968, começa outro período do cinema nacional denominado de Cinema Marginal, marcado pelo bom humor da ironia em oposição ao sarcasmo e a “estética da fome” do Cinema Novo

1970	Cinema Marginal / Cinema Boca de Lixo / EMBRAFILME	<ul style="list-style-type: none"> • Anseio da abertura democrática, através da necessidade do governo melhorar a sua imagem no Brasil e no exterior (devido ao golpe militar de 1964). • Criação do Conselho Nacional do Direito Autoral (CNDA) e o CONCINE. • Criação da FUNARTE, que respondia as demandas dos setores artísticos e da EMBRAFILME • Entre 1974 e 1978 o número de espectadores brasileiros saltou de 30 para 60 milhões. • Em 1978 o cinema brasileiro alcançou 30% do mercado interno (destaque para o filme Dona Flor e seus Dois Maridos que atingiu 10 milhões de espectadores) • As pornochanchadas na década de 1970 eram produzidas no Rio de Janeiro e principalmente na Boca do Lixo em São Paulo, foram exemplos de obras que existiram à beira da EMBRAFILME em função de sua atuação que contemplava a produção, distribuição e exibição. • Nesta década, houve uma produção média de 80 filmes por ano, totalizando mais 960 filmes.
1980	Cinema Boca de Lixo / EMBRAFILME	<ul style="list-style-type: none"> • O “cinemão” produto da EMBRAFILME e o “cineminha” das produtoras independentes entram em declínio, em função das crises econômicas, culminando com falta de recursos da EMBRAFILME • Grande aumento dos ingressos, de US\$ 0,50 (1979) para US\$ 2,62 (década de 1980).. • Período de retração para o cinema brasileiro, também devido a consolidação da TV. • Ocorreu à criação do Ministério da Cultura. • O ano de 1984, quando ocorre a abertura política e a articulação para um governo civil. • Criação do IECINE no Rio Grande do Sul. • O cinema da década de 1980 distanciou-se dos seus temas e estilos, sepultando a estética da fome e consolidando a técnica e uma “mentalidade profissional”. • Durante esta década começou-se a verificar um declínio da cinematografia nacional e o início de crise.

Fonte: Elaborado pelo autor a partir do presente estudo.

No Quadro 6 são apresentadas as principais mudanças ocorridas no período compreendido entre 1900 até 1980. As seções seguintes têm o intuito de descrever as mudanças até os presentes dias e ilustrando a atual configuração do campo cinematográfico. Para isso, o desenvolvimento desta fase foi subdividido da seguinte forma: 5.1.1 O cinema brasileiro a partir da década de 1990; 5.1.2 Configuração do Campo Cinematográfico Brasileiro; 5.1.3 A economia do cinema.

5.1.1 O Cinema Brasileiro a partir da década de 1990

Segundo Marson (2006), no começo de 1990 é decretado o fim do ciclo produtivo da EMBRAFILME, a partir da decisão do presidente eleito Fernando Collor em encerrar as atividades do Ministério da Cultura, que passa a integrar novamente o Ministério da Educação. Sendo assim são encerradas as políticas culturais que eram praticadas pelo Estado. No que se refere ao cinema, são extintos a EMBRAFILME e a CONCINE (órgão normativo e fiscalizador da indústria e do mercado cinematográfico brasileiro que tinha a função de controlar a obrigatoriedade da exibição dos filmes brasileiros). O modelo adotado pela EMBRAFILME, constituído por patrocínios governamentais diretos, já vinha recebendo críticas dos cineastas, da imprensa e opinião pública, principalmente por problemas provenientes da inoperância, má administração pública, favorecimento e não

cumprimento dos compromissos. Com estas mudanças no campo cinematográfico brasileiro, surgiu uma mobilização na procura de alternativas para retomar o relacionamento com o Estado, na tentativa de buscar soluções para sustentação do fazer cinema. Apesar dos problemas da EMBRAFILME, a simples extinção da instituição, sem a troca por outra política para a produção de filmes, resultou numa queda drástica na produtividade do cinema brasileiro, atingindo patamares alarmantes: no ano de 1992, por exemplo, foram lançados apenas três filmes nacionais, em comparação a uma média de 80 filmes brasileiros por ano na década de 1980. Em suma, aqui se percebe uma transferência de responsabilidade de incentivo na produção cinematográfica do setor público para o privado. O setor privado, que não apresentava histórico de atuação na produção cinematográfica brasileira, não abrigou o cinema.

De acordo com Marson (2006), com a aproximação do diálogo entre cinema e estado, implicou numa reestruturação do campo cinematográfico e em medidas institucionais que, posteriormente, viriam a contribuir para ser denominado como o Cinema de Retomada. No final de 1990, atormentado pela significativa taxa de rejeição no meio cultural e intelectual e percebendo a baixa na anuência popular em função da gafe do plano econômico, o presidente Fernando Collor modifica os quadros da Secretaria da Cultura, trocando os diretores de vários institutos e da Biblioteca Nacional. No início de 1991, finalizando a renovação na área cultural, ocorre à substituição de Ipojuca Pontes pelo diplomata, doutor em ciências políticas e estudioso da cultura Sergio Paulo Rouanet. Sua entrada no governo foi bem acolhida, devido ao seu maior trânsito junto ao setor cultural e nos meios acadêmicos. A nomeação de Rouanet para a Secretaria da Cultura foi uma tentativa de união do governo com alas intelectuais. A partir da tomada de posse na secretaria, foi realizada uma série de pesquisas e reuniões com a classe artística, para coletar as principais reivindicações e críticas. A principal exigência dos produtores culturais foi a retomada da lei de incentivos fiscais, a antiga Lei Sarney, que havia passado por diversas denúncias de irregularidades na aplicação de recursos públicos, o que ocasionou a extinção da mesma. Essa lei possibilitava que a iniciativa privada investisse em projetos culturais e o recurso investido poderia ser deduzido do imposto de renda. Porém como não tinha fiscalização da aplicação do dinheiro, a Lei Sarney, gerou inúmeras fraudes.

Em agosto de 1991, apenas cinco meses depois de assumir o cargo, Rouanet apresentou sua proposta. A partir de pesquisa e de ouvir os anseios do setor cultural, o secretário reformulou as medidas de incentivo cultural tendo como alicerce a dedução do

imposto de renda, no entanto modificou as diretrizes legais para evitar fraudes e irregularidades que eram presentes na legislação anterior. Em agosto de 1991 é publicado o Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC), que ficou conhecido como a Lei Rouanet. Essa regulamentação foi aprovada pelo Senado e Congresso Nacional em dezembro do mesmo ano. O projeto de Rouanet englobava três esferas: o patrocínio direto do Poder Público (Estado) através da FNC; a comercialização de cotas de patrocínio para o financiamento de espetáculo, publicações e materiais por meio do FICART; e o patrocínio direto dedutivo do imposto de renda através de incentivo a Projetos Culturais. A diferença fundamental entre a legislação Rouanet e a anterior (Lei Sarney), é que a partir daquele momento os projetos necessitaram ser previamente aprovados pelo governo em âmbito federal, por meio de uma avaliação do mérito, análise financeira e orçamento do projeto. No entanto, essa rigorosa avaliação tornou o método de produção mais devagar e burocrática e foi nesta questão que houve as críticas mais significativas da Lei Rouanet por parte da mídia e dos produtores culturais. Essa legislação atinge toda cultura, ou seja, é para estimular investimentos e doações para as práticas culturais. Especificamente o cinema, pelas diretrizes da Lei Rouanet, pode ser financiado pelo Incentivo a Projetos Culturais, ou seja, o investimento pode ser dedutível no imposto de renda. O Programa Nacional de Apoio à Cultura foi bem recebido pelo setor cinematográfico, no entanto os cineastas acreditavam que somente o mecanismo de patrocínio não seria suficiente para estimular a produção cinematográfica, que neste instante estava praticamente estacionada: Na década de 1980, a média da produção cinematográfica era de 80 filmes/ano, enquanto que em 1990 foram 7 filmes, 1991 10 filmes e no ano seguinte apenas 3 longas-metragens. Em meio a essa conturbada situação e percebendo o governo aberto para tratativas, os cineastas começaram a pressionar o estado para a constituição de uma legislação específica para o cinema (MARSON, 2006).

Segundo Calil (2000), Rouanet oportunizou reuniões com os envolvidos no setor cinematográfico e um grupo de discussões foi criado. Dentro desse grupo, formaram-se dois pólos, com diferentes concepções sobre os rumos do cinema

De um lado, gente que acreditava numa aliança estratégica com o cinema estrangeiro, advogando ser indispensável a flexibilização do conceito de filme nacional, que não precisava ser falado no idioma. De outro, havia quem defendesse com garra a língua de Guimarães Rosa, enquanto propunha o relaxamento de todos os mecanismos de proteção do mercado: cota de tela, obrigação de copiarem em laboratório nacional etc. Prevaleceu o meio termo, com concessões a ambos os lados e sobretudo a manutenção, por um prazo não superior a dez anos, o máximo que os liberais do governo Collor podiam aceitar, dos mecanismos de proteção de tela.” (CALIL, 2000, p. 31-32)

Segundo Marson (2006), depois da apatia encontrada no princípio de gestão do governo Collor, os atores do setor cinematográfico voltaram a se movimentar e disputas internas emergiram, especialmente com relação ao conceito de “filme nacional” e à obrigatoriedade de uma legislação protecionista. Por meio dessas discussões chegou-se a uma nova proposta de legislação específica para o campo cinematográfico no ano de 1992, chegando à regulamentação da Lei 8.401 (08 de janeiro de 1992). Esta nova legislação apesar de ter falhado na busca de uma elaboração de um Programa Nacional do Cinema (PROCINE) e propor auxílio direto do estado (foram vetados pelo presidente Collor), foi fundamental na conquista do retorno de cotas de tela e maior facilitação das coproduções internacionais.

Segundo Marson (2006), esta nova legislação começou em seguida a render frutos para o campo cinematográfico nacional. Em 1995 é lançado *Carlota Joaquina* que apesar do baixo investimento e num período de difícil transição do cinema nacional, ultrapassou a barreira de um milhão de telespectadores (no ano anterior a média de público por filme brasileiro foi 38,5 mil espectadores). *Carlota Joaquina* é considerado um marco do renascimento do cinema brasileiro e, posteriormente outros filmes de destaque foram lançados, como *O Quatrilho* (Fábio Barreto), *Terra Estrangeira* (Walter Salles e Daniela Thomas) e *Cinema de Lágrimas* (Nelson Pereira dos Santos), resultado do Prêmio Resgate e emprego das leis de incentivo.

Segundo Botelho (2007), no governo de Fernando Henrique Cardoso, entre os anos de 1994 e 2002, ocorreu a recuperação do Ministério da Cultura no que tange a presença nos debates públicos. Houve um forte investimento político nas leis de incentivo fiscal. O período ficou marcado também pelo esvaziamento do papel nacional e político das instituições pertencentes ao Ministério da Cultura.

De acordo com o Ministério da Cultura (2007), entre os anos de 1999 e 2000 foi realizado o Programa mais Cinema. Seu propósito era o incremento e articulação da produção, comercialização e distribuição dos filmes com o intuito de multiplicar as potencialidades e possibilidades competitivas e comerciais do cinema brasileiro através do financiamento das obras brasileiras para exportação. Isso foi concretizado por meio de Programa de Financiamento às Exportações/Banco do Brasil (PROEX/BB) e da admissão do cinema a partir de 1998, nas metas do Programa Brasileiro de Produtividade e Qualidade (PBPQ). Foi neste mesmo período que tramitava no Congresso a Proposta de Emenda Constitucional 306-A de 2000, que adiciona ao artigo 215 da Constituição Federal

o PEC no parágrafo 3º que estabeleceu o Plano Nacional de Cultura. Esta PEC com duração plurianual tem como propósito o desenvolvimento cultural do Brasil e a integração das ações públicas, com o intuito de defender e valorizar o patrimônio cultural do país; a elaboração e a difusão dos bens culturais; o desenvolvimento qualificado de pessoal para a gestão da cultura nas suas diversas dimensões; a democratização do acesso aos bens culturais; valorização das diversidades étnicas e regionais. Entre 2001 e 2002 ocorreu a criação da Agência Nacional do Cinema Brasileiro (ANCINE) e do Conselho Superior do Cinema. Tais mudanças ocasionaram a reestruturação do financiamento da produção cinematográfica, incidindo numa reconfiguração do papel do poder público na área. Nesta conjuntura, permeada por divergências e conflitos, foi decidido através de uma ação interministerial em favor do apoio da produção nacional cinematográfica em moldes industriais.

De acordo com o Filme B (2013), em 2001 também foi criado o Fundo de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional (FUNCINE), o Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Nacional (PRODECINE) e a Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional (CONDECINE). Através das ferramentas de suporte, a ANCINE oferece apoio aos projetos de produção, de exibição e de distribuição, além de promover a participação das obras brasileiras em festivais internacionais e estimular a exibição de filmes nacionais através de cota de tela.

Segundo Botelho (2007), a partir de 2003 o Ministério da Cultura começou um intenso processo de discussão e reorganização da função do estado no setor cultural. Houve fortes investimentos no sentido de recuperar o orçamento e a discussão das ferramentas que possibilitassem uma distribuição mais adequada dos poucos recursos no que tange a preocupação do equilíbrio regional.

No ano de 2010, com o propósito de resolver o problema do reduzido número de salas de exibição no Brasil, o governo brasileiro, através da ANCINE, criou o programa "Cinema perto de você", que dispõe de linhas de crédito para a construção de salas de cinema em cidades de porte médio. Para isso, há duas ferramentas: o Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) e o Programa BNDES para o Desenvolvimento da Cultura (PROCULT), onde ambos disponibilizarão R\$ 500 milhões no programa (FILME B, 2013).

Para Bilharinho (1997), o início do século 21 foi marcado por um público arredio no que se refere às obras brasileiras, situação costumeira em função do acondicionamento do público pelas produções estrangeiras, pelas telenovelas ou pela falta de interesse neste

veículo cultural. Neste momento histórico, ressurgem os pólos regionais fora do Rio de Janeiro e São Paulo, destaque para o estado do Ceará e em menor intensidade em Pernambuco, Minas Gerais, Rio Grande do Sul e Paraná. Quanto à produção dos filmes, o drama continua sendo o gênero com maior proeminência e a comédia situando-se numa posição inferior. Por fim, destaca-se a produção de curtas-metragem no período tanto em termos de quantidade como de qualidade.

Segundo Souza (2012), em 2012 foi regulamentada uma nova lei da TV por assinatura que eleva a demanda por conteúdo cinematográfico nacional. A Lei 12.485/2011, que tramitou durante cinco anos no congresso, foi aprovada em 2011. Um dos mais significativos itens da lei, entendida com um marco regulatório, é uma cota que exige aos canais pagos de série, filmes, documentários e animação a transmitirem, em sua programação, no mínimo 3h30 semanais de conteúdo nacional. Tal exigência deverá criar uma demanda de 1.070 horas anuais de produções nacionais, prevista para ser cumprida em sua totalidade a partir de 2013. Para viabilizar o cumprimento da cota, o governo elevou o financiamento ao setor. Além dos recursos obtidos por meio do Artigo 39 da Medida Provisória 2228-1, de 2001 - praticamente a base de toda a produção para a TV fechada até este momento - os produtores também terão acesso ao Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) e a 10% do Fundo de Fiscalização das Telecomunicações (FISTEL). O FSA, segundo cálculos da ANCINE, irá dispor de 400 milhões anuais; o FISTEL ofertará cerca de R\$ 300 milhões. A lei também determina que a obra só possa preencher a cota no primeiro ano de exibição, já que será complicado reprisá-lo no mesmo ano. A lei ainda prevê que, em um período de quatro anos, os conteúdos nacionais com mais de sete anos de existência deixarão de cumprir a cota. Em um primeiro momento, parece que tal medida elimina a história do cinema brasileiro, pois em 2016 apenas as obras realizadas a partir de 2009 suprirão a cota. O fato é que o cinema brasileiro enxerga a partir desta medida a abertura de novas possibilidades.

5.1.2 Configuração do campo cinematográfico brasileiro

Por meio da evolução do campo cinematográfico nacional até os dias atuais, foi possível observar a presença de diversos agentes na sua estruturação, que podem ser desmembrados em representantes da cadeia cinematográfica e os agentes públicos. O primeiro grupo é formado por produtores, distribuidores, indústria técnica e exibidores

(nesta análise, não se considera a indústria técnica, pois a mesma remete ao aparato tecnológico envolvendo um conjunto de atores distintos e muitas vezes com um caráter acessório). Na esfera governamental, ao observar a dinâmica de internacionalização das obras cinematográficas, destacam-se a ANCINE com o papel regulador do cinema como um todo, o Ministério das Relações Exteriores como o órgão fomentador na busca de parcerias bilaterais no âmbito externo e a APEX como um veículo de interlocução na promoção da indústria cinematográfica nacional. Para o entendimento da dinâmica dos representantes da cadeia cinematográfica, torna-se necessário compreender quais os principais atores que compõem cada uma destas categorias.

A produção cinematográfica é composta por três fases distintas: pré-produção, produção e pós-produção. Na pré-produção, junto com a confecção do roteiro, ocorre a realização de uma análise técnica com a finalidade de elaborar uma previsão aproximada de custos em termos de capital humano e técnico necessário para a execução do filme. Na maioria dos casos é também responsabilidade do produtor a captação de recursos por meio de mecanismos de financiamento, subsídios ou propaganda. Nesta fase que ocorre a escolha dos atores, locais de filmagem, figurino, cenários etc. A produção é o período que segue a execução do filme, através do controle dos meios necessários para a rodagem da obra. Na fase de pós-produção, o produtor é responsável por dirigir a execução das cópias, promoção e distribuição da obra cinematográfica acabada em âmbito nacional e externo (INFOPEIDIA,2013).

Segundo dados obtidos pelo site da ANCINE (2013), os valores totais captados pelas produtoras entre 1995 à 2012, superaram 1, 344 bilhões de reais (TABELA 1).

Tabela 1 - Ranking das principais produtoras captadoras de recurso entre 1995 e 2012.

Proponente / Produtora	Qtd. de Filmes	Total Captado (R\$)	Renda (R\$)	Público
Diler & Associados	27	94.121.234,45	129.123.755,17	24.783.960
Conspiração Filmes	24	88.264.392,97	138.028.461,40	17.276.593
Filmes do Equador	14	52.388.508,67	28.326.691,90	3.924.683
O2 Cinema	14	46.122.109,58	43.808.937,50	6.182.666
Videofilmes Produções Artísticas	28	40.317.605,91	25.324.019,99	3.844.628
Total Entertainment	10	36.810.979,93	140.458.306,22	17.252.402
Lereby Produções	7	30.566.912,43	80.469.837,00	10.659.933
Natasha Enterprises	6	27.249.582,18	36.445.098,00	5.238.020
Gullane Filmes	8	25.219.811,38	38.136.098,12	3.875.058
Tambellini Filmes e Produções Audiovisuais	11	23.193.315,45	13.189.492,78	1.487.177
Total	880	1.344.021.371,84	1.389.478.458	190.443.520

Fonte: Elaborado pelo autor segundo o site da ANCINE (2013).

Os dez primeiros produtores, em termos de captação de recurso, são responsáveis por 35% dos valores captados, 48% da renda gerada e 50% do público espectador do cinema. O primeiro colocado na captação de recursos no respectivo período foi a Diler & Associados com um montante superior a R\$ 94 milhões. No entanto, em termos de arrecadação, a primeira colocação foi da Conspiração Filmes, que apesar de uma captação de R\$ 8 milhões inferior ao Diler Associados, atingiu uma renda de 138 milhões de reais, cerca de 9 milhões a mais que a primeira colocada.

Segundo a ANCINE (2013), a exibição é o elo da cadeia referente às empresas ou instituições que atuam nos espaços de exibição de filmes. Neste tipo de operação é possível apontar distinções entre os diferentes agentes que atuam nestes espaços. Podem ser classificados em espaços comerciais ou não comerciais; exibição de *blockbusters* (grandes produções estrangeiras), ou especializado na exibição de filmes 'de arte' (cinema de arte); localizados em unidades arquitetônicas independentes (denominados também como cinemas 'de rua'), ou podem estar inseridos em Shopping Centers; o espaço pode pertencer a grupos empresariais multinacionais ou a empresas brasileiras. Neste presente trabalho são apresentados os principais grupos exibidores, bem como suas especificidades (TABELA 2).

Tabela 2 - Ranking das Empresas Exibidoras em 2011

#	Grupo	Complexos	%	Salas	%
1	Cinemark	57	8,3%	459	19,5%
2	Severiano Ribeiro	28	4,1%	163	6,9%
3	Espaço	26	3,8%	119	5,1%
4	Araujo	23	3,4%	106	4,5%
5	Cinesystem	17	2,5%	87	3,7%
6	UCI	9	1,3%	86	3,7%
7	Arco Íris	31	4,5%	86	3,7%
8	Moviecom	18	2,6%	81	3,4%
9	Cinemas	11	1,6%	66	2,8%
10	Cinépolis	9	1,3%	64	2,7%

Fonte: Elaborado pelo autor segundo informações do site da ANCINE (2013).

O Cinemark, primeiro colocado entre os exibidores do país em 2011 com 19,5% das salas de cinema, possui a maior rede de cinemas do Brasil e o terceiro? do mundo, com um rol de 3.900 salas em mais de uma dezena de países (Estados Unidos, Brasil, Argentina, Canadá, Chile, Colômbia, Costa Rica, Equador, El Salvador, Honduras, Nicarágua, México, Peru, Panamá e Taiwan). Fundada nos EUA em 1984, iniciou suas atividades no Brasil a partir de 1997. O Cinemark é especializado na operação de complexos cinematográficos multiplex (ANCINE, 2013).

O Grupo Severiano Ribeiro, o mais bem colocado exibidor de capital nacional com uma participação superior a 8% das salas de cinema, ocupou o segundo posto em 2011. Foi criado em 1917, em Fortaleza, quando Luiz Severiano Ribeiro, seu fundador, inaugurou o Majestic, o primeiro grande cinema da capital cearense. Atualmente é composto por cinco empresas, entre elas uma *joint venture* com a estrangeira UCI e a distribuidora Paris (ANCINE, 2013).

O terceiro colocado foi o Espaço do Cinema. Resultado de uma parceria entre o banco Unibanco (adquirido pelo Itaú em 2010) e a empresa Cinearte, possui as marcas Arteplex e Espaço Unibanco. Atualmente possui mais de 83 salas de cinema, localizados em 8 estados brasileiros nas regiões sul, sudeste e nordeste (ANCINE, 2013).

A Cinematográfica Araujo, fundada em Botucatu (SP) em 1926, é o quinto maior exibidor do país. Atuando nas principais cidades do interior de São Paulo, Paraná e Rio de Janeiro, além das capitais do Mato Grosso, Mato Grosso do Sul e Rondônia (ANCINE, 2013).

A Cinesystem é o primeiro representante paranaense entre os principais exibidores do Brasil e o quinto lugar no geral. Fundado em 1999 na cidade de Maringá, atua principalmente na região Sul, Sudeste (RJ e SP) e no Norte (MA) (ANCINE, 2013).

A *United Cinemas International* (UCI) Brasil, ocupa a sexta posição dos principais exibidores em 2011. Pertencente ao grupo norte-americano National Amusements, atua no Brasil há 13 anos e conta com 17 complexos (incluindo *joint ventures*) situados em diversas cidades do Brasil. Entre eles, possui o maior cinema do Brasil, o megaplex UCI New York City Center, no Rio de Janeiro, composto por 18 salas (ANCINE, 2013).

O sétimo posto, em 2011, foi ocupado pela rede Arco Íris. Fundado em 1961, em Lajes (SC), possui 86 salas e atua principalmente na região sul do país. Em seguida, na oitava posição esta a Moviecom, fundada há mais de 10 anos, possui mais da metade de suas salas no estado de São Paulo e o restante distribuído nos estados da Bahia, Goiás, Minas Gerais, Pará e Rio Grande do Norte (ANCINE, 2013).

A Cinemais ocupou o nono lugar em 2011, com um total de 66 salas de exibição, presente em 11 cidades situadas em cinco estados: São José do Rio Preto, Marília, Guaratinguetá, Sertãozinho, em São Paulo, Cuiabá e Tangará da Serra, em Mato Grosso, Uberlândia, Uberaba e Patos de Minas, em Minas Gerais, Manaus, no Amazonas e Anápolis, em Goiás (ANCINE, 2013).

Em décimo lugar, a Cinépolis, maior grupo de exibição mexicano. Atuando desde meados de 2010, possui 64 salas de cinema no Brasil. O Grupo Cinépolis é a quarta maior rede de cinemas do mundo e a maior latino-americana (ANCINE, 2013).

Os dez maiores exibidores totalizaram uma participação de 56% das salas de exibição do país. Esta listagem foi composta de três exibidores de capital estrangeiro (Cinemark, UCI Cinemas e Cinépolis) e o restante de empresas nacionais.

Em relação a questão da distribuição, as seguintes considerações são ilustrativas dessa posição, conforme entrevista de Severiano Ribeiro. Após uma ampla reestruturação, Luiz Severiano Ribeiro Neto assumiu o grupo após mais de 20 anos como um dos sócios-diretores da empresa. Nesta entrevista, são abordados temas como o crescimento econômico do Brasil, financiamento, cinema digital, público dos filmes nacionais entre outros. Ao ser questionado sobre como o crescimento da economia tem contribuído com a expansão do grupo, Luiz Severiano Ribeiro Neto, destaca que

O Brasil é um mercado em expansão. Hoje, várias classes sociais que antes não tinham acesso ao cinema já frequentam nossas salas. Temos salas em áreas de predominância de classes C e D com resultados expressivos. Em 2010, o Brasil apresentou crescimento de 20% em público, e acreditamos que fizemos um bom trabalho nesse cenário, superando essa marca com 22% de crescimento de público e 34% de renda (ALMEIDA; BUTCHER, 2011, p. 29-30).

A respeito das linhas de crédito disponibilizadas pelo governo para a exibição via BNDS, Luis Severiano sublinha a posição do Brasil de 60º país na relação de habitantes por sala. Isso para ele demonstra que o país precisa crescer muito ainda. As iniciativas do governo podem oferecer grande apoio para mudar esta situação. Ele cita ainda o programa Cinema Perto de Você, como exemplo da atuação do governo, que destina recursos para ampliação, fortalecimento e descentralização do parque exibidor do Brasil. Tal iniciativa, em sua concepção, já é um grande auxílio aos exibidores para levar o cinema e serviços culturais para mais próximo de todos os brasileiros (ALMEIDA; BUTCHER, 2011).

Segundo Almeida e Butcher (2011), o Grupo Severiano Ribeiro lida com a transição digital como um dos grandes focos de investimento no que se refere ao plano de expansão. A grande aposta do grupo é na digitalização das salas, por meio da implantação do sistema 3D, que necessita acompanhar a produção de filmes dessa tecnologia. O grupo estima que em quatro anos estejam totalmente digitalizados e 30% das salas com tecnologia 3D. Ao ser questionado sobre os desafios para o crescimento do setor de exibição e se o programa Cinema Perto de Você tem Futuro, Luis Renato afirma que

A exibição no Brasil tem grandes desafios, e programas como o Cinema Perto de Você são extremamente importantes para nos ajudar a vencê-los. Através dele, aceleramos o processo de implantação de novas salas de exibição no país e fortalecemos o cinema no Brasil. O foco nas cidades médias do interior e nas zonas urbanas dos grandes centros que apresentem baixa densidade de salas torna mais fácil democratizar o cinema e levar cultura a todo o Brasil. Mas ainda há um longo caminho pela frente para chegarmos a ter um país com igualdade de acesso à cultura, e faremos a nossa parte nesse processo. A reedição do programa já está em andamento através de medida provisória publicada no Diário Oficial em 30 de setembro, e agora nos resta torcer para que o Congresso a aprove. De acordo com a Ancine, há uma estimativa de que os custos de implantação de uma sala de cinema reduzam em cerca de 30%, o que traz um impacto extremamente positivo à ampliação do parque exibidor (ALMEIDA; BUTCHER, 2011, p. 33-34).

Ao ser questionado sobre a importância do cinema brasileiro para o crescimento do mercado e da existência do público fiel Luis Renato afirma que

O cinema brasileiro vem evoluindo e crescendo continuamente. Hoje, nossos filmes já estão presentes em grandes premiações internacionais. Pérolas do cinema nacional, como Tropa de elite, superaram bilheterias e bateram recordes de grandes produções hollywoodianas. Acredito que esse é só o começo. Nossa empresa sempre apoiou o cinema nacional e o tratou em nossa programação com o respeito que merece. Temos certeza que o crescimento desse mercado vai beneficiar todas as pontas da indústria, além de trazer muito orgulho à nossa organização, que é a maior exibidora de capital 100% nacional. O público brasileiro é fiel a filmes de qualidade e quanto mais qualidade as produções brasileiras trouxerem, mais público vão conquistar (ALMEIDA; BUTCHER, 2011, p. 34)

Nos trechos da entrevista acima, de certa forma, contextualizam o posicionamento do exibidor dentro da indústria cinematográfica nacional. Uma das falas mencionadas pelo presidente do Grupo Severiano Ribeiro, merece um destaque "O público brasileiro é fiel a filmes de qualidade e quanto mais qualidade as produções brasileiras trouxerem, mais público vão conquistar". Este é um tema bastante pertinente e discutido nos diferentes meios. Em muitos casos não é a qualidade que falta nas produções nacionais, embasada pelas informações trazidas neste estudo, mas sim a aposta e o apoio dos exibidores no que tange a colocação e permanência das obras nacionais em cartaz.

Para Kamitsuji (2012), apesar do crescimento e desenvolvimento do cinema nacional nos últimos anos, ainda existem questões que devem ser analisadas com atenção para que esse crescimento continue a atender o potencial existente. Entre os aspectos deficitários, o modelo de exibição tem sua parcela de responsabilidade. O Brasil conta atualmente com 2.346 salas divididas em 679 cinemas, resultando numa média de 3,4 salas por cinema, menos da metade do México, por exemplo, que conta com 8,2 salas por cinema. A média de salas por complexo exibidor não é apenas um dado como tantos

outros, este número demonstra a real condição da indústria cinematográfica de um país quanto aos seguintes aspectos: modernização do parque exibidor; capacidade de atração de público; estrangulamento para lançamento de filmes; diminuição do potencial de geração de bilheteria.

A modernização do parque exibidor é medida através da média de salas por cinema, quanto menor for o número, menos modernizado é o circuito (possui menos *multiplex*¹⁹ e mais salas únicas ou duplas). A capacidade de atração de público se resume na seguinte premissa: quanto menor for o número de salas, menos filmes estarão em cartaz. Ainda que os cinemas possuam uma excelente localização, não tem como ofertar um grande número de filmes e diferentes gêneros para estimular a frequência, sendo assim os expectadores acabam assistindo menos filmes que poderiam ou gostariam. O estrangulamento para lançamento de filmes refere-se à incapacidade dos cinemas em exibir filmes que consideram adequados ao público, em função da pequena quantidade de salas de cinema e, dessa forma, a menor oferta de ingressos, limitando a adequação do investimento à geração de bilheteria. Esta característica é observada principalmente quando se analisa o resultado dos filmes lançados com grande investimento no Brasil que atingem números expressivos, posicionando o país entre os três principais mercados internacionais, o que não ocorre com filmes de médio investimento. A diminuição do potencial de geração de bilheteria acontece a partir do momento que os cinemas ao exibirem menos filmes, deixam de comercializar mais ingressos para os espectadores que já são frequentadores das salas e que poderiam assistir mais filmes. Um exemplo do impacto desse aspecto, seria se cada cinema no Brasil construísse uma sala a mais, ofertaria de 15 a 18 filmes a mais por ano, com um público médio semanal de 700 expectadores, seria possível vender um montante adicional de 25 milhões de ingressos anualmente. É evidente que apenas o aumento das salas não garantiria a venda de ingresso, porque é necessário trabalhar simultaneamente em duas pontas: a capilaridade/acessibilidade geográfica, por meio da ampliação de cidades e bairros com cinemas, conquistando novos expectadores; e a elevação da frequência daquele que já vai ao cinema, através da diversificação da programação, somente possível através do aumento das salas de cinema. Ainda que haja uma produção sólida e uma distribuição adequada, se não houver disponibilidade de salas para lançamentos, não terá oferta suficiente e, dessa forma, os resultados serão aquém do possível. Para que seja

¹⁹ Segundo Costa (2013), multiplex é um conceito surgido na década de 80, nos EUA, e refere-se ao conjunto de várias salas de projeção instaladas em um único e grande ambiente. Com equipamentos de projeção de ponta e grandes telas, foram uma resposta da indústria cinematográfica americana ao desenvolvimento do videocassete e da TV a cabo, que vinham roubando espectadores das antigas salas de projeção.

possível resolver o problema de exibição é necessário uma conscientização além dos três setores tradicionais (produção, distribuição e exibição) da importância do cinema para os negócios - os shoppings centers, elevando a disponibilidade de salas, o governo expandindo os mecanismos de fomento, incentivos e desonerando a tributação do setor, para que o país tenha capacidade de ofertar o cinema para mais cidadãos (KAMITSUJI, 2012).

Segundo a ANCINE (2013), o mercado brasileiro de distribuição dos filmes vem apresentando um forte crescimento. No período compreendido entre 2009 e 2011, o número de ingressos vendidos anualmente nas salas de exibições passou de 112 para 144 milhões, um aumento na ordem de 28%. Além do crescimento, houve um significativo desempenho por parte das distribuidoras nacionais em face das internacionais. Entre 2009 e 2011, enquanto as internacionais obtiveram um crescimento de 21% no número de ingressos vendidos, as distribuidoras nacionais alcançaram um crescimento superior a 50% no mesmo período. A consolidação por parte destas distribuidoras nacionais é de extrema relevância para o desenvolvimento da cadeia produtiva audiovisual nacional, pois a mesma representa o elo de ligação entre os meios de exibição das obras audiovisuais, exercendo o papel duplo de apoio financeiro, bem como de facilitar o acesso a um determinado mercado. No Brasil, consideram-se as distribuidoras internacionais aquelas empresas brasileiras subsidiárias dos grandes estúdios de produção e distribuição de Hollywood, também denominados de *majors*, presentes em todos os países: Disney, Paramount, Sony, Fox, Universal e Warner. Já as distribuidoras nacionais, não possuem vínculos com distribuidoras de outros países.

Tabela 3 - Ranking das Empresas Distribuidoras

Distribuidora	Renda Total (R\$)	%	Público Total	%
Paramount/Universal	310.749.870,65	21,6%	30.546.460	21,2%
Fox	223.011.630,29	15,5%	23.162.454	16,1%
Sony (Columbia)	194.816.012,35	13,5%	19.641.243	13,7%
Warner	184.786.523,00	12,9%	18.135.996	12,6%
Paris (SM)	136.992.869,42	9,5%	13.801.567	9,6%
Disney	128.712.523,50	9,0%	12.609.578	8,8%
Imagem (Wmix)	97.502.872,96	6,8%	9.479.665	6,6%
Downtown (Freespirit)/ Riofilme	31.656.665,01	2,2%	3.412.319	2,4%
Playarte	34.889.627,42	2,4%	3.198.069	2,2%
Downtown (Freespirit)/Paris (SM)	27.528.799,59	1,9%	3.095.894	2,2%
Outras	67.153.841,45	4,7%	26.186.831,12	4,7%
Total	1.437.801.235,64	100,0%	163.270.076,12	100,0%

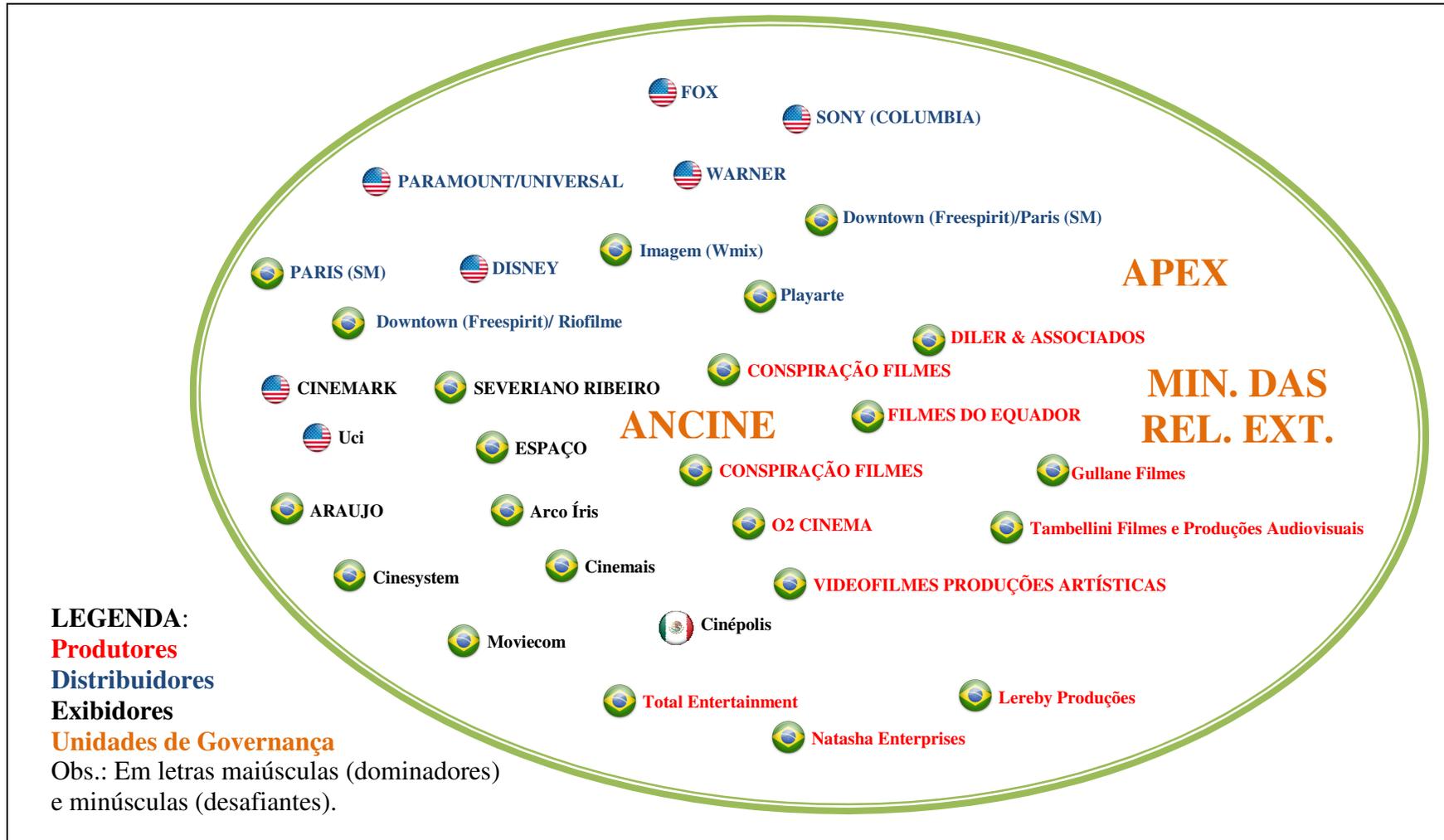
Fonte: Elaborado pelo autor segundo informações da ANCINE.

Em 2011, foram lançados 339 filmes no Brasil, sendo 98 por distribuidoras internacionais e 241 por distribuidoras nacionais. Entre os 10 principais distribuidores, além dos *majors*, estão presentes as distribuidoras nacionais Paris (5º lugar, melhor colocação de uma distribuidora nacional, Imagem (7º), Downtown / Riofilme (8º), Playarte (9º) e Downtown / Paris (10º). Através destas informações é possível inferir que em termos de renda as *majors* arrecadaram o equivalente a 72,5% do total em 2011 (TABELA 3).

Segundo Leite, Maranhão e Butcher (2012), nos últimos tempos, uma das mais significativas mudanças no mercado cinematográfico nacional se deu na forma de lançamento dos filmes brasileiros. Até 2007, praticamente todas as produções com potencial de bilheteria alcançavam o circuito através dos grandes estúdios - as denominadas *majors* - mas, desde 2010, tornaram-se cada vez mais frequentes os lançamentos de grande envergadura pelas distribuidoras independentes, em muitos casos, em parceria com uma ou mais distribuidoras. Essa alteração de cenário reflete em um novo balanço no financiamento da produção e uma prioridade das políticas do governo. Dispositivo fundamental para retomada da produção cinematográfica na segunda metade da década de 1990, o Artigo 3º da Lei do Audiovisual autoriza às empresas que enviam *royalties* para o exterior aplicar até 3% do montante pago dos impostos em coprodução e distribuição de filmes nacionais. Essa peça foi essencial para o reaparecimento dos *blockbusters* nacionais, porém acabou oportunizando uma grande vantagem competitiva às *majors* no momento da aquisição dos projetos nacionais com maior probabilidade de sucesso comercial. No ano de 2007, após o lançamento do Fundo Setorial do Audiovisual, a ANCINE atendeu aos apelos das distribuidoras independentes e criou duas modalidades específicas de financiamento para o segmento: a Linha C, destinada a aquisição de direitos de distribuição e a Linha D, voltada a comercialização de longa metragens. Após dois anos, os reflexos começaram a aparecer. Até 2009, as maiores bilheterias de cada ano foram de obras distribuídas pelas *majors*. Em 2010, três parcerias de codistribuição alcançaram o Top 10 ("Chico Xavier" da Downtown/Sony, "Muita calma nessa hora" da Europa/RioFilme e "As melhores coisas do mundo" da Warner/RioFilme). Em 2011, as codistribuições foram responsáveis pelas duas maiores bilheterias nacionais ("Cilada.com" da Downtown/Paris/RioFilme e "De pernas pro ar" da Downtown/Paris). A codistribuição tem ganhado adeptos e vem se tornando uma alternativa. Além da divisão dos custos, esta alternativa oferece uma redução dos riscos (dividida entre os dois parceiros). Além disso, potencializa a experiência através do compartilhamento de aprendizados.

Segundo Verissimo et al (2010), ainda que tenha tido uma evolução no que se refere a distribuição, os produtores concordam que a área ainda necessita de avanços. As parcerias de longo prazo possibilitam melhores resultados a cada novo lançamento, e as relações e os diálogos melhoram. Na maioria dos casos, os custos de lançamento dos filmes nacionais têm sido pago pelos produtores. Segundo depoimento de um produtor que não quis se identificar, o distribuidor tem a concepção que o produtor coloca todos os custos da sua vida em único projeto. Para um produtor entrevistado na reportagem (não identificado), foi criada uma máxima, em que o produtor ganha dinheiro com a produção, o distribuidor recebe pela distribuição e o exibidor através da exibição, o que não é saudável para o setor. O artigo 3º apenas pode ser aplicado na produção e no momento do lançamento do filme, a distribuidora informa que não tem recursos, finaliza o produtor. Dessa forma quem produz é obrigado a pagar o lançamento com o dinheiro da produção, completa outro produtor. Tal mecanismo não é ilegal, é permitido captar recurso para comercialização por meio do artigo 1º, por exemplo. No entanto, está longe da situação ideal. A solução, na opinião de vários produtores, somente deverá vir com o passar do tempo, na medida em que os filmes nacionais competitivos sejam produzidos e o setor da produção conquiste força e a capacidade de barganha. Dessa forma, através destes agentes o campo cinematográfico nacional é composto (FIGURA 04).

Figura 4 - Configuração do Campo Cinematográfico Brasileiro



Fonte: Elaborado a partir do presente estudo.

5.1.3 A economia do cinema

De acordo com Worldwide Box Office (2011), no ano de 2007 o cinema arrecadou o equivalente a 26,72 bilhões de dólares. Segundo o site Filme B (2012), os principais mercados cinematográficos em termos de público são Índia, EUA, China, França e México. Também fica evidente a larga vantagem da Índia com relação ao público, pois mesmo com a soma dos 19 países restantes (2.994 milhões) não alcança seu público. O Brasil ocupa uma modesta posição, se tomar em conta a sua população, em 14^a lugar, sendo ultrapassado por países como Japão, Itália e Coréia do Sul e Alemanha (TABELA 4).

Tabela 4 - Os 20 países com maior público no Cinema em 2007 (em milhões de espectadores)

#	País	Público (em milhões)
01	Índia	3.000,3
02	EUA	1.000,4
03	China	195,8
04	França	177,5
05	México	174,2
06	Japão	163,7
07	Reino Unido	162,4
08	Coréia do Sul	158,8
09	Alemanha	125,4
10	Itália	120,0
11	Espanha	116,9
12	Canadá	106,0
13	Rússia	103,6
14	Brasil	89,3
15	Austrália	84,7
16	Filipinas	64,2
17	Indonésia	48,0
18	Turquia	34,8
19	Argentina	34,7
20	Malásia	33,6

Fonte: Elaborado pelo autor segundo informações do Portal Filme B (2012);

Worldwide Box Office (2011), destaca que a arrecadação do cinema em 2007 contou com o montante dividido pelos Estados Unidos da América/Canadá (36%), Europa/Oriente Médio/África (33,4%), Ásia/Pacífico (25,9%) e América Latina (4,7%). No entanto em termos de vendas de ingresso, durante este mesmo ano, foram comercializados 7,91 bilhões, sendo suas fontes os Estados Unidos da América/Canadá (17,7%); Europa/Oriente Médio/África (14,2%); Ásia/Pacífico (63,7%) e América Latina (4,4%). Com relação aos mercados domésticos, são poucos os países que apresentam um mercado interno com

predominância de produções nacionais. Segundo o Filme B²⁰ (2011), entre os anos de 2005 e 2006, somente países como Irã (99,4%), Estados Unidos (95%), Índia (92%), Egito (81%), China (54,1%) e Coréia do Sul (50,8%) apresentaram a maioria de obras domésticas sobre o total das produções cinematográficas.

Segundo dados do Observatório Audiovisual do MERCOSUL (2013), em termos regionais, mais especificamente na América do Sul, situa-se o Brasil em uma posição bastante destacada aos demais (TABELA 5).

Tabela 5 - Dados sobre os Expectadores do MERCOSUL

País	Habitantes (milhões)	Quantidade de Expectadores (média entre 2002-2005)	%	Índice de ocorrência pessoa/ano
Argentina	38,6	36,4	21,74	0,97
Brasil	187,6	99,1	59,23	0,61
Uruguai	3,4	2,5	1,52	0,68
Paraguai	6,2	0,6	0,35	0,10
Chile	16,2	11,2	6,68	0,76
Bolívia	9,4	1,4	0,86	0,14
Venezuela	26,5	16,1	9,62	0,75

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de dados do Observatório Audiovisual do MERCOSUL (2003)

Um aspecto importante desta análise se refere ao índice médio de expectadores em comparação ao número de habitantes. Apesar do Brasil estar na dianteira no que se refere a quantidade de expectadores (cerca de 99 milhões, representando mais de 59% dos expectadores da América do Sul), situa-se apenas no quinto lugar na comparação entre expectadores e habitantes. Isso também mostra que é necessário um trabalho bastante forte no sentido de ampliar o acesso ao cinema para o restante da população.

Segundo a ANCINE (2011), o Brasil encontra-se em uma significativa evolução em termos de renda e público. No ano de 2011, o público nas salas de exibições superou o número de 143 milhões, um aumento superior a 7% em relação ao ano anterior. A arrecadação confirmou a evolução alcançando a marca de 1,437 bilhões de reais, um aumento superior a 14% (TABELA 6).

²⁰ Filme B é um site especializado em informações sobre cinema nacional e internacional.

Tabela 6 - Dados do cinema nacional entre 2008 e 2011

Indicador	2008	2009	2010	2011
Público em salas de exibição	89.960.164	112.665.601	134.364.520	143.886.208
Público filme nacional em salas de exibição	9.143.052	16.070.368	25.227.757	17.869.385
% do Público em filme nacional	10,16%	14,26%	18,78%	12,42%
Público filme estrangeiro em salas de exibição	80.817.112	96.595.233	109.136.763	126.016.823
Renda Bruta em salas de exibição	R\$ 729.522.782,41	R\$ 969.744.934,14	R\$ 1.256.550.704,09	R\$ 1.437.801.236,00
Renda Bruta em salas de exibição filmes nacionais	R\$ 70.244.803,07	R\$ 131.873.775,25	R\$ 222.169.100,11	R\$ 163.270.076,00
Participação da Renda dos filmes nacionais	9,63%	13,60%	17,68%	11,36%
Renda Bruta em salas de exibição filmes estrangeiros	R\$ 659.277.979,34	R\$ 837.871.158,89	R\$ 1.034.381.603,98	R\$ 1.274.531.160,00
Numero de Salas de Exibição	2.278	2.141	2.206	2.352

Fonte: Elaborado pelo autor segundo informações da ANCINE (2012).

Apesar de apresentar um aumento gradativo, em público e renda entre os anos de 2008 à 2011, alguns números continuam irregulares. A participação dos filmes nacionais em público e renda no ano de 2011 atingiu 12,42% e 11,36% respectivamente. O resultado foi inferior ao ano de 2009 e 2010. Em 2010 obteve, por exemplo, de público e renda 18,78% e 17,68%, respectivamente. Essa instabilidade também é verificada no número de exibições em que o ano de 2008 (2.278) somente teve menor número de salas de exibição que 2011 (2.352).

5.2 AS PRINCIPAIS TRANSFORMAÇÕES DO CAMPO CINEMATOGRAFICO BRASILEIRO A PARTIR DA DÉCADA DE 1990

Neste trecho do trabalho, é analisado de forma específica os elementos que ocorreram a partir da década de 1990. Ao abordar este período foi procurado reforçar os elementos que surgiram na análise da evolução do campo cinematográfico no período.

A partir da década de 1990, o campo cinematográfico sofreu consideráveis mudanças. Com relação a sua interação com o mercado externo, é possível dividi-los nos seguintes aspectos: Aprovação da Lei Rouanet (após a extinção da EMBRAFILME) e as demais políticas de financiamento; o reconhecimento através das indicações das obras brasileiras nos festivais e premiações internacionais; os acordos internacionais realizados

pelo Ministério das Relações Exteriores; programas de fomento do cinema nacional nos diferentes âmbitos da cadeia cinematográfica (ANCINE e APEX).

5.2.1 Aprovação da Lei Rouanet e as demais políticas de financiamento

O início da década de 1990, permitiu compreender que o cinema brasileiro não sobreviveria de forma sustentável, sem um apoio de incentivos ou regulatórios do cinema nacional. Assim como o momento anterior a EMBRAFILME, as produções nacionais não possuíam mais “fôlego” suficiente para competir com as produções estrangeiras. Motivos relacionados ao baixo custo das cópias estrangeiras, seu amplo apelo publicitário (*star system*) e suas estratégias locais através de escritório dos grandes estúdios, tornam a tarefa bastante árdua. A retomada da produção cinematográfica nos anos 1990 somente é possível através da Lei Rouanet, que além de prover fontes de recursos (iniciativa privada) acrescenta medidas protecionistas ao cinema local. Isso não impede as obras estrangeiras de terem a maior fatia do mercado brasileiro, porém permite aos filmes brasileiros a abertura de um espaço e veiculação nas salas de cinema. Por meio de uma maior exposição através da promoção e recursos para a produção permite, as obras nacionais mesmo desafiadas no campo cinematográfico local, romperem com a hegemonia das obras estrangeiras, tendo a possibilidade de terem retornos consideráveis de suas obras.

A década de 1990 marca a expansão dos mecanismos de financiamento. Segundo o site Cinema do Brasil (2012), o Brasil possui inúmeras fontes de financiamento para produção e exibição cinematográfica, das quais a maior parte é oriunda das leis de incentivos fiscais que também são aplicadas em coproduções internacionais. Além das políticas de incentivo, outra ferramenta relevante são os acordos bilaterais para o desenvolvimento da produção cinematográfica. Atualmente o país apresenta acordo com os seguintes países: Alemanha, Argentina, Canadá, Chile, Espanha, França, Índia, Itália, Portugal e Venezuela. Além disso, o Brasil é signatário de tratados multilaterais, como o Tratado Ibero-Americano de Cinema e da Integração e o Acordo Latino-Americano de Coprodução Cinematográfica. Somado a isso, o Brasil possui três programas anuais de apoio à coprodução com Argentina, Portugal e Espanha, cada uma beneficiando 4 filmes por temporada.

O financiamento de coproduções por meio da ANCINE, desenvolvido com as empresas de países-membros de acordos são relativamente descomplicadas e as normas

são estipuladas conforme o tratado em vigor. Em geral, é instituído que o país minoritário deve ter uma participação mínima de 20%, enquanto que o país majoritário pode ter uma participação de até 80% do projeto. Na maioria das situações, o percentual da contrapartida brasileira em uma determinada obra tem que obedecer a mesma participação “artística e técnica”, a mesma porcentagem do investimento envolvido no financiamento, bem como pela mesma porcentagem de participação da renda bruta global do filme pelas empresas brasileiras envolvidas. Por outro lado, as coproduções com países não membros de tratados também são elegíveis, no entanto os critérios são mais rigorosos. Independente da participação percentual brasileira, a coprodutora brasileira deve ter, no mínimo, 40% dos direitos autorais da obra cinematográfica e ser composta por 2/3 da equipe e de atores de nacionalidade brasileira (ou por estrangeiros residentes a mais de 3 anos no Brasil). Os recursos também são disponibilizados para coproduções oficiais brasileiras nas diversas modalidades – majoritária, igualitária ou minoritária - com países membros ou não membros em tratados (CINEMA BRASIL, 2012).

Atualmente no Brasil, existem diversos mecanismos para captação de recursos, espalhados pela legislação brasileira. Entre as principais, destacam-se: Lei nº 8.313 (23 de Dezembro de 1991), Lei No 8.685 (20 de Julho de 1993) e Medida Provisória nº 2.228-1 (06 de Setembro de 2001) (QUADRO 7).

Quadro 7 - Dispositivos legais para captação de recurso da Lei do Audiovisual

Denominação	Descrição
Art 1º Lei 8685 /1993	Permite que pessoas físicas ou jurídicas possam abater até 100% dos recursos utilizados na compra de direitos de comercialização de filmes, desde que esses valores não ultrapassem 3% do imposto de renda devido (no caso de pessoa jurídica) ou 6% (pessoa física). O Artigo 1º tem validade até o exercício fiscal de 2010.
Art 1º A Lei 8685 /1993	Mecanismo introduzido na Lei do Audiovisual em 2006, permite utilização de recursos incentivados para a produção de filmes e telefilmes nos moldes do incentivo previsto na Lei Rouanet (mecenato) cuja vigência expirou em 2007. O Artigo 1º-A expira em 2016.
Art. 3º Lei 8685 /1993	Permite que as distribuidoras estrangeiras utilizem até 70% do imposto de renda devido sobre a remessa de lucros para o exterior em projetos de coprodução de filmes; coprodução de telefilmes e minisséries; e desenvolvimento de projetos. As empresas que optam pela utilização do benefício ficam isentas do pagamento da Condecine, incidente em 11% sobre o valor da remessa para o exterior.
Art. 3º A Lei 8685 /1993	Permite que empresas de radiodifusão e programadoras nacionais de televisão por assinatura utilizem até 70% do imposto devido sobre a remessa de recursos ao exterior no desenvolvimento e na coprodução de obras audiovisuais brasileiras.
Art. 39 (MP 2228-1)	Permite às programadoras internacionais de TV por assinatura a aplicação de até 3% do imposto sobre suas receitas na co-produção de obras nacionais. Tal como ocorre no Artigo 3º da Lei do Audiovisual, quem opta por recolher o benefício fica isento do pagamento de Condecine.

Fonte: CAMINHOS DA PRODUÇÃO. Revista Filme B, Rio de Janeiro, p. 17, set. 2009

A ANCINE (2012), ainda têm os mecanismos de captação de recurso da Lei 8.313, de 23 de dezembro de 1991 através dos artigos 18 e 25. Estes dispositivos permitem às pessoas físicas ou jurídicas a possibilidade de aplicação de parcelas do Imposto de Renda para projetos culturais apresentados.

O artigo Caminhos da Produção²¹, destaca os editais regionais para captação de recurso. Alguns exemplos são a Prefeitura de Paulínia, Premio Santander Cultural/ Prefeitura de Porto Alegre/APTC (RS), Secretaria de Cultura do Governo de São Paulo (SP), Filme em Minas - Programa de Estímulo ao Audiovisual (MG) e Secretaria de Cultura do Governo do Rio de Janeiro (RJ).

Estes mecanismos regionais possibilitam uma diversidade de opções na busca de recursos financeiros para idealização de projetos audiovisuais. E mais do que isso, em alguns casos, permite obter maiores recursos através de mais de um dispositivo de captação. Outra importante função dos incentivos regionais é a descentralização da indústria cinematográfica, historicamente centralizada no eixo Rio / São Paulo e oportuniza a formação de outros centros cinematográficos, como Rio Grande do Sul e Minas Gerais, por exemplo.

Ainda no artigo Caminhos da Produção, destacam-se os fundos nacionais de apoio ao setor cinematográfico, tais como: Fundo Setorial do Audiovisual, FUNCINE e PROCULT. O Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) é um mecanismo criado em 2006 para financiamento de projetos do setor audiovisual. Primeiramente administrado por um Comitê Gestor²², passou em 2007 a função para Financiadora de Estudo e Projetos (FINEP). Em 2009, o FSA começou atuar por meio de editais em quatro categorias: Linha A - Produção de longas metragens para Cinema; Linha B - Produção de audiovisuais para TV; Linha C - Direitos de distribuição para longas metragens; Linha D - Comercialização de longas metragens para cinema. A FUNCINE é um fundo de participação para o setor do audiovisual. Pode receber investimento de diferentes ramos da cadeia cinematográfica (produção, comercialização e distribuição) das obras brasileiras; construção e reformas de salas de exibição; projeto de infra-estrutura e compra de ações para empresas do segmento. Existem duas categorias: FUNCINE RB Cinema (para produção e distribuição de filmes brasileiros); FUNCINE Lacan-Downtown destinado a longas metragens distribuídos pela

²¹ CAMINHOS DA PRODUÇÃO. Revista Filme B, Rio de Janeiro, p. 12-17, set. 2009

²² Composto por representantes do Ministério da Cultura, da ANCINE e da Instituição Financeira credenciada e por representantes do setor audiovisual

Downtown Filmes. Por fim, o Programa de Apoio à Cadeia Produtiva do Audiovisual (PROCULT), lançado pelo BNDES em 2006, tem o intuito de estimular a indústria cinematográfica nacional e atua nas diferentes áreas como infraestrutura, produção, distribuição e exibição.

Segundo a ANCINE (2012), no que tange a captação de recursos para a produção nacional, em 2012 foram mais de R\$ 127 milhões através das Leis de Incentivo Federal para projetos em fase de captação (TABELA 7).

Tabela 7 - Valores Captados por Mecanismo de Incentivo - R\$ Mil - 2008/2012

Tipo de Incentivo	2008	2009	2010	2011	2012
Art. 1º - Lei 8.685/93	47.906.957,00	37.898.288,00	28.806.751,60	25.372.784,00	18.971.617,00
Art. 1ªA - Lei 8.685/93	54.353.058,42	51.490.810,41	68.487.417,50	73.418.116,26	55.613.662,28
Art. 3º - Lei 8.685/93	32.578.495,53	23.390.872,70	29.276.722,03	19.076.293,74	15.165.873,10
Art. 3ªA - Lei 8.685/93	-	2.500.000,00	28.854.132,12	26.821.816,42	13.772.490,92
Lei 8.313/91 (Rouanet)	7.803.811,32	8.549.600,00	2.889.790,00	5.187.692,22	2.553.695,53
Funcines	8.185.000,00	1.850.000,00	9.799.550,00	6.500.000,00	992.187,55
Art. 39 - MP 2228-1/01	16.843.996,05	11.801.379,34	12.581.135,09	20.480.533,91	20.096.960,60
Total dos Mecanismos	167.671.318,32	137.480.950,45	180.695.498,34	176.857.236,55	127.166.486,98

Fonte: Adaptado pelo autor segundo informações do site <http://www.ancine.gov.br/>.

O resultado atingido em 2012 representou uma redução superior a 29% em comparação ao ano anterior. No entanto o ano de 2011 ainda ficou aquém de 2010, quando foram captados mais de R\$ 180 milhões de reais. Isso possibilita a compreensão que os valores captados não possuem um aumento constante, pois é marcado por flutuações.

Outra informação coletada neste estudo foi o papel do edital de distribuição de verba para obras cinematográficas. Em contrapartida do valor financiado exige-se adaptações destas obras e dando condições as mesmas de inserção no mercado internacional. Este exemplo foi destacado pelo presidente da IECINE, no edital de finalização chamado "Rio Grande do Sul Pólo Audiovisual". Esse edital tinha como objetivo distribuir 150 mil reais para a finalização de longas metragens. Tal edital foi feito a partir da constatação de um número de 15 à 20 filmes represados em função de ajustes de cor, áudio ou outros ajustes. Os filmes contemplados teriam que ter a seguinte contrapartida

Tinha que ser legendado ou subtítulado no mínimo em inglês e espanhol (...) e que tinha que no mínimo ser inscrito em cinco festivais nacionais e no mínimo cinco festivais internacionais em diferentes países (...) nós solicitamos cinco cópias em DVD para lançamentos institucionais que o estado viesse a fazer. Por exemplo, fazer uma amostra no Uruguai (...)

Segundo o presidente da IECINE, o edital e as exigências de contrapartidas do valor financiado solicitadas aos filmes

(...)fez com que, no ano passado 2012, o RS batesse o recorde (...) lançamento de filmes gaúchos, nunca em todos tempos não haviam sido lançados 12 longas metragem num mesmo um ano (...) Isso é um resultado. O resultado dois, no festival de gramado nós realizamos além da amostra competitiva de longas, nós tivemos uma amostra não competitiva apenas de longas gaúchos, foram seis longas gaúchos exibidos durante 5 tardes, teve uma tarde que foram dois, para críticos, para realizadores de outros estados. Acima de tudo para curadores de festivais de outros estados e para curadores de festivais de outros países, com isso alguns filmes foram convidados ali para participar de festivais de outros países. Hoje eles estão fazendo uma trajetória em festivais em vários países, estão ganhando prêmios, estão sendo classificados e então sendo selecionados.

Tal iniciativa ilustra como o papel do Estado ou iniciativas de diferentes esferas de governo, principalmente federal e estadual, podem ter no sentido de contribuir e estimular os filmes a buscarem seu espaço no mercado internacional.

5.2.2 Reconhecimento através das indicações das obras brasileiras nos festivais e premiações internacionais

Segundo o site Terra (2012)²³, a indústria cinematográfica americana, que atingiu seu auge entre os anos de 1910 e 1960 (chamada de Era de Ouro de Hollywood), divide espaço com produções internacionais nos dias de hoje. Tal afirmativa não se refere somente à quantidade de obras cinematográfica nas telas, mas torna-se ainda mais evidente pela variedade de festivais que impulsionam a indústria do cinema internacional em muitos pontos do planeta. As cerimônias de premiação são eventos que não passam despercebidos pela mídia, que além de reunirem celebridades, estimulam a indústria da moda e prestigiam as melhores produções e profissionais do setor. Estes eventos são classificados segundo uma hierarquia pela Federação Internacional de Associações de Produtores Cinematográficos (FIAPF), que estabelece categorias de qualidade de acordo com critérios tecnológicos e organizacionais. Atualmente, as premiações pertencentes a categoria A são: Festival Internacional de Cinema de Berlin (Berlinale); Festival de Cannes; Festival de Veneza; Festival de San Sebastián; Festival Sundance de Cinema (festival de cinema independente); Prêmio Oscar; Festival Internacional de Cinema de Mar del Plata; Festival de Cinema de Sitges (Festival de Cinema da Cataluña).

²³ Disponível no site <http://cinema.terra.com.br/cannes/noticias/0,,OI5766836-EI20164,00-Conheca+os+principais+festivais+de+cinema+do+mundo.html>

Conforme André Negri do Portal Bravo (2012)²⁴, para aqueles que fazem e estudam cinema, "os festivais de cinema são muito mais que apenas festas glamorosas, tapete vermelho e vestido de grife". Os festivais de cinema europeus - Cannes, Berlim e Veneza – e a Premiação do Oscar além da entrega de estatuetas possuem uma inegável importância cultural, a partir do momento que sinalizam as tendências daquele momento. Atrelado a importância cultural, é notório o fator econômico envolvido. Os filmes premiados em geral recebem uma exposição importante da mídia, efeito esse que contribui para que as obras cinematográficas ganhem o mundo e tornem-se sucessos de bilheteria.

Apesar de não ser um consenso, o *trium-viratum* de festivais europeus - Festival Internacional de Cinema de Berlim (Berlinale), Festival de Cannes e Festival de Veneza – e a premiação do Oscar são os principais legitimadores do campo cinematográfico internacional. Esse papel pode ser atribuído a diversas características como sua grande tradição, exposição midiática internacional ou pela importância dispensada pelos críticos e produtores de cinema.

O Festival Internacional de Cinema de Berlim (Berlinale), ocorre desde 1952 na Alemanha e o evento conta com grandes personalidades da indústria do cinema, como por exemplo, Robert De Niro, presidente do júri em 2011 (TERRA, 2012).

As principais premiações do Berlinale são divididas em: Júri Internacional, Júri Internacional de Curta-Metragem e Geração. No Júri Internacional são selecionados a cada ano pelo Diretor do Festival e os vencedores são divulgados no penúltimo dia do Festival (QUADRO 8) (BERLINALE, 2012).

Quadro 8 - Categorias do Júri Internacional do Festival de Berlim

Prêmio	Categoria
Urso de Ouro	Melhor Filme (premiado o produtor do filme)
Urso de Prata	Grande prêmio do Juri
Prêmio Alfred Bauer (Urso de Prata)	Em memória ao fundador do festival – Para o filme que abre novas perspectivas.
Urso de Prata	Melhor Diretor
Urso de Prata	Melhor Atriz
Urso de Prata	Melhor Ator
Urso de Prata	Melhor Roteiro
Urso de Prata	Excelente contribuição artística nas categorias de filmagem, edição, figurino e cenografia.

Fonte: Elaborado pelo autor segundo informações do site <http://www.berlinale.de>

Outra competição paralela é a premiação dos curtas-metragens. As principais premiações desta competição são o Urso de Ouro de melhor curta-metragem, o Urso de Prata de

²⁴ Disponível no site <http://bravonline.abril.com.br/materia/oscar-brasileiro>

Prêmio de Júri. Por fim, outra premiação realizada pelo público infantil e jovem é o Urso de Cristal. As menções especiais são dadas para as realizações destacadas. São dois Júris Internacionais presentes no prêmio *Generation Kplus* e *Generation 14plus competition*. As principais premiações para os dois Júris são Urso de Cristal para Melhor Filme e Urso de Cristal para Melhor Curta-Metragem (BERLINARE, 2012).

O Brasil apresenta uma determinada tradição no festival alemão. Sua primeira distinção foi em 1964 com o Urso de Prata pelo Prêmio Extraordinário do Júri. Além disso, o país recebeu duas vezes o prêmio mais importante do festival, o Urso de Ouro, com Central do Brasil em 1998 e Tropa de Elite e 2008 (QUADRO 9).

Quadro 9 - Distinções do cinema brasileiro no Festival Internacional de Cinema de Berlin

Ano	Filme / Diretor	Categoria
1964	Os Fuzis / Ruy Guerra	Urso de Prata – Prêmio Extraordinário do Juri.
1969	Brasil ano 2000 / Walter Lima Junior	Urso de Prata
1973	Toda nudez será castigada / Arnaldo Jabor	Urso de Prata
1978	A queda / Nelsón Xavier e Ruy Guerra	Urso de Prata – Prêmio Extraordinário do Juri.
1986	A hora da estrela / Suzana Amaral	Urso de Prata – Melhor Atriz (Marcelia Cartaxo)
1987	Vera / Sérgio Toledo	Urso de Prata – Melhor Atriz (Ana Beatriz Nogueira)
1990	Ilha das flores / Jorge Furtado	Urso de Prata – Prêmio do Juri (Filmes Curtos).
1998	Central do Brasil / Walter Salles	Urso de Ouro
1998	Central do Brasil / Walter Salles	Urso de Prata – Melhor Atriz (Fernanda Montenegro)
2001	O Branco / Ângela Pires e Liliana Sulzbach	Menção Especial (<i>Kplus</i> Filmes Curtos)
2008	Tropa de Elite / José Padilha	Urso de Ouro
2008	Mutum / Sandra Kogut.	Menção Especial (Grande Premio do Deutsches Kinderhilfswerk)
2008	Café com Leite / Daniel Ribeiro	Urso de Cristal (14plus Filmes Curtos)
2012	Tabu / Miguel Gomes	Premio Alfred Bauer
2012	Licuri Surf / Guile Martins	Menção Honrosa (Filmes Curtos)
2012	L / Thais Funaga	Menção Especial

Fonte: Elaborado pelo autor segundo informações do site <http://www.berlinale.de>

O Festival Internacional de Cannes é considerado uma das mais importantes premiações do cinema mundial. Acontece anualmente em Cannes, cidade litorânea do sul da França desde 1939, quando o ministro francês Jean Zay decidiu criar o evento para rivalizar com o Festival de Veneza. Em sua primeira edição contou com o pioneiro do cinema Louis Lumière. Depois o evento foi interrompido em função da Segunda Guerra Mundial, voltando apenas no ano de 1946 (TERRA, 2012).

A principal premiação do evento é denominada de Palma de Ouro, sendo atribuída ao melhor filme do festival. Além disso, são entregues distinções a outras categorias de Longa-Metragem, incluindo premiação ao melhor curta-metragem (QUADRO 10).

Quadro 10 - Competição Oficial de Longa Metragem no Festival de Cannes

Prêmio	Categoria
Palma de Ouro	Melhor Filme
Grande Prêmio	Filme que manifesta maior originalidade
Prêmio de interpretação Feminina	Melhor Atriz
Prêmio de interpretação Masculina	Melhor Ator
Prêmio de Direção	Melhor diretor
Prêmio de Roteiro	Melhor Roteirista
Premio do Júri	-

Fonte: Elaborado pelo autor segundo informações do site <http://www.festival-cannes.com>

O Brasil tem uma tradição bastante consolidada no festival francês. O maior trunfo na premiação ocorreu em 1962 com a Palma de Ouro para o filme o Pagador de Promessas. Além disso, obteve distinções nas categorias de Melhor Direção e Melhor Interpretação Feminina em duas oportunidades (QUADRO 11).

Quadro 11 - Distinções do cinema brasileiro no Festival Internacional de Cannes

Ano	Filme / Diretor	Categoria
1953	O Cangaceiro / Lima Barreto	Melhor Filme de Aventura
1962	O Pagador de Promessas / Anselmo Duarte	Palma de Ouro
1967	Terra em Transe / Glauber Rocha	Prêmio da Crítica Internacional
1969	O Dragão da Maldade Contra o Santo Guerreiro / Glauber Rocha	Melhor Direção
1977	Di Cavalcanti / de Glauber Rocha	Prêmio Especial do Júri (Curta-Metragem)
1986	Eu Sei que Vou Te Amar / Arnaldo Jabor	Melhor Interpretação Feminina (Fernanda Torres)
1986	O Beijo da Mulher-Aranha (BRA e EUA) / Héctor Babenco	Melhor Interpretação Masculina (William Hurt)*
2008	Linha de Passe / Walter Salles e Daniela Thomas	Melhor Interpretação Feminina (Sandra Corveloni)

Obs.:* O ator William Hurt, por ter nacionalidade norte-americana, teve sua distinção na contagem de premiações dos EUA

Fonte: Elaborado pelo autor segundo informações do site <http://www.festival-cannes.com>

O Festival de Veneza teve início em 1932 como parte da 18ª Bienal de Veneza. As principais autoridades italianas deram sua aprovação para que o evento fosse considerado o primeiro evento internacional deste tipo. O festival ocorre anualmente na ilha de Lido, aproximadamente 10 minutos de Veneza. Sua principal distinção é o Leão de Ouro concedido ao melhor filme do evento, além disso, são premiadas diversas categorias (QUADRO 12).

Quadro 12 - Competição Principal de Longa Metragem no Festival de Veneza

Prêmio	Categoria
Leão de Ouro	Melhor Filme
Leão de Prata	Melhor Diretor
Prêmio Especial do Júri	-----
Coppa Volpi	Melhor Ator
Coppa Volpi	Melhor Atriz
Prêmio Marcello Mastroianni	Melhor Novo Ator ou Atriz
Prêmio de Roteiro	Melhor Roteirista
Prêmio para Melhor Contribuição Técnica	-

Fonte: Elaborado pelo autor segundo informações do site <http://www.labiennale.org>

O Festival de Veneza, em comparação aos outros festivais, é aquele que o Brasil possui a menor tradição. Apesar de não tardar para receber o primeiro reconhecimento no longincuo 1953, sendo o reconhecimento mais antigo juntamente com o Festival de Cannes, o país não conseguiu manter-se entre os agraciados. Somente em 1981 ocorreu a segunda e, até o presente momento, foi última distinção recebida em Veneza (QUADRO 13).

Quadro 13 - Distinções do cinema brasileiro no Festival de Veneza

Ano	Filme / Diretor	Categoria
1953	Sinhá Moça / Tom Payne e Oswaldo Sampaio	Prêmio Especial do Júri
1981	Eles não Usam Black Tie / León Hirszman	Grande Prêmio Especial do Júri / Prêmio da Federação Internacional dos Críticos de Cinema

Fonte: Elaborado pelo autor segundo informações do site <http://wp.clicrbs.com.br/cineclube/2008/02/18/o-brasil-em-berlim-cannes-e-veneza/?topo=13,1,1,,13>

O Oscar, organizado pela Academia de Artes e Ciências Cinematográfica, é considerado a maior premiação do cinema mundial. Ocorre anualmente desde 1929 no período compreendido entre fevereiro e março em Los Angeles (TERRA, 2012).

Quadro 14 - Nomeações do cinema brasileiro na Premiação do Oscar

Ano	Filme / Diretor	Categoria
1959	Orfeu Negro (BRA, ITA e FRA) / Marcel Camus	Melhor Filme de Língua Estrangeira*
1962	O Pagador de Promessas / Anselmo Duarte	Melhor Filme de Língua Estrangeira
1985	O Beijo da Mulher-Aranha (BRA e EUA) / Héctor Babenco	<ul style="list-style-type: none"> • Melhor Ator (William Hurt*) • Direção (Héctor Babenco) • Melhor roteiro adaptado (David Weisman)
1995	O Quatrilho / Fábio Barreto	Melhor Filme de Língua Estrangeira
1997	O Que É Isso, Companheiro? / Fábio Barreto	Melhor Filme de Língua Estrangeira
1998	Central do Brasil / Walter Salles	<ul style="list-style-type: none"> • Melhor Atriz (Fernanda Montenegro) • Filme de Língua Estrangeira
2000	Uma História de Futebol / Paulo Machline	Melhor Curta-Metragem
2003	Cidade de Deus / Fernando Meirelles	<ul style="list-style-type: none"> • Melhor Fotografia (César Charlone) • Melhor Direção (Fernando Meirelles) • Melhor Edição (Daniel Rezende) • Melhor Roteiro Adaptado (Bráulio Mantovani)
2004	Gone Nutty / Carlos Saldanha	Melhor Curta-metragem de animação
2010	Lixo Extraordinário / Lucy Walker e Angus Aynsley	Documentário
2012	Rio / Carlos Saldanha	Canção Original (Sérgio Mendes e Carlinhos Brown)

Obs.: *Neste caso como o diretor era francês, o prêmio contou para França no caso do filme Orfeu Negro. Já o ator William Hurt por ter nacionalidade americana, o prêmio é considerado dos EUA.

Fonte: Elaborado pelo autor segundo informações do site <http://www.oscars.org>

O Brasil durante a história da premiação do Oscar teve inúmeras nomeações (QUADRO 14). No entanto até os presentes dias não foi agraciado pela famosa estatueta dourada. Principalmente a partir da década de 1990, tem sido frequente a indicação de filmes brasileiros, totalizando mais de 12 em diversas categorias.

5.4.3 Acordos internacionais assinados pelo Brasil no setor cinematográfico

De acordo com o Cinema do Brasil (2012), o Brasil apoia fortemente as coproduções internacionais, possuindo um vasto conjunto de acordos internacionais, principalmente com países sul-americanos e europeus (QUADRO 15).

Mais da metade dos acordos foram assinados ou promulgados a partir da década de 1990, destacando a importância das entidades nacionais no desenvolvimento do cinema brasileiro no mercado internacional.

Atualmente esta em negociação novos acordos com China, Israel e Rússia Além disso é signatário em tratados multilaterais como Tratado Ibero-Americano de Cinema e da Integração e o Acordo Latino-Americano de Coprodução Cinematográfica (além do Brasil, fazem parte Argentina, Cuba, México, Venezuela, Colômbia, Equador, Nicarágua, Peru e República Dominicana) (CINEMA DO BRASIL, 2012).

Quadro 15 - Acordos brasileiros de coprodução internacional

País	Acordo	Promulgação
Alemanha	Acordo de Coprodução Cinematográfica Brasil - Alemanha - 17/02/2005	Decreto Nº 6.375, de 19 de fevereiro de 2008.
Argentina	Acordo de Coprodução Brasil-Argentina - 18/04/1988	Decreto Nº 3.054 de 07 de maio de 1999.
Canadá	Acordo de Coprodução Brasil - Canadá - 27/01/1995	Decreto Nº 2.976 de 01 de março de 1999.
Chile	Ajuste complementar no âmbito da Cooperação e da Coprodução Cinematográfica Brasil-Chile - 25/03/1996	Sem informações
Espanha	Acordo de Coprodução Brasil - Espanha - 02/12/1963	Sem informações
França	Acordo de Coprodução Brasil-França – Agosto de 2010	Sem informações
Índia	Acordo de Coprodução Audiovisual Brasil-Índia - 04/06/2007	Decreto No. 7.597, de 01 de Novembro de 2011.
Itália	Acordo de Coprodução Brasil - Itália - 09/11/1970 e troca de notas.	Decreto Nº 74.291 de 16 de julho de 1974.
Portugal	Acordo de Coprodução Brasil - Portugal - 03/02/1981	Decreto Nº 91.332, de 14 de junho de 1985.
Venezuela	Acordo de Coprodução Brasil - Venezuela - 17/05/1988	Decreto Nº 99.264, de 25 de maio de 1990.

Fonte: Elaborado pelo autor segundo informações do Cinema Brasil (2012)

O Brasil é pertencente ao programa Ibermídia, financiado por 18 países através de cotas anuais pagas a Conferência de Autoridades Cinematográficas Ibero-americanas (CACI) e conta com quatro programas de apoio: Apoio à Coprodução de filmes Ibero-americanos; Apoio à Distribuição e Acesso a Mercados; Desenvolvimento de Projetos de Cinema e Televisão Ibero-americanos; e Apoio à Programa de Formação de profissionais da indústria audiovisual Ibero-americana (CINEMA DO BRASIL, 2012).

5.2.4 Programas de fomento do cinema nacional no exterior

Uma importante iniciativa do Brasil para a internacionalização do cinema nacional é o Projeto Setorial Integrado de Promoção e Exportação de Obras Audiovisuais denominado de FilmBrazil.

O FilmBrazil teve origem em 2003, a partir da iniciativa dos produtores ligados Associação Brasileira da Produção de Obras Audiovisuais (APRO) com o objetivo de organizar o setor audiovisual associado à produção internacional, assim fortalecendo a imagem brasileira no mercado externo. O objetivo do projeto é incrementar o número de

empresas nacionais no mercado internacional, bem como aumentar significativamente a área de atuação, no que diz respeito ao aperfeiçoamento das produtoras e promoção internacional. O projeto é executado pela APRO em parceria com a Agência Brasileira Promoção de Exportações e Investimentos (APEX), Sindicato da Indústria Audiovisual do Estado de São Paulo (SIAESP) e a Divisão de Promoção do Audiovisual (DAV), com a finalidade de internacionalização de empresas e promoção do país como centro de produção audiovisual. Esta ação pioneira, possibilita aos associados o entendimento dos padrões internacionais da produção audiovisual. Para alcançar as melhores práticas, possui uma estreita relação com as entidades do cinema internacional como a Advertising Production Association (APA) da Inglaterra, Association of Independent Commercial Producers (AICP) dos Estados Unidos e Commercial Film Producers of Europe (CFP) e mantém uma rede de relacionamentos com empresas e profissionais do setor (CINEMA DO BRASIL, 2012).

Atualmente o FilmBrazil é composto por mais de 50 empresas destacadas na área da música, produção, animação e infraestrutura – estúdios e aluguel de equipamentos. Em 2011 foram produzidas mais de 42 obras estrangeiras no Brasil, com 55% produzidas por empresas do projeto. O volume de negócios gerados alcançou mais de 11,5 milhões de dólares. Os países que mais utilizaram este serviço foram EUA (40%), Inglaterra (28%), Japão, França e Alemanha. Os destinos das produções foram Rio de Janeiro (60%), São Paulo (38%). Paraná, Rio Grande do Sul e Amazonas (CINEMA DO BRASIL, 2012).

Em questionário aplicado com o representante da SIAESP (entidades responsável pelo programa Cinema do Brasil), foi abordado diversos aspectos sobre o cinema nacional. Ao ser perguntado sobre a forma que o tema de internacionalização é tratada no projeto, o representante da SIAESP ressaltou a disponibilidade de diversas fontes de financiamento, leis de incentivos fiscais (que podem ser utilizadas em coprodução, citando inclusive as coproduções recentes como “Ensaio Sobre a Cegueira”, de Fernando Meirelles (Canadá-Japão-Brasil), “O Céu de Suely”, de Karim Ainouz (Brasil-Alemanha-Portugal-França), “Lope”, de Andrucha Waddington (Espanha-Brasil), “Jean Charles”, de Henrique Goldman (Reino Unido-Brasil) e “Corações Sujos”, de Vicente Amorim (Brasil-Japão), entre outros. Também foi ressaltado os acordos bilaterais (já citados e trabalhados na seção correspondente). Sobre as principais ações do programa do Cinema do Brasil, o entrevistado comentou

Nesse contexto, o Programa Cinema do Brasil estimula a internacionalização do cinema brasileiro por meio da promoção dos filmes nos mercados internacionais, encontros de coprodução, cursos e palestras sobre o mercado internacional, prêmios de apoio à distribuição e circulação dos filmes no exterior, etc.

Com relação ao monitoramento da eficácia das ações do programa, o representante do programa do Cinema do Brasil afirmou que

Em todos os mercados internacionais nos quais as empresas associadas ao Programa tem participação, os resultados das ações são analisados por meio de um relatório pós-evento. No documento, cada empresa informa e detalha as reuniões realizadas, negócios em andamento e avalia a como a ação influenciou no desenvolvimento dos seus projetos.

Com relação à escolha das obras que recebem auxílio na participação de festivais, promoção de filmes ou apoio a distribuição, a entrevistada destacou

Para cada evento/ação, o Programa Cinema do Brasil lança uma convocatória a todas as empresas associadas. Nos maiores mercados internacionais, como Marché du Film/Festival de Cannes, European Film Market/Festival de Berlim, Ventana Sur, American Film Market, são oferecidas até 15 exibições de mercado a todos os associados. O Programa Cinema do Brasil não faz uma curadoria. Todas as empresas associadas têm os mesmos direitos de promoção e divulgação. O edital do Prêmio de Apoio à Distribuição é lançado anualmente e somente os distribuidores internacionais podem se inscrever. Os distribuidores que apresentarem um plano de P&A (cópias e promoção) coerente com o edital e tiverem um portfolio que comprove a capacidade da empresa de cumprir com o plano de distribuição, são considerados para a seleção.

Sobre a avaliação do desenvolvimento do cinema e os resultados que o projeto trouxe ao cinema nacional, o representante da SIAESP destaca

Desde 2006, o Programa Cinema do Brasil vem construindo uma relação muito fortalecida com o mercado internacional de cinema. Ao promover os filmes e a participação das empresas brasileiras nos maiores mercados internacionais, o cinema brasileiro ficou muito mais conhecido e as coproduções internacionais tiveram um salto de 120%. Os produtores, distribuidores, agentes de vendas brasileiros já estabeleceram uma rede de contatos com países de todos os continentes, o que é fundamental para o setor, uma vez que o cinema é feito por profissionais que se inter-relacionam e dividem projetos por cerca de 5 anos ou mais, desde a criação do roteiro até as vendas internacionais do filme pronto.

A respeito da estratégia utilizada pelos filmes nacionais para a exibição nos mercados estrangeiros, a SIAESP atribui à negociação da obra em festival internacional, filial de produtora ou distribuidora no exterior e, inclusive, a negociação da obra no exterior. Sobre a estratégia, ainda observa a seguinte

Depende do estágio em que se encontra o projeto. Algumas empresas, geralmente as mais fortalecidas, conseguem juntar um grupo de parceiros (coprodutor, distribuidor, agente de vendas) desde o começo do projeto, o que já garante uma estratégia mais completa desde a concepção do roteiro.

Segundo dados da SIAESP, a principal modalidade de comercialização ou distribuição do filme nacional é via exportação por meio de representantes diretos. Sobre os fatores que influenciam a exibição e negociação do filme brasileiro no exterior são: Participação em rede de produtoras distribuidoras, acordos de cooperação cinematográfica e participação em festivais.

Ao ser questionado sobre a influência da proximidade cultural e geográfica, por exemplo do MERCOSUL e países de língua latina, no acesso de obras brasileiras, o representante da SIAESP afirmou que

Os países do MERCOSUL e da Europa são os que melhor recebem os filmes brasileiros em função dos acordos de coprodução já estabelecidos, pelo histórico de filmes realizados entre esses países e também pela língua latina. O mercado do Ventana Sur, por exemplo, que acontece em Buenos Aires, é um bom termômetro disso, reunindo realizadores de todo o continente e também compradores e representantes de festivais europeus.

Por fim, questionado sobre a existência de um país com um acerto legitimidade ou público qualificado para atestar o processo de internacionalização de um filme brasileiro, por exemplo, ao ser bem recebido em um mercado (por exemplo, EUA, França, Inglaterra, Itália, Portugal, Espanha) teria uma maior facilidade de acesso em outros países, a respondente afirmou que

Não exatamente, o que mais influencia nesse caso é a participação em grandes festivais. Filmes selecionados para os festivais de Berlim, Cannes, Veneza, San Sebastián, Locarno, acabam tendo uma abertura maior em qualquer outro país, principalmente na Europa e na América Latina. E quanto mais um filme é vendido para o exterior, melhor será para a carreira desse filme.

As informações coletadas por meio de questionário com o representante da SIAESP é bastante relevante, pelo fato de o órgão atuar como estimulador no processo de internacionalização das obras cinematográficas nacionais. Talvez seja no presente momento, a entidade mais capacitada para fornecer informações sobre a dinâmica, pois participa diretamente, em parceria com as produtoras e distribuidores, deste processo de abertura do mercado externo para os filmes brasileiros.

5.3 EXIBIÇÃO DAS OBRAS CINEMATOGRAFICAS BRASILEIRAS NO EXTERIOR

Há um trabalho dos diretores para fazer um cinema poliglota, internacional e multicultural. Cheios de idiomas, sotaques e particularidades, essas formas de produção não são novas, mas tem se multiplicado. Há uma década, por exemplo, aconteciam 5 coproduções por ano, hoje são 20. E não é só isso, nossos diretores, atores, técnicos, profissionais em geral, estão trabalhando cada vez mais no mercado internacional. Ou trazendo o mercado internacional para trabalhar aqui conosco. Formatos de produção diferentes a parte, uma coisa é certa, o cinema brasileiro nunca esteve tão globalizado ou nunca usou tanto passaporte (informação verbal)²⁵

Desde a década de 1990, o cinema brasileiro tem retomado a sua importância no mercado nacional e internacional. Tal renascimento ocorreu devido a diversos fatores, tais como a elevação dos investimentos nas obras nacionais, o aumento da produção de filmes locais e também o aumento da participação dos filmes nacionais nos cinemas brasileiros. Ao mesmo tempo em que no mercado interno a fase é positiva, o cenário internacional também foi o destino dos filmes nacionais.

A qualidade dos filmes nacionais não é apenas verificada através do processo de retomada do cinema nacional, mas sim compartilhada por especialistas internacionais de festivais prestigiados. Sonja Heinen, do Festival de Berlim, e Jérôme Paillard, Diretor do Marché du Film do Festival de Cannes, comentaram em entrevistas recentes sobre os cinema brasileiro no mercado internacional.

Conforme Leitão e Butcher (2011), Sonja Heinen ao ser questionada se a língua e as temáticas brasileiras eram um obstáculo para o acesso ao mercado internacional, a profissional afirmou

Não acredito que a língua seja tão importante. Claro que um filme em espanhol pode alcançar mais mercados sem um esforço adicional. Mas para um filme romeno, por exemplo, as dificuldades são ainda maiores, e muitos deles viajaram bem. A língua é parte da identidade. E você pode sempre dublar ou legendar um filme se necessário (LEITÃO; BUTCHER, 2011, p. 37)

Em seguida, ao ser questionada sobre o crescimento do profissionalismo do mercado brasileiro cinematográfico nos últimos anos, Sonja Heinen declarou que "Sem dúvida. Consigo perceber isso apenas nos últimos oito anos, o tempo em que estou no Festival de Berlim. Hoje os produtores brasileiros estão mais profissionais, a qualidade dos filmes melhorou" (LEITÃO; BUTCHER, 2011, p. 37).

²⁵ Entrevista concedida por BARRETO, Bruno; MEIRELLES, Fernando; AMORIM, Vicente; DURAN, Jorge. **Entrevista I**. [ago. 2012]. Programa Starte. Globo News, 2012. A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Anexo C deste trabalho.

Em outra entrevista, o Diretor do Marché du Film do Festival de Cannes, Jérôme Paillard, ao ser questionado sobre a participação do Brasil no mercado na Revista Filme B, afirmou

Vejo o Brasil como um país muito poderoso para a produção audiovisual, com muito dinheiro – principalmente se comparado a outros da região. O audiovisual está muito baseado na TV, e talvez por isso seja mais difícil trabalhar projetos de temática internacional, fora do modelo da TV aberta. Não sou um expert em Brasil, mas lembro que, quando estive no Rio, cinco anos atrás, tive a impressão de que tudo era movido pela TV. Não há muitas coproduções entre países da Europa e o Brasil, como, por exemplo, há na Argentina, com a Espanha e a Itália. Existem muitos aspectos a se trabalhar, mas, sem dúvida, é um país fortíssimo no campo audiovisual (BUTCHER; ALMEIDA, 2012, p. 19)

Dessa forma, se compreende que existe uma visão bastante positiva do cinema nacional no exterior. Apesar das entrevistas mencionarem avanços necessários (como coproduções entre Europa e Brasil), o Brasil construiu uma imagem sólida em termos qualitativos fora de seus domínios.

Segundo o Observatório Europeu do Audiovisual (2012), foram exibidos a partir de 1996 no continente europeu²⁶ 126 obras com participação de recursos brasileiros, sendo 87 com a maior parte do investimento brasileiro e 39 filmes com investimentos minoritários do Brasil. No entanto, o público destes filmes varia entre 5 à 1.951.916 expectadores. Para que seja possível uma análise mais detalhada foi feito um recorte de filmes com um público superior a 10 mil expectadores, pois dessa maneira permitirá a exclusão de filmes exibidos unicamente em festivais e ou documentários para fins específicos.

Através do filtro de 10 mil telespectadores, a lista de filmes exibidos a partir de 1996 foi de 53 obras (ANEXO A). As 53 obras analisadas totalizaram um público expectador de 7.909.121 em 29 países no continente europeu. Isso representa uma média próxima de 150 mil expectadores por filme. Entre os filmes, houveram aqueles que somente obtiveram acesso a um país (10 filmes), enquanto outros como "Cidade de Deus" foi exibido em 22 países. Além de "Cidade de Deus", obtiveram significativo sucesso no acesso na Europa os filmes "Ensaio sobre a cegueira" (*Blindness*), "Central do Brasil" e "Tropa de Elite", com alcance em 19, 18 e 16 países, respectivamente. No final do trabalho (ANEXO B), estão relacionados por país, o número de expectadores de cada obra. Ao

²⁶ Apesar de haver uma mensuração em todo continente europeu, estes 53 filmes foram exibidos em 27 países (Alemanha, Áustria, Bélgica, Chipre, Croácia, Dinamarca, Eslováquia, Eslovênia, Espanha, Estônia, Finlândia, França, Holanda, Hungria, Islândia, Itália, Letônia, Lituânia, Noruega, Polônia, Portugal, Reino Unido, Rep. Tcheca, Romênia, Rússia, Suécia, Suíça e Turquia).

realizar o ranking dos países com o maior número de expectadores, destaca-se França, Espanha, Alemanha e Reino Unido que juntos representam mais de 50% do público assistente das obras brasileiras no continente Europeu (TABELA 8).

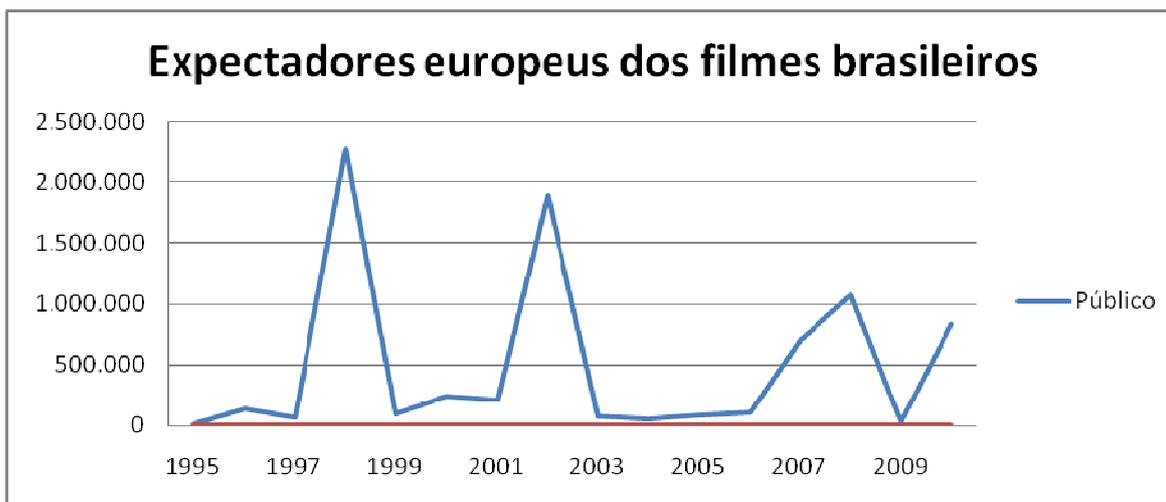
Tabela 8 - Os principais destinos das obras nacionais na Europa para filmes com público superior a 10 mil pessoas desde 1996.

País	Expectadores	% Part.
França	1.816.826	22,97%
Espanha	1.491.781	18,86%
Alemanha	938.738	11,87%
Reino Unido	843.262	10,66%
Portugal	640.172	8,09%
Itália	598.770	7,57%
Suíça	357.811	4,52%
Bélgica	248.245	3,14%
Holanda	202.736	2,56%
Polónia	182.773	2,31%

Fonte: Elaborado a partir do presente estudo.

Através dos dados acima é possível entender qual a intensidade que os filmes nacionais atingem outros Campos de Ação Estratégico. Apesar da característica do filme nacional não modificar a dinâmica interna destes países, as obras brasileiras acabam influenciando por meio da conquista de pequenas brechas do mercado comercial nestes mercados. Ao observar o número de expectadores por ano das produções, percebe-se que em três anos (1998, 2002 e 2008) foi ultrapassada a barreira de um milhão de expectadores (FIGURA 5). Em dois destes anos, 1998 e 2002, percebe-se a influência de obras brasileiras que participaram da Premiação do Oscar, "Central do Brasil" e "Cidade de Deus" respectivamente, em que obtiveram uma excelente bilheteria em solo europeu. Em 2008, ao contrário da situação anterior, teve o impacto em função da obra "Um ensaio sobre a Cegueira", que foi um lançamento "holiwoodiano" em parceria com o Brasil. Através destes números, é possível supor que haja uma estreita relação entre a participação em festivais com o êxito dos filmes no exterior possivelmente caracterizado pelo aspecto legitimador destes espaços.

Gráfico 1 - O público europeu anual dos filmes brasileiros com obras de mais de 10 mil expectadores desde 1996.



Fonte: Elaborado pelo autor a partir do presente estudo.

A partir desta compilação, buscar-se-á retratar as semelhanças e relações através das seguintes variáveis:

Quadro 16 - Variáveis analisadas por seção

Estágio	Tipo	Variáveis	Seção
Pré-Produção	Concepção do Filme	Coprodução; Parcerias Bilaterais;	Coproduções e parceiros bilaterais (5.3.3)
		Captação de Recursos; Orçamento	Investimento nas produções (5.3.2)
Pós-Produção	Ramos da Indústria Cinematográfica	Produtora; Distribuidora	Os ramos da Indústria Cinematográfica (5.3.1)
	Outros	Participação em Festival	Participação em festivais (5.3.4)

Fonte: Elaborado pelo autor a partir do presente estudo.

A escolha das variáveis dos filmes analisados surge principalmente da apropriação do autor do objeto estudado (QUADRO 16). Por meio do desenvolvimento do trabalho e construção do campo cinematográfico, as categorias foram surgindo e se mostrando relevantes no presente estudo. A limitação da presente seção é na medida que um olhar investigativo distinto poderia elencar novos elementos não abordados. No presente estudo, na dinâmica de internacionalização, foi desconsiderado o papel da indústria técnica e do exibidor. Tal decisão se deve ao fato de que no aprofundamento e conhecimento do objeto estudado, não foram encontrados indícios da influência dos respectivos agentes no mecanismo de saída de obras nacionais ao exterior. Nas próximas seções serão abordados os seguintes tópicos: Os ramos da Indústria Cinematográfica (Produção e Distribuição); Investimento nas produções; Coproduções e parceiros bilaterais; Participação em festivais.

5.3.1 Os ramos da Indústria Cinematográfica

Ao verificar a distribuição nacional das obras em análise, obteve-se informações de 39 obras, totalizando 74% do total de filmes (QUADRO 17).

Quadro 17 - Filmes brasileiros exibidos na Europa para público maior de 10 mil pessoas desde 1996 com distribuidora.

Fime	Distribuidor	Tipo de Distribuidor
À Deriva	Paramount	<i>Major</i>
A Dignidade dos Ninguéns (La Dignidad de los nadies (ES))	n/d	n/d
Abril Despedaçado	Lumière	Nacional
Arte de Roubar	n/d	n/d
Terra Vermelha	Paris	Nacional
Ensaio Sobre a Cegueira	Fox	<i>Major</i>
Bossa Nova	Columbia	<i>Major</i>
Brasileirinho	RioFilme	Nacional
Café dos Maestros	Videofilmes	Nacional
Carandiru	Columbia	<i>Major</i>
Carmo (PT)	n/d	n/d
Central do Brasil	S. Ribeiro/ RioFilme	Nacional
Cidade Baixa	Videofilmes/ Lumière	Nacional
Cidade de Deus	Lumière	Nacional
Cidade dos homens	Fox	<i>Major</i>
Do Começo ao Fim (Jamais sans toi (FR))	Downtown	Nacional
Dot.com	Videofilmes	Nacional
El lugar donde estuvo el paraíso (ES)	n/d	n/d
Estômago	Downtown	Nacional
Eu, Tu, Eles	Columbia	<i>Major</i>
Família Rodante	n/d	n/d
Leonera	Disney / Buena Vista	<i>Major</i>
Linha de Passe	Paramount	<i>Major</i>
Lope (ES)	Warner	<i>Major</i>
Madame Satã	Lumière	Nacional
Moro no Brasil	Pandora	Nacional
O Ano em que meus Pais Saíram de Férias	Buena Vista	Nacional
O Banheiro do Papa	Imovision	Nacional
O invasor	Pandora	Nacional
O judeu	RioFilme	Nacional
O Mistério da Estrada de Sintra	Teleimage	Nacional
O primeiro dia	Lumière/ RioFilme	Nacional
O quatrilho	S. Ribeiro	Nacional
O que é isso, companheiro?	S. Ribeiro	Nacional
O Rio do Ouro	n/d	n/d
O Testamento do Senhor Napumoceno	n/d	n/d
Orfeu	Warner	<i>Major</i>
Palavra e Utopia	n/d	n/d
Pequeno Dicionário Amoroso	Lumière/ RioFilme	Nacional
Post Mortem (ES)	n/d	n/d
Proibido Proibir (PT)	RioFilme/ Mais Filmes	Nacional
Rio Sex Comedy (XX)	n/d	n/d
Rosa Morena	n/d	n/d
Saudade do Futuro (PT)	n/d	n/d

Tieta do agreste	Columbia	<i>Major</i>
Tony Manero	n/d	n/d
Tropa de Elite	Universal	<i>Major</i>
Tropa de Elite 2 - O Inimigo Agora é Outro	Zazen	Nacional
Última Parada 174	Paramount	<i>Major</i>
Um Copo de Cólera	RioFilme	Nacional
Um tiro no escuro (PT)	n/d	n/d
Viúva Rica Solteira Não Fica	Mais Filmes	Nacional
Lixo Extraordinário	Downtown	Nacional

Fonte: Elaborado pelo autor a partir do presente estudo.

Deste montante, somente 13 filmes foram distribuídos por *majors*, enquanto que os outros 26 filmes, totalizando 66%, com o respectivo dado identificado, por distribuidoras nacionais. Em um primeiro momento, esta informação acaba não imprimindo importância na participação das *majors* na saída de obras cinematográficas brasileiras ao exterior. No entanto, ao verificar apenas os dez filmes com maior exibição na Europa, constata-se que 6 foram distribuídos no Brasil por *majors*. Desta forma, conclui-se que a saída da obra cinematográfica para fora do Brasil não depende da origem da distribuidora, no entanto as obras de maior êxito de público no exterior tiveram sua comercialização no Brasil conferidas, em sua maioria, à distribuidoras internacionais. Ao aproximar com a perspectiva de Fligstein, as *majors* ocupam um lugar de destaque em função de sua experiência e trânsito nos diferentes mercados, criando uma habilidade durante o tempo com os demais agentes do campo. Tal estágio atingido foi em função de ações coordenadas e planejadas pelo mercado cinematográfico norte-americano. Essa habilidade social proporcionou a criação de concepções de mercado, alçando os filmes americanos na maior parte do Campo de Ação Estratégica Internacional do Cinema e, nos poucos espaços existentes, influenciando a entrada de filmes estrangeiros de suas filiais ao redor do mundo.

No que se refere a distribuição, torna-se necessário a estratégia do modo de entrada no comércio internacional. A coprodução garante através do seu *modus operandi*, a entrada e o lançamento do filme no mínimo nos países envolvidos na concepção da obra cinematográfica. Pode-se fazer uma analogia, de maneira bastante cuidadosa, a uma *joint venture*. Apesar de na coprodução não haver a concepção na formação de uma terceira empresa, a coprodução permite a elaboração de uma obra por meio de um acordo entre duas partes, nas quais são estabelecidas as minúcias e responsabilidades de cada produtora. Outra modalidade identificada neste estudo é a exportação via agente (neste caso um distribuidor) antes da finalização da obra como o caso destacado por Bruno Barreto

No caso de Flores Raras, o filme não é uma coprodução, ele tem uma garantia de distribuição externa pela Goldcrest que foi a companhia que fez Gandhi, que fez Carruagens de Fogo, que já tem um nome no mercado. Isso já ajuda muito também. Então ele sai com uma distribuição já garantida fora do Brasil, no Brasil é a Imagem Filme junto com a Globo Filmes e a Telecine que vão distribuir. E lá fora é a Goldcrest.²⁷

No entanto, a maciça quantidade de filmes segue um processo não estruturado, sem uma garantia prévia de distribuição no exterior. Segundo informações não oficiais, coletadas por meio de contatos com os agentes do campo, devido ao difícil acesso nas produtoras dos filmes analisados, o filme segue para festivais internacionais ou premiações, onde é comercializado ou vendido através da repercussão na sua exibição nesses respectivos espaços. O caso da produtora Gullane, que entende que sua empresa não pode fazer cinema com o foco unicamente no mercado doméstico e conta com um departamento internacional pode ser uma exceção neste contexto. Em entrevista com o presidente da IECINE, foi acrescentado outro caso que segue uma diferente lógica, é a do cineasta Juan Zapata (colombiano radicado no Brasil há mais de 10 anos),

[...] tem feito um trabalho muito interessante aqui na América tratando de primeiro, mesmo antes as vezes de lançar o filme dele ou de outros parceiros dele, ele vai primeiro visita vários países. Não só aqui na América do Sul, a última viagem dele faz dois meses, ele teve apoio inclusive aqui do IECINE através de cartas de apoio. Ele visitou sete ou oito países na América do Sul, Foi para Europa visitou a França, visitou Portugal, por que...?. Ele foi lá e dizer assim: nós temos uma carta de filmes brasileiros, gaúchos aqui na mão...eu quero saber se vocês tem interesse, então ele é um realizador que esta pensando a frente do seu tempo.

Iniciativas como de Zapata, demonstram novas articulações em torno cinema. Sem o entendimento da importância de ter a estratégia de distribuição anterior ao lançamento, não há uma prévia formatação da estratégia e o filme acaba trilhando um caminho muitas vezes particular segundo a sua exibição em eventos internacionais.

Ao avaliar o desempenho do filme nacional no exterior, o presidente da IECINE afirmou

Acho que o filme brasileiro no exterior ele é ainda muito pouco visto em função deste mercado distribuidor. [...] que privilegia o filme norte-americano, um filme hollywoodiano. Acho que o filme brasileiro teria que ser melhor distribuído no exterior e para isso cabe aos produtores brasileiros buscar cada vez mais serem visto no mercado internacional. Buscar cada vez mais a discussão no

²⁷ Entrevista concedida por BARRETO, Bruno; MEIRELLES, Fernando; AMORIM, Vicente; DURAN, Jorge. **Entrevista I**. [ago. 2012]. Programa Starte. Globo News, 2012.. A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Anexo C desta dissertação.

mercado internacional, não aceitar a distribuição da forma como ela é feita hoje. Discutir datas de lançamento, discutir a entrada do nosso produto audiovisual no mercado exterior. Acho que são poucos ainda os produtores brasileiros que tem feito esta discussão de forma mais forte no exterior"

Neste trecho é evidenciado, assim como na presente seção, as fragilidades no que se refere ao processo de distribuição do filme brasileiro no exterior. Outra informação relevante do presidente da IECINE, refere-se ao sistema atual de distribuição, segundo ele

O modelo que muitos realizadores brasileiros sonham em entrar que é o modelo tradicional, lança, aí festivais, aí depois sala de cinema, e aí depois DVD ou Blue-Ray enfim.. aí depois sinal fechado de tv e depois sinal aberto... Esse modelo esta fadado a terminar...terminar não da forma como esta hoje. Primeiro que cada vez mais essas janelas estão diminuindo, o filme é lançado em festival e dali há um mês depois já ta na televisão. Eu acho que temos que pensar em modelos... Primeiro queremos que nosso filme seja visto? Sim, é obviamente que sim. Mas temos que entrar em outras salas. Toda vez que me deparo, que eu tento fazer contato com cinematecas, com sala de cinema de arte, com mercados alternativos de cinema... a gente tem uma produção muitíssimo forte brasileira sendo exibido lá fora".

Isso traz a tona uma discussão relevante que são as formas alternativas de distribuição. Tais canais podem até ter o papel de popularizar as obras brasileiras e, na medida que vai sendo divulgada, passa a ser exibidas em locais comerciais. Não se pode abdicar dos diferentes canais, como é o caso dos Cineclubes por exemplo.

Quadro 18 - Filmes brasileiros exibidos na Europa para público maior de 10 mil pessoas desde 1996 com produtora.

Filme	Produtora
À Deriva	O2 Cinema
A Dignidade dos Ninguéns (La Dignidad de los nadies (ES))	Cinesur
Abril Despedaçado	Videofilmes Produções Artísticas
Arte de Roubar	CCFBR Produções
Terra Vermelha	Gullane Filmes
Ensaio Sobre a Cegueira	O2 Cinema
Bossa Nova	Filmes do Equador
Brasileirinho	Studio Uno Produções Artísticas
Café dos Maestros	Videofilmes Produções Artísticas
Carandiru	HB Filmes
Carmo (PT)	A Contraluz Films
Central do Brasil	Videofilmes Produções Artísticas
Cidade Baixa	Videofilmes Produções Artísticas
Cidade de Deus	O2 Cinema
Cidade dos homens	O2 Cinema
Do Começo ao Fim (Jamais sans toi (FR))	Lama Filmes
Dot.com	Videofilmes Produções Artísticas
El lugar donde estuvo el paraíso (ES)	n/d
Estômago	Citizencrane Produções Artísticas
Eu, Tu, Eles	Conspiração Filmes
Família Rodante	Videofilmes Produções Artísticas
Leonera	Videofilmes Produções Artísticas
Linha de Passe	Videofilmes Produções Artísticas

Lope (ES)	Conspiração Filmes
Madame Satã	Videofilmes Produções Artísticas
Moro no Brasil	Magnatel Agência e Comércio de
O Ano em que meus Pais Saíram de Férias	Caos Produções Cinematográficas
O Banheiro do Papa	O2 Cinema
O invasor	O2 Cinema
O judeu	A&B Produções
O Mistério da Estrada de Sintra	RPJ Produtores Associados
O primeiro dia	Videofilmes Produções Artísticas
O quatrilho	Filmes do Equador
O que é isso, companheiro?	Filmes do Equador
O Rio do Ouro	Instituto Português da Arte
O Testamento do Senhor Napumoceno	Cineluz Produções
Orfeu	Rio Vermelho Filmes
Palavra e Utopia	Gémini Filmes
Pequeno Dicionário Amoroso	Cineluz Produções
Post Mortem (ES)	n/d
Proibido Proibir (PT)	El Desierto Filmes
Rio Sex Comedy (XX)	n/d
Rosa Morena	Fine & Mellow Productions
Saudade do Futuro (PT)	n/d
Tieta do agreste	Sky Light Cinema Foto e Art
Tony Manero	Fabula Productions
Tropa de Elite	Zazen Produções Audiovisuais
Tropa de Elite 2 - O Inimigo Agora é Outro	Zazen Produções Audiovisuais
Última Parada 174	RPJ Produtores Associados / Movi
Um Copo de Cólera	Tambellini Filmes e Produções
Um tiro no escuro (PT)	n/d
Viúva Rica Solteira Não Fica	Plateau Marketing e Produções
Lixo Extraordinário	O2 Cinema

Fonte: Elaborado pelo autor a partir do presente estudo.

Ao verificar as produtoras dos filmes analisados, destacaram-se as produtoras Videofilmes Produções Artísticas (10), O2 Cinema (7) e Filmes do Equador (3). Além destas, houve produtoras que exibiram dois filmes: Conspiração Filmes, Cineluz Produções Cinematográficas, RPJ Produtores Associados, Zazen Produções Audiovisuais. Ainda teve um montante de 20 filmes em outras produtoras e 5 filmes que o dado é desconhecido (QUADRO 18).

Uma análise que pode ser feita através das principais produtoras, refere-se ao principal diretor de seu portfólio e, possivelmente, aquele que está na estrutura societária da empresa. A Videofilmes Produções Artísticas, tem como os principais diretores Walter Salles e João Moreira Salles. A O2 Cinema, por sua vez, conta com a experiência de Fernando Meirelles. A Filmes do Equador, também denominada de LC Barreto Produções Cinematográficas, conta com Bruno Barreto. As três produtoras apresentam duas características relevantes em comum: 1) filmes premiados ou indicados nos grandes festivais e premiações; 2) Incursões em produções hollywoodianas ou produções internacionais dos diretores das respectivas produtoras. Tal informação, corrobora com a

importância do diretor no mercado internacional como uma forma de promover os filmes brasileiros no mercado internacional.

Tabela 9 - Principais diretores brasileiros dos filmes nacionais analisados.

Diretor	Filmes	Público	% Público
Walter Salles	4	2.566.472	32,45%
Fernando Meirelles	2	2.276.160	28,78%
Andrucha Waddington	2	777.850	9,83%
José Padilha	2	351.326	4,44%
Carlos Diegues	2	144.064	1,82%
Bruno Barreto	3	74.289	0,94%
Aluisio Abranches	2	51.270	0,65%

Fonte: Elaborado pelo autor a partir do presente estudo.

Ao observar o público expectador segundo os diretores do filmes, emerge uma constatação significativa: mais de 60% do público europeu assistiu a filmes brasileiros dirigidos por Walter Salles e Fernando Meirelles. Os diretores brasileiros com dois filmes ou mais totalizam mais de 78% das exibições na Europa (TABELA 9). Isso coloca esses dois diretores como agentes dominantes na dinâmica de internacionalização do cinema brasileiro, pois acabam de certa forma modificando ou influenciando na busca da estabilidade do campo cinematográfico nacional.

Além da verificação dos filmes analisados, no contexto atual tem se discutido sobre a participação brasileira em produções internacionais. A repercussão positiva e o conseqüente interesse internacional, partiu do início bem sucedido nas produções nacionais. Leite et al (2012), destacam o ano de 2012 neste sentido. No circuito foram lançados Na estrada (Walter Salles), 360 (Fernando Meirelles), e 12 horas (Heitor Dhalia). Somado a isso, o diretor José Padilha esta filmando a nova versão de Robocop e Afonso Poyart anunciou a direção do primeiro filme em inglês, Solance. Na entrevista concedida à Revista Filme B, os cineastas comentaram quais dos seus trabalhos despertaram o interesse de produtores estrangeiros. Para Walter Salles, foi o filme Central do Brasil em 1998. O diretor acrescenta que

Em um primeiro momento, só recebia projetos que se assemelhavam a Central. Embora alguns roteiros fossem interessantes, não tinha uma relação emocional com aqueles temas, nem queria filmar fora do Brasil ou da América Latina. Preferi fazer o filme seguinte no Brasil (Abril despedaçado), e depois um filme feito de forma independente e com corte final (a versão definitiva do filme), Diários de motocicleta. Foi uma ótima experiência: Robert Redford era o produtor e nos deu carta branca, fizemos o filme como achávamos que devia ser feito, rodando na Argentina, Chile e Peru (LEITE ET AL, 2012, p. 30)

Para o diretor Fernando Meirelles, o interesse internacional surgiu após o filme *Cidade de Deus* em 2002. Meirelles, destaca que a partir deste momento foi como um tsunami, pois

Numa segunda-feira, chegava ao Festival de Cannes com um filme e a perspectiva de tirar férias na semana seguinte. Seis dias depois, tinha 15 roteiros para ler e convites para dirigi-los. Não estava preparado. Ali mesmo acabei arrumando um agente que começou a organizar a demanda para mim. Recebo, em média, dois projetos por semana, mas só leio se o tema me interessa. Os filmes que fiz vieram dessa maneira. Tenho pensado agora em desenvolver meus projetos desde o início, em vez de entrar em pacotes já fechados. Estou fazendo isso em meu próximo longa, *Nemesis*, e estou vendo como gosto de desenvolver o roteiro desde o começo (LEITE ET AL, 2012, p. 30).

O cineasta Vicente Amorim, por sua vez, atribui a obra *O caminho das nuvens* (2003) como o filme abriu as portas no mercado internacional. O resultado disso apareceu nos festivais, como San Sebastián, Roterdã, ou o New Directors/New Films, de Nova York, foi bem, mas o resultado em Toronto foi determinante para o interesse internacional em seu trabalho.

Heitor Dhalia atribui ao seu primeiro filme, *Nina*, e se consolidou com *O cheiro do ralo* e aumentou com *À Deriva*. O cineasta acrescenta que

Depois, tive um longo trajeto até chegar a 12 horas, um filme de gênero, de diretor contratado. Foi minha única experiência até agora na indústria americana, e não tenho a intenção de repeti-la da mesma maneira. O cinema americano é a única indústria de cinema do mundo e produziu filmes inesquecíveis, sempre tive curiosidade a seu respeito. Aprendi bastante e pretendo voltar a filmar lá, mas perdi a ingenuidade com relação às regras e interesses da indústria. A fascinação persiste, só que mais madura e realista (LEITE ET AL, 2012, p. 30).

Dessa maneira, entende-se o papel dos filmes nacionais no sentido de abertura do mercado internacional para os cineastas brasileiros. Ao mesmo tempo, estes profissionais levam consigo a importante missão de continuar desenvolvendo o cinema nacional no exterior, contribuindo também na entrada de outros profissionais brasileiros no contexto internacional. Ao contrário dos EUA, o Brasil não tem a penetração no exterior por meio da modalidade de *star system*, ou seja, os atores envolvidos na cinematografia são responsáveis por atrair público. Contudo, a reputação do cineasta no filme nacional fora das fronteiras nacionais, é atualmente um importante indicativo para a exibição de obras brasileiras no exterior segundo os dados trabalhados nesta seção.

5.3.2 Investimento nas produções

Segundo o site Produtores.tv (2012), em termos econômicos, o cinema nacional vive o seu melhor momento desde a denominada retomada, com boas bilheteiras e um mercado fortalecido, com recursos para bancar obras cinematográficas superiores à 20 milhões de reais, como o caso da obra *Nosso Lar*. Outro exemplo, foi o filme *Tropa de Elite*, o maior lançamento até então do cinema brasileiro e também o marco da distribuição independente. Ambos os filmes focados em um mercado garantido.

Por outro lado, a concentração dos recursos em um número pequeno de produtoras inflacionou o mercado cinematográfico, ocasionando o encarecimento das produções e com isso o aumento dos orçamentos dos filmes, que atualmente é regido pela capacidade das produtoras em captar recursos. Aquela produtora capaz de obter 10 milhões, principalmente em editais e fundos específicos do cinema, não irá orçar um filme em 6 milhões de reais, pois tenderá a utilizar mais recursos para melhor adaptação da história. Em 2010 foram investidos em forma de incentivo mais de 337 milhões de reais. Outro efeito que está refletindo no mercado cinematográfico é a queda nos projetos de baixo orçamento, pois é cada vez mais complicado captar recursos em filmes que não estejam focados no retorno financeiro (PRODUTORES.TV, 2012).

Estas transformações no que tange a captação e orçamento dos filmes têm modificado os valores de produção. O custo médio de um filme de baixo orçamento em 2005 era de um milhão e meio de reais, em 2010 esse valor é no mínimo de 2,5 milhões, enquanto as grandes produções passaram de 6 milhões de reais para mais de 10 milhões de reais.

Dessa forma, neste trabalho, foi estabelecido faixas de investimento para compreensão dos filmes em análise (TABELA 10).

Tabela 10 - Categorias dos diferentes tamanhos de produção dos filmes nacionais segundo seu orçamento²⁸

Categorias	Faixas de Valor (Em R\$)
Baixo Orçamento	0 - 2,5 milhões
Médio Orçamento	2,6 - 6 milhões
Grande Orçamento	Acima de 6 milhões

Fonte: Elaborado pelo autor a partir do presente estudo.

Uma dificuldade encontrada para a presente análise foi, em muitos casos, a indisponibilidade de fontes oficiais que divulgassem os orçamentos de cada produção.

²⁸ Não foi encontrado em fontes oficiais uma classificação quanto a patamares de orçamento dos filmes, mas através da de informação de produtores e instituições durante este estudo foi possível estabelecer estes valores.

Dessa forma, foi necessária a busca em diferentes locais, tais como sites especializados de cinema, site de divulgação dos filmes, notícias, entre outros. Houve um número significativo de obras, 19 ou praticamente 36%, em que não foi divulgado dados referente ao orçamento (TABELA 11).

Tabela 11 - Orçamento dos filmes analisados.

Título	Ano	Orçamento	Valores em de R\$²⁹
À Deriva (PT)	2009	US\$ 3 milhões	5.223.600
A Dignidade dos Ninguéns	2005	n/d	n/d
Abril despedaçado (PT)	2001	R\$ 2,9 milhões	2.900.000
Arte de Roubar (EN)	2008	Eu 2 milhões	6.476.300
BirdWatchers - La terra degli uomini rossi (IT) (Terra Vermelha)	2008	n/d	n/d
Blindness (EN)	2008	US\$ 25 milhões	58.425.000
Bossa Nova (PT)	2000	US\$ 5 milhões	9.777.000
Brasileirinho (PT)	2005	Eu 600 mil	1.661.430
Cafe de los maestros (ES)	2008	n/d	n/d
Carandiru (PT)	2003	R\$ 12 milhões	12.000.000
Carmo (PT)	2008	R\$ 4.4 milhões	4.400.00
Central do Brasil (PT)	1998	R\$ 2,9 milhões	2.900.000
Cidade Baixa (PT)	2005	n/d	n/d
Cidade De Deus (PT)	2002	US\$ 3.3 milhões	11.659.890
Cidade dos homens (PT)	2007	R\$ 6 milhões	6.000.000
Do Começo ao Fim (Jamais sans toi)	2009	R\$ 2 milhões	2.000.000
Dot.com (PT)	2007	Eu 2 milhões	5.217.180
El lugar donde estuvo el paraíso (ES)	2001	n/d	n/d
Estômago - Uma História Nada Infantil			800.000
Sobre Poder, Sexo E Gastron... (PT)	2007	R\$ 800 mil	
Eu, Tu, Eles (PT)	2000	US\$ 1,9 milhões	3.715.260
Familia rodante (ES)	2004	n/d	n/d
Leonera (ES)	2008	n/d	n/d
Linha De Passe (PT)	2008	R\$ 4 milhões	4.000.000
Lope (ES)	2010	R\$ 35,6 milhões	35.600.000
Madame Satã (PT)	2002	R\$ 2,3 milhões	2.300.00
Moro no Brasil (PT)	2002	n/d	n/d
O Ano em Que Meus Pais Saíram de Férias (PT)	2006	R\$ 3 milhões	3.000.000
O Banheiro do Papa (El Baño del Papa)	2007	n/d	n/d
O invasor (PT)	2001	R\$ 1 milhão	1.000.000
O judeu (PT)	1996	US\$ 2 milhões	2.000.000
O mistério da estrada de sintra (PT)	2007	Eu 2 milhões	5.217.180
O primeiro dia (PT)	1998	n/d	n/d
O quatrilho (PT)	1995	R\$ 1,8 milhão	1.800.000
O que é isso, companheiro? (PT)	1997	US\$ 4,5 milhões	5.048.100
O Rio do Ouro (PT)	1998	n/d	n/d
O Testamento do Senhor Napumoceno	1997	n/d	n/d
Orfeu (PT)	1999	US\$ 7 milhões	12.523.000
Palavra e utopia (PT)	2000	n/d	n/d
Pequeno Dicionário Amoroso (PT)	1997	n/d	n/d

²⁹ Para o cálculo em reais (R\$), foi utilizado a cotação da moeda estrangeira em reais do último dia útil no ano que foi realizado a produção.

Post Mortem (ES)	2010	n/d	n/d
Proibido Proibir (PT)	2007	R\$ 1,2 milhão	1.200.000
Rio Sex Comedy (XX)	2010	Eu 5 milhões	11.140.000
Rosa Morena (XX)	2010	R\$ 4,4 milhões	4.400.000
Saudade do Futuro (PT)	2000	n/d	n/d
Tieta do agreste (PT)	1996	US\$ 5 milhões	5.224.500
Tony Manero (ES)	2008	n/d	n/d
Tropa de elite (PT)	2007	US\$ 4 milhões	7.085.200
Tropa de Elite 2 - O Inimigo Agora é Outro (PT)	2010	US\$ 16 milhões	26.659.200
Última Parada 174 (PT)	2008	R\$ 8 milhões	8.000.000
Um Copo de Cólera (PT)	1999	R\$ 900 mil	900.000
Um tiro no escuro (PT)	2005	n/d	n/d
Viúva Rica Solteira Não Fica (PT)	2006	n/d	n/d
Waste Land (EN) (Lixo Extraordinário)	2010	US\$ 1,5 milhões	2.499.300

Fonte: Elaborado pelo autor a partir do presente estudo.

Ao analisar os filmes, por meio das categorias de orçamento (TABELA 12), uma informação bastante valiosa é possível ser compreendida: um grande orçamento para a produção de um filme não é necessariamente uma característica preponderante para a internacionalização de um filme.

Tabela 12 - Categorização por tipo de Orçamento dos filmes em análise

Categorias	Faixas de Orçamento	Qtd. de Filmes	% sobre os filmes com orçamento
Baixo Orçamento	0 - 2,5 milhões	10	29,41%
Médio Orçamento	2,6 - 6 milhões	13	38,24%
Grande Orçamento	Acima de 6 milhões	11	32,35%

Fonte: Elaborado pelo autor a partir do presente estudo.

Através da análise pelas faixas de orçamento foi possível observar que filmes de diferentes orçamentos, possuem um fatia considerável do montante dos filmes. Por exemplo, refuta-se uma idéia pré-concebida que as obras de grandes orçamentos são a maioria a penetrar nos mercados estrangeiros em função de sua melhor distribuição.

5.3.3 Coproduções e parceiros bilaterais

Ao analisar coproduções é necessário diferenciar este mecanismo por meio da ANCINE, com o de desenvolvimento de produções por mais de um país. Enquanto que o primeiro é estabelecido e regido através da Agencia Nacional do Cinema e expresso através da Instrução Normativa nº 106, de 24 de julho de 2012. Por outro lado, a segunda definição de produção conjunta, estabelece apenas a parceria entre dois agentes econômicos sediados em diferentes países podendo, inclusive, abarcar obras através do

financiamento de coprodução da ANCINE. Neste trabalho se utiliza o termo coprodução no sentido mais amplo, explorando o caráter de produção entre dois países.

A coprodução tem sido um mecanismo cada dia mais frequente no cenário cinematográfico brasileiro. Segundo Bruno Barreto (2012)³⁰, a coprodução "é muito vantajosa por que ela agrega um interesse estrangeiro - americano, inglês, francês, canadense, enfim italiano - depende com qual país você está coproduzindo para colocar o seu filme no mercado externo". As vantagens são diversas, o diretor Fernando Meirelles exemplifica este tipo de operação através de seu filme 360, uma

Vantagem muito grande de você fazer coproduções, por que quando você faz um filme só no seu território, você tem que financiar seu filme inteiro e depois quando você esta com o filme pronto você vai lançar só no seu território. O filme 360, por exemplo, que é um filme brasileiro, inglês, francês e austríaco, cada país desses entrou com 1/3 ou 1/5 da verba do filme, cada um pinga um pouquinho e se junta o bolo e se consegue financiamento para o filme. É mais fácil você arrumar 3 milhões do que 15 milhões. Além do que quando o filme for ser lançado, ele como é um filme inglês vai ter um lançamento sólido na Inglaterra, sólido na França na Áustria, no Brasil. Então na gênese nasce com uma distribuição internacional. É mais fácil para ser financiando, mais fácil para ser distribuído, você se multiplica cria uma sinergia. Juntando vários parceiros, com varias culturas e varias maneiras de divulgar e de vender filme¹⁸.

Veríssimo et al (2010), tratam em seu artigo na Revista Filme B sobre o momento de transformação no que tange a produção cinematográfica do país. Ao analisar o mercado internacional, os profissionais destacam o papel das coproduções internacional e vendas para mercados estrangeiros como alternativas de fonte de recursos, principalmente para filmes que não tem o objetivo de atingir o grande público. Sara Silveira, da produtora Dezenove Som & Imagens, tem o mercado internacional como fundamental na sua estratégia empresarial. Ela ainda destaca que uma venda para o exterior equivale a três vezes a bilheteria de um filme. O filme "Cinema, aspirinas e urubus", por exemplo, foi assistido por 150 mil espectadores no Brasil, mas foi comercializado para 15 países. Segundo Sara, a produtora ganhou mais dinheiro nas vendas do que com as bilheterias. Caio Gullane, da produtora Gullane, destaca que do ponto de vista empresarial, a sua empresa entende que não pode fazer cinema com o foco unicamente no mercado doméstico, pois praticamente todos os filmes contam com recursos financeiros do exterior. A Gullane, atualmente conta com um departamento internacional composta por três profissionais.

³⁰ Entrevista concedida por BARRETO, Bruno; MEIRELLES, Fernando; AMORIM, Vicente; DURAN, Jorge. **Entrevista I**. [ago. 2012]. Programa Starte. Globo News, 2012.. A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Anexo C desta dissertação.

O principal obstáculo das coproduções se refere à ordem burocrática. O governo vem ampliando e renovando os acordos de coprodução com diversos países, mas um número ainda pequeno de iniciativas deslanchou. Segundo Caio Gullane, os acordos auxiliam, pois tornam a obra binacional. No entanto, são estabelecidos apenas as regras e não a operação em si. E neste caso, o aprimoramento extrapola os acordos e a alçada da ANCINE, porque dizem respeito as diretrizes de comércio exterior. Claudia da Natividade, da Zencrane Filmes que participou da viabilização da obra "Estômago" através de coprodução com a Itália, sustenta que não existe um mercado internacional exclusivo para filmes brasileiros, mas existe espaço para filmes que se comuniquem com platéias estrangeiras. Claudia acrescenta que um projeto em coprodução é interessante, pois suscita estas questões logo no começo do processo e garante uma projeção pelo menos nos países participantes. Para Vania Catani, da Bananeira Filmes, além do problema da língua, um obstáculo natural, o que mais falta para o Brasil acessar mais intensamente o mercado exterior, é um agente de vendas (VERÍSSIMO ET AL, 2010).

Em entrevista a Revista Filme B, o diretor da ANCINE Mário Diamante analisa a importâncias estratégicas das coproduções para o cinema nacional e especifica as ações públicas de estímulo à internacionalização da produção cinematográfica. Um exemplo dessas ações foi a realização do Seminário de Coprodução Internacional ocorrido em 2008 através de uma parceria entre ANCINE, Ministério da Cultura e Ministério das Relações Exteriores (VERISSIMO, 2008).

Segundo Veríssimo (2008), ao ser questionado sobre as vantagens do produtor brasileiro que opta pelas coproduções, o diretor da ANCINE esclarece que a modalidade de coprodução é, sobretudo, uma estratégia de comercialização e internacionalização. É uma modalidade de produção que abre portas fora do Brasil e é a principal forma de internacionalização, pois influencia em todas as fases do projeto, que já sai no formato adequado tanto para o mercado interno como para o externo. Na avaliação da ANCINE, as coproduções têm rendido bons resultados. Foi possível participar de vários festivais internacionais, por exemplo, em função de *players* estrangeiros com participação financeira nas produções e interesse no bem sucedido desempenho das obras em outros territórios. Ao analisar a importância de acordos de coprodução, Mário Diamante comenta

A coprodução é um assunto naturalmente transversal, e ela passa pela questão legal, no que diz respeito aos acordos internacionais. O processo é complexo: nós negociamos os itens destes acordos em conjunto com o Ministério das Relações Exteriores, e em seguida eles seguem para o Congresso Nacional, onde

devem ser sancionados como lei para entrar em vigor. Os acordos podem sair mais fechados ou mais abertos, isso depende de uma série de fatores. Quando fazemos novos acordos ou renovamos outros mais antigos, buscamos maior flexibilidade. O acordo com a Alemanha é bem mais flexível agora, e estamos renovando com a Itália também, em novos termos. Com a França, fomos até o limite permitido pelo CNC (Centre National de la Cinematographie). Com a Argentina, por outro lado, queremos nos aproximar mais pelo lado de trabalhos conjuntos, como ações de funding e encontros de produção. O acordo que estamos desenhando com a Índia é bem flexível; com Israel também, e começamos agora a negociar com a China (VERISSIMO, 2008, p. 12).

Sobre a negociação das contrapartidas de cada país nas coproduções, o Diretor da ANCINE destaca as diferenças através de dois exemplos dos filmes: “Ensaio sobre a Cegueira” e “Birdwatchers”. No primeiro, houve problema sobre o elenco, em função da legislação canadense, devido ao protecionismo na regulação desta modalidade de produção. Em “Birdwatchers”, por sua vez, houve problema quanto ao “deságio” da moeda brasileira em relação ao euro. Ficava difícil para o produtor nacional desempenhar a participação patrimonial mínima de 30% segundo o acordo com a Itália. No entanto, o representante da ANCINE destacou que, em alguns casos, a possibilidade de relativizar essas questões. Por exemplo, em produções caracterizadas por alto valor cultural³¹ ou produções de grande orçamento, as autoridades dos países tem autonomia, em comum acordo, de diminuir as exigências. No caso de “Birdwatchers” que tem uma temática indígena, de relevância cultural para o Brasil, foi possível reduzir a participação brasileira para 20% e seguir adiante. E no caso de “Ensaio sobre a cegueira” é uma grande produção internacional (VERISSIMO, 2008).

Em relação a necessidade de aperfeiçoamentos, Mário Diamante entende que

Hoje temos dificuldade para acompanhar o desempenho comercial do cinema brasileiro fora do país. Temos o Siscomex (Sistema Integrado de Comércio Exterior, que faz um acompanhamento da balança comercial), mas lá existe apenas o item “audiovisual”, e o licenciamento está desagregado. Não temos um “sisconserv”, que seria um órgão semelhante para acompanhar a balança de serviços. O governo está construindo isso, com a Receita Federal à frente. Da forma como está a legislação, não dá pra contabilizaras co-produções não-oficiais. Queremos estudar isso pra poder classificar. Plastic City é uma co-produção oficial, realizada fora do âmbito dos acordos – não temos acordos com Hong Kong e China. Mutum é um equity financing, com participação financeira do Fond Sud, mas não é oficial porque é muito complicado fazer coprodução oficial com a França. É preciso cumprir muitos itens franceses, a pontuação é difícil. Além disso, precisamos e vamos mudar nosso trabalho internamente – o que não dá é para mudar a lei. Queremos fazer uma Instrução Normativa que seja um verdadeiro estatuto: quem quiser fazer uma coprodução encontrará nesse estatuto tudo o que precisa ser feito, do início ao fim. Por fim, precisamos cobrir o que chamamos de um hiato normativo. A nossa legislação tem um hiato sobre algo chamado “reconhecimento provisório”. Não temos isso aqui no Brasil, só

³¹ Avaliação realizada pelos países produtores em comum acordo.

utilizamos quando é uma produção do Programa Ibermedia, porque a CAACI (Conferência de Autoridades Audiovisuais e Cinematográficas da Ibero-América), entidade sob a qual funciona o programa, usa o reconhecimento provisório. Até agora, resolvíamos esse problema emitindo o CPB da coprodução, um certificado de produto brasileiro especial para coproduções (VERISSIMO, 2008, p. 12).

O Diretor da ANCINE falou também sobre a certificação de uma obra ainda não finalizada. Na sua opinião a Lei 2.228 é sucinta sobre isso. A legislação fala apenas de três modalidades de obras brasileiras: aquela realizada por uma produtora brasileira, aquela que é realizada por uma produtora brasileira em coprodução com países que o Brasil possui acordo e, por fim, aquela que é feita por uma produtora brasileira em coprodução com países que não tem acordo com o Brasil. Todas as modalidades descritas acima podem ter o Certificado de Produto Brasileiro no final. Por meio desta recomendação preliminar que mostra que a obra está de acordo com a legislação vigente. Isso permite a captação e acesso aos modelos de financiamento público estrangeiro.

Sobre os caminhos da internacionalização do cinema brasileiro, Mário Diamante diz

Uma coisa que não costumamos fazer, mas que temos que fazer, são os screenings, ou seja, trazer compradores do mundo inteiro para o Brasil. No Festival do Rio vamos realizar um encontro de produtores do Mercosul. Também estamos tentando criar um fundo do Mercosul. Tudo sempre voltado para a promoção do cinema e do talento brasileiro. A política de cinema no Brasil é voltada para o produto brasileiro. As leis de incentivo são para isso. Se não tivéssemos talentos, seria mais simples virarmos production services para o resto da vida. A sensibilização dos produtores nós já temos. Patrocinadores sensíveis a isso também – o próprio BNDES deu exemplo, ao contemplar *Blindness* e *Plastic City* em seu edital do ano passado. Podemos agora entrar com recursos nossos através de editais e através do Fundo Setorial do Audiovisual. As linhas que serão criadas para TV e cinema podem ter uma modalidade específica para coprodução, para complementação, para contrapartida brasileira a um investimento real e concreto internacional. Esse é o problema de quase todas as co-produções, porque o modelo lá fora é de recurso direto, e o nosso aqui é de patrocínio. O patrocínio é volátil, mas se o Fundo tiver as coproduções como uma política, ele pode fazer isso dentro de uma linha mais ampla de produção, e, no futuro, fazer algo específico para co-produção internacional. Não apenas para a promoção, mas para as etapas de comercialização, um passo depois. Outra medida que devemos tomar é dar atenção ao que chamo de P&A internacional, que é o que a Unifrance faz, por exemplo. Podemos auxiliar o lançamento de obras brasileiras no mercado de salas de cinema estrangeiro, utilizando mecanismos como o Prêmio Adicional de Renda, os Funcines ou o próprio Fundo Setorial. Quem for lançar um filme brasileiro em Paris, em Hong Kong, Londres ou Los Angeles poderia obter financiamento para parte dos investimentos em cópia ou advertising, potencializando o filme que tem chance. Nós temos que ter uma carteira de filmes que tenham chance (VERISSIMO, 2008, p. 13).

Para o Diretor da ANCINE, ao analisar o diferencial de uma coprodução internacional realizada com o Brasil, destaca o fato do Brasil não ser muito conhecido no exterior.

Apesar de ser um dado pequeno, tem um grande impacto cultural. Para ele, atualmente [entrevista foi realizada em 1998] o Brasil esta construindo uma imagem internacional que vai auxiliar o cinema brasileiro. Essa inserção do cinema nacional tem que ser aproveitada para mostrar a competência de nossos profissionais. Também, o representante da ANCINE, destaca a necessidade de constantemente mostrar o que esta acontecendo para aqueles que estão do lado de fora (VERISSIMO, 2008).

Segundo dados da ANCINE (2013), a coprodução tem sido uma modalidade cada vez mais utilizada tanto em quantidade de filmes, bem como no número de países participantes. Em 2005 foram realizadas 5 coproduções entre três países - (2) Chile, (2) Portugal e (1) Portugal/México -. Em 2012 foram 13 coproduções entre 9 países (TABELA 13). Neste caso os dados não se referem exclusivamente a filmes com o financiamento específico da ANCINE, mas sim todos os filmes realizados pelo Brasil em conjunto com outro(s) país(es).

Tabela 13 - Coproduções Internacionais por Ano³² e Países Coprodutores - 2005 a 2012.

PAÍSES	Período								Total
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	
Alemanha / França / Portugal	-	1	-	-	-	-	-	-	1
Argentina	-	1	1	2	2	-	5	-	11
Argentina / Bolívia / Colômbia / Espanha / Peru / Venezuela	-	-	-	-	1	-	-	-	1
Argentina / Chile	-	-	-	-	-	-	1	-	1
Argentina / Espanha	-	-	-	1	-	-	-	2	3
Argentina / Portugal	-	-	-	1	-	1	-	-	2
Canadá	-	-	1	-	-	-	-	-	1
Canadá / Japão	-	-	-	1	-	-	-	-	1
Chile	2	1	1	-	-	-	1	2	7
Chile / Espanha	-	-	-	1	-	-	-	-	1
Chile / Venezuela	-	-	-	-	1	-	-	-	1
Colômbia	-	-	-	-	-	1	-	1	2
Colômbia / Hungria	-	-	-	1	-	-	-	-	1
Cuba / Espanha	-	1	-	-	-	-	-	-	1
Dinamarca	-	-	-	-	-	1	-	-	1
Espanha	-	-	-	1	1	1	2	-	5
Espanha / Galícia	-	-	-	-	-	-	1	-	1
Espanha / Venezuela	-	-	-	-	-	-	1	-	1
EUA	-	-	-	-	-	1	1	3	5
França	-	-	-	1	-	1	1	1	4
França / Itália / Moçambique / Portugal	-	-	-	-	-	1	-	-	1
França / Uruguai	-	-	1	-	-	-	-	-	1
Hong-Kong	-	-	-	1	-	-	-	-	1

³² O ano de referência de uma coprodução internacional pode ser estabelecido tanto pela data de emissão do Certificado de Produto Brasileiro (CPB) ou segundo informações de primeira exibição em festivais ou estréia em outro país. Nota: Foram consideradas as obras cinematográficas brasileiras realizadas em parceria com outros países, com ou sem a utilização de acordos de coprodução com o Brasil, entre os anos de 2005 e 2012.

Hungria / Portugal	-	-	-	1	-	-	-	-	1
Índia	-	-	-	-	-	-	1	-	1
Inglaterra	-	-	-	-	2	-	-	1	3
Itália	-	1	1	1	-	-	-	-	3
Itália / França	-	-	-	-	-	-	-	1	1
México	-	1	-	-	-	-	1	-	2
México / Portugal	-	-	-	-	-	1	-	-	1
Portugal	2	4	4	5	4	2	6	1	28
Portugal / Espanha	-	-	-	-	-	2	-	-	2
Portugal / México	1	-	-	-	-	-	-	-	1
Uruguai	-	-	1	-	-	2	1	-	4
Uruguai / Alemanha	-	-	-	-	-	-	-	1	1
Uruguai / Espanha	-	-	-	-	-	-	1	-	1
Total	5	10	10	17	11	14	23	13	103

Fonte: Elaborado pelo autor segundo informações da ANCINE (2013)

Ao verificar em um primeiro momento a listagem de países analisadas, desde 1996 dos filmes exibidos na Europa, 38 filmes nacionais foram resultados de coproduções, totalizando mais de 71%. Ao verificar somente os 10 filmes com maiores públicos, o resultado é bastante semelhante (70%), o que torna de certa forma ainda mais contundente a informação. Através desta constatação, é possível inferir que a coprodução pode ser um fator que favorece a exibição no continente europeu.

Tabela 14 - Países produtores dos filmes analisados.

Produções	Quantidade	% Part.
Nacional	15	28,30 %
Brasil /Portugal	5	9,43%
Brasil /França	4	7,54%
Brasil /Itália	2	3,77%
Brasil / Reino Unido	2	3,77%
Brasil / Espanha	2	3,77%
Brasil / EUA	2	3,77%
Brasil / Holanda	1	1,89%
Brasil / Chile	1	1,89%
Brasil / Argentina	1	1,89%
Produção entre três ou mais países	18	33,96%

Obs.: Destacado em cor mais escura, os países com acordo cinematográfico bilateral com o Brasil

Fonte: Elaborado pelo autor a partir do presente estudo.

Ao analisar a parceria brasileira nas coproduções, destacam-se 15 produções provenientes de possíveis acordos bilaterais ou parceiros que o Brasil mantém acordo de cooperação (para fins de comparação é o mesmo número de produções nacionais na listagem). Na amostra total, representa 28,3% dos filmes. O restante dos filmes foram produzidos por três ou mais países (33,96%). Tal análise demonstra a importância dos acordos bilaterais, pois houve somente três exceções, ou três filmes, com parceiros sem acordo com o Brasil (TABELA 14).

As coproduções destacam dois pontos relacionados à teoria. O primeiro sublinha a relevância do papel do governo na dinâmica de internacionalização, atuando como o agente fomentador de acordos internacionais. Isso oportuniza diferentes caminhos para a cinematografia nacional e buscando diferentes parceiros. E em segundo plano, aquilo que Fligstein denomina de coalizão de firmas para obter vantagem e estabilizar sua situação. Neste caso, firmas desafiantes têm a oportunidade de se aliar a outras produtoras estrangeiras possibilitando a abertura de oportunidades ou conquistando os espaços ainda não atingidos pelas firmas dominadoras.

Além do estímulo a coproduções, é imprescindível oportunizar iniciativas que permitam o intercâmbio de ideias e informações entre diferentes países no que tange a temas relacionados ao setor cinematográfico. Um exemplo deste tipo de iniciativa é o Fórum entre Fronteiras, realizado desde 2007, formado por realizadores, produtores e entidades do cinema do Brasil, Argentina e Paraguai. Segundo o presidente da IECINE, atual apoiadora institucional deste espaço, teve início da seguinte forma

Foi criado a partir de uma visita de um realizador da Argentina (...) Axel Monzú. Esse Axel Monzú coordena um Festival no interior da Argentina e no interior da província de Misiones, (...) ele faz um festival internacional de curtas-metragens de Oberá (...). Esse Axel Monzú atravessou a fronteira, procurou aqui a Fundacine (que a nossa fundação de cinema do Rio Grande do Sul) perguntando assim... que ele queria uma aproximação com o Rio Grande do Sul e foi também numa reunião da APTC (Associação Profissional dos Técnicos Cinematográficos do Rio Grande do Sul (...)) Ao buscar essas entidades, o discurso do Axel era um discurso extremamente interessante e super atual que era "eu quero atravessar a fronteira e quero conversar com vocês". E para minha alegria, a FUNDACINE e a APTC na época, disseram para ele que seria legal conversar lá em Santa Maria, (...) com um cara que fazia um festival lá e que tinha mais ou menos um pensamento parecido com o dele [O cara em questão era o Luis Alberto Cassol] (...) naquele momento até parecia um pensamento um pouco revolucionário, mas para mim era um pensamento óbvio. E o que era? A gente precisava se unir, por que muitas vezes as nossas... a gente era mais próximo culturalmente do Uruguai, da Argentina e do Paraguai do que muitas vezes do próprio centro do país. Então para ele em Misiones, conseguir muitas vezes, uma articulação com Buenos Aires, era mais fácil conseguir com Porto Alegre ou qualquer outra cidade gaúcha do que Buenos Aires. E ao mesmo tempo a gente com São Paulo, era a mesma coisa.

Como resultado deste evento, foi criado o edital próprio chamado Parcerias, para produção de quatro curtas metragens de 25 minutos. O funcionamento ocorreu da seguinte forma

(...) cada entidade é associada no fórum de fronteiras, portanto dos três países, tinha que apresentar o seu roteiro, o seu argumento, a sua defesa num pitching com profissionais dos três países. Nós fizemos um corpo de jurados, com um realizador ou um crítico ou alguém da academia, um de cada de país. A gente conseguiu dividir bem, nós tivemos alguém da academia do Brasil que foi o nosso jurado, tivemos um realizador paraguaio que atua também na Argentina e

tivemos um realizador argentino que também por vezes atuava também na crítica cinematográfica. Esses três que conheciam já o Fórum entre Fronteiras e suas propostas, fizeram o pitching. Nós tivemos mais de 20 projetos inscritos e tivemos 4 selecionados. Como a Argentina foi o país que mais inscreveu projetos, a Argentina teve dois documentários, o Brasil teve um documentário, o Paraguai teve um documentário. Quem bancou esses documentários, quem patrocinou? No caso do Brasil foi a SAB (Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura), no caso da Argentina foi o INCA (Instituto Nacional de Cinema e Audiovisual da Argentina) e tivemos apoio da RECAM que é a autoridade máxima para o desenvolvimento do audiovisual no MERCOSUL. Isso tudo através de negociações. Nós temos delegados, em cada país nós temos o que a gente chama de produtor delegado, ou seja, ele representa o Fórum entre Fronteiras no seu país. Eu represento no Brasil, então o que eu fiz, eu demandei a SAB, eu apresentei o projeto a Secretaria do Audiovisual e tivemos um patrocínio da SAB. Agora valores, nós fizemos cada um desses audiovisuais 12 mil dólares cada um deles. Sendo oito deles bancados pelo Fórum Entre Fronteiras através desse patrocínio da SAB e do Inca e os outros 4 a cada produtor tinha que demonstrar como iria conseguir, ou seja, através do apoio de uma prefeitura para equipe ficasse hospedada, através da locação de uma câmera que ele conseguiu apoio de uma empresa e por ai afora. Isso acompanhado pelos produtores delegado, ou seja, nós éramos o que se conhece no mercado de produtores executivos. Cada filme teve seu produtor executivos, nós éramos produtores delegados, no nosso modo de entender éramos quatro pessoas que viam todos projetos em um projeto único, o DVD Parcerias. Mas o mais o interessante dessa experiência é que todas equipes tinham que ser pelo menos binacional, ou seja, tinha que ter profissionais de pelo menos dois dos três países envolvidos. Então nós tivemos um dos documentários, por exemplo, (...) os três países se envolveram, profissionais dos três países... e o (...) o argumento tinha que ser feito e tinha que ser rodado na fronteira. Ele tinha que versar sobre a fronteira. Eu explico tudo isso, por que um edital de baixíssimo orçamento como esse, feito de uma forma, tu entende, burocraticamente. Era a primeira vez que se fazia algo assim.

O resultado deste projeto foi além de toda articulação e unidade criada com o passar do tempo. Como resultado houve a produção do DVD Parcerias que

(...) rodou toda América do Sul, ele fez um circuito de televisões muito interessante, principalmente obviamente em televisões públicas. Fez um circuito de mostras bem interessante, ele abriu uma série de mostras como filme convidado. Por que ele atuava tanto como longa, se exibisse os quatro, um longa de 100 minutos, como atuava independente se um curta fosse convidado pra uma das mostras. O que nós tínhamos como contrato, o realizador ou o produtor que ia lá ele teria que citar o Fórum Entre Fronteiras e citar a nossa ideologia de unidade.

Iniciativas como o do Fórum entre Fronteiras, possibilita a integração intercultural fomentando futuramente, quem sabe, outras iniciativas semelhantes. Além da coprodução em termos práticos, espaços para a construção de saber e troca de aprendizados, somente solidifica a relação do setor cinematográfico entre os países do MERCOSUL e prepara o terreno com sementes férteis para futuros projetos.

Em termos de captação de recursos, da amostra dos filmes analisados, 38 filmes receberam verba de mecanismos governamentais. Este montante representa um número expressivo de mais de 66% do total de obras (TABELA 15).

Tabela 15 - Valores captados via mecanismos públicos dos filmes analisados

Título	Ano	Diretor	Valor Aprovado(R\$)
À Deriva	2009	Heitor Dhalia	4.115.161,00
Abril Despedaçado	2001	Walter Salles	6.991.766,93
Bossa Nova	2000	Bruno Barreto	5.747.545,00
Brasileirinho	2007	Mika Kaurismaki	2.102.221,79
Café dos Maestros	2008	Miguel Kohan	450.527,38
Carandiru	2003	Hector Babenco	7.649.515,86
Central do Brasil	1998	Walter Salles	4.674.186,43
Cidade Baixa	2005	Sérgio Machado	3.786.015,21
Cidade de Deus	2002	Fernando Meirelles	7.647.608,27
Cidade dos Homens	2007	Paulo Morelli	6.561.125,79
Do Começo ao Fim	2009	Aluizio Abranches	2.650.874,89
Dot.com	2008	Luis Galvão Telles	-
Ensaio Sobre a Cegueira	2008	Fernando Meirelles	7.000.000,00
Estômago	2008	Marcos Jorge	475.181,55
Eu, tu, eles	2000	Andrucha Waddington	4.872.898,00
Linha de Passe	2008	Walter Salles e Daniela Thomas	5.468.108,36
Lope	2011	Andrucha Waddington	35.581.229,40
Madame Satã	2002	Karim Aïnouz	3.503.486,46
Moro no Brasil	2005	Mika Kaurismaki	800.000,00
O Ano em que meus Pais Saíram de Férias	2006	Cao Hamburger	5.309.441,29
O Banheiro do Papa	2008	César Charlone e Enrique Fernández	300.000,00
O Quatrilho	1995	Fábio Barreto	2.162.734,63
O Que É Isso Companheiro?	1997	Bruno Barreto	7.195.643,62
Orfeu	1999	Cacá Diegues	11.379.152,59
Pequeno Dicionário Amoroso	1997	Sandra Werneck	612.185,91
Proibido Proibir	2007	Jorge Durán	952.200,30
Terra Vermelha	2008	Marco Bechis	1.146.947,82
Tieta do Agreste	1996	Cacá Diegues	4.820.381,77
Tropa de Elite	2007	José Padilha	9.000.000,00
Tropa de Elite 2	2010	José Padilha	14.804.065,00
Última Parada - 174	2008	Bruno Barreto	8.603.362,14
Um Copo de Cólera	1999	Aluizio Abranches	902.953,00
Invasor	2002	Beto Brant	430.000,00
Lixo Extraordinário	2011	João Jardim, Karen Harley e Lucy Walker	2.428.927,95
Primeiro Dia	1999	Walter Salles e Daniela Thomas	2.317.814,24

Fonte: Elaborado pelo autor segundo informações da ANCINE (2013)

Ao pautar-se sobre o montante captado pelos filmes analisados, existe variação bastante elevada. Enquanto o filme que teve a menor captação de recurso foi R\$ 300.000,00 reais (O Banheiro do Papa), a maior arrecadação atingiu R\$ 35.581.229,40 reais (Lope). Tais informações apenas cancelam a relevância do governo no sentido de oportunizar, neste caso, financeiramente a produção dos filmes nacionais. Caso ocorresse, como na década de

1980, a transmissão desta responsabilidade para a iniciativa privada, muito provavelmente se repetiria a bancarrota da produção nacional.

5.3.4 Participação em festivais e premiações

Em relação a participação em festivais e premiações, os filmes analisados tiveram representantes através de indicações ao Oscar e também uma repercussão positiva no Festival de Berlim.

Tabela 16 - Filmes analisados indicados ou premiados em festivais e premiações e o seu público expectador.

Título	Ano	Indicação ou Premiação	Público expectador na Europa
O Quatrilho	1995	Indicação para Melhor Filme de Língua Estrangeira – Oscar	11.959
O Que É Isso, Companheiro?	1997	Indicação para Melhor Filme de Língua Estrangeira - Oscar	25.495
Central do Brasil	1998	Urso de Ouro (Melhor Filme) Urso de Prata – Melhor Atriz Indicação de Melhor Atriz - Oscar Indicação para melhor filme de Língua Estrangeira- Oscar	2.207.347
Cidade de Deus	2003	Indicação para Melhor Fotografia - Oscar Indicação para Melhor Direção - Oscar Indicação para Melhor Edição - Oscar Indicação para Melhor Roteiro Adaptado - Oscar	1.768.828
Tropa de Elite	2008	Urso de Ouro	279.070
Linha de Passe	2008	Melhor Interpretação Feminina - Cannes	215.526
Lixo Extraordinário	2010	Documentário	35.744

Fonte: Elaborado pelo autor a partir do presente estudo.

Os filmes brasileiros que participaram de festivais ou premiações, levaram aos cinemas europeus 4.543.969 expectadores (TABELA 16). Esse número é significativo pois, representa mais da metade da exibição de todos os 53 filmes analisados. O papel dos festivais, apesar de não ser um agente e sim um espaço/evento, legitima a obra no cenário internacional. Conforme mencionado nos anos em que se atingiu a barreira superior a um milhão de espectadores europeus a filmes brasileiros, esta seção confirma o papel legitimador dos festivais. Dessa forma é possível conjecturar que o festival é o caminho mais curto para a internacionalização do filme brasileiro e, ao mesmo tempo, o maior propagador, pois permite o acesso a um maior número de mercados.

5.3.5 Dinâmica do campo cinematográfico brasileiro e o mercado internacional

Ao analisar o mercado como campo, é necessário especificar os jogadores e entender como ocorre o relacionamento social e o entendimento cultural de forma a reduzir os problemas de competição e incerteza. No presente estudo, o campo em questão é o cinematográfico. Neste contexto está inserido um conjunto de atores, coletivos e individuais, que conduzem a estabilidade no campo. Entre os principais atores presentes no campo, destacam-se as produtoras, distribuidoras, diretores, exibidores e órgãos reguladores. Mais especificamente na dinâmica de comércio exterior, os principais atores envolvidos são: produtoras, distribuidoras, diretores, APEX, ANCINE e Ministério das Relações Exteriores.

No âmbito nacional, a cultura local permite entender a dinâmica interna do campo de uma maneira clara. O ator responsável pelo início do processo é o produtor que viabiliza o processo de produção através da concepção do escopo do projeto e também por angariar os recursos necessários para colocar em prática a produção do filme. O papel das unidades de governança é oportunizar os mecanismos de captação de recurso e estabelecer a regulação do funcionamento entre as diferentes partes da cadeia cinematográfica: produção, distribuição e exibição. Apesar de num primeiro momento, parecer simples e perfeita esta relação, o campo de ação estratégico analisado, neste caso o campo cinematográfico brasileiro, está inserido em um campo maior, o campo cinematográfico internacional. Ao mesmo tempo que o Brasil possui a sua parcela de contribuição, outros países também fazem parte desta articulação. Ao passo que o segmento cinematográfico nacional influencia os diferentes campos de ação estratégica (mercado francês, alemão, britânico), os campos cinematográficos estrangeiros interferem na dinâmica interna do Brasil. Neste contexto de dinâmica internacional, o campo cinematográfico brasileiro situa-se numa posição onde o campo internacional exerce o poder, ou seja, domina o campo nacional, principalmente em função do campo cinematográfico norte-americano. Através de alguns dos principais atores do elo de distribuição (*majors*) entre os dominadores, facilitam a entrada dos filmes dos EUA no mercado nacional, impondo obstáculos para o acesso dos filmes brasileiros nas salas de exibição do Brasil. Estas barreiras são impostas na medida que os distribuidores possuem relacionamentos sociais com os exibidores brasileiros criando uma sólida relação comercial. Os filmes nacionais, por sua vez, acabam ocupando uma parcela menor deste espaço em função destes quadros interpretativos já

estabelecidos pelos exibidores. As unidades de governança brasileiras, apesar de buscarem mecanismos de proteção, acabam auxiliando principalmente os dominadores nacionais e não conseguem impor restrições ou barreiras mais eficazes contra a entrada de obras estrangeiras. Salienta-se nesta dinâmica dos filmes norte-americanos, não por um esforço solitário por parte das *majors*, mas uma política nacional dos EUA. Exemplo disso foi a articulação da United Artists (UA), no sentido de conduzir políticas internacionais para acesso dos filmes norte-americanos nos mercados estrangeiros entre as décadas de 1930 e 1940. Esses filmes penetravam em outros países por meio de três formas: escritórios em mercados internacionais; agentes locais licenciados; venda dos direitos totais do filme. Isso permitia empenho mais focado das ações e a construção de uma rede de relacionamentos dentro dos mercados estrangeiros. Através desta entidade, havia um maior aporte de recursos desses players, o que proporciona maior poder sobre exibidores inibindo iniciativas de distribuidores locais e estabelecendo o que deve ser exibido. No que concerne especificamente as produtoras, ocorre uma articulação em que operam efetivamente como indústrias, produzindo em escala e assim tendo um custo de produção diluído no mercado internacional, ou seja, o filme dessas produtoras já saiu com o custo coberto já no mercado interno americano, chegando com preço mais competitivo em relação aos filmes nacionais brasileiros, por exemplo.

A dinâmica no campo cinematográfico vista no contexto do mercado internacional, é compreendida através de um grupo de atores: produtores, distribuidores, diretores e unidades de governança (FIGURA 5).

As produtoras, apesar de ter um conjunto considerável nos filmes analisados, apresentam quatro dominadoras: O2 Cinema, Videofilmes Produções Artísticas, Filmes do Equador e Conspiração Filmes. Estes agentes têm como característica um amplo domínio na estrutura do campo, seja no lançamento de filmes, na captação de recursos ou no próprio desempenho nos mercados estrangeiros. Enquanto que as outras caracterizam-se mais como desafiantes neste panorama. No entanto, aqui é necessário salientar aquilo que Fligstein denomina de coalizão. Muitas vezes uma produtora desafiante não tem condições de competir com as produtoras maiores, em função da diferença de recursos destes atores. A coprodução pode ser vista como uma forma de coalizão, na terminologia de Fligstein, no sentido de união de esforços de duas produtoras para terem ou aumentarem as condições de conquistar uma fatia de mercado no cenário internacional. Esse é um instrumento que oportuniza a saída de obras brasileiras ao exterior. Além disso ocorrer no cenário de

produção, segundo o programa Cinema do Brasil, as produtoras mais antigas pertencentes ao programa, já possuem de forma estruturada o relacionamento com agentes, distribuidoras etc., sendo estas parcerias repetidas em mais situações. Isso demonstra a importância de coalizões como ferramentas estratégicas das desafiadas no sentido de poder ocupar as lacunas deixadas pelos dominadores.

As distribuidoras, por sua vez, possuem uma característica semelhante às produtoras, no que se refere à quantidade de agentes. No entanto, nesta situação torna-se ainda mais difícil de apontar os dominantes no campo cinematográfico. As *majors* como a Fox/Warner, a Paramount e a Columbia encontram-se em uma posição mais privilegiada no sentido de resultado no campo. Tal constatação, possivelmente, tem sua explicação na ampla rede de filiais ao redor do mundo. Somado a esses agentes, encontra-se a Lumière principalmente pelo desempenho dos filmes distribuídos pelas mesmas. Estas quatro empresas são basicamente as dominadoras, porém por ser um mercado bastante competitivo, esta posição podem sofrer modificações. Neste caso, ao mesmo tempo em que as *majors* podem vir a favorecer a saída de obras brasileiras ao exterior - pois entre os maiores sucessos de bilheteria brasileiras no exterior foram distribuídos em território nacional por essas distribuidoras internacionais - esses atores mantêm relações com exibidores e mercados internacionais de forma semelhante ao que ocorre no Brasil. Dessa forma, apesar de oportunizarem em alguns momentos específicos, pode ocorrer dessas distribuidoras controlarem o fluxo de filmes estrangeiros, dessa forma condicionando os filmes brasileiros, nos mercados europeus em detrimento a distribuição de obras norte-americanas.

Por fim, destacam-se os diretores Walter Salles e Fernando Meirelles como agentes dominantes no campo em função do número de produções, bem como pelo desempenho nos mercados estrangeiros. É possível observar uma participação de 60% das obras dos respectivos diretores nos mercados internacionais analisados. Neste cenário, um importante fator que oportuniza as obras brasileiras no exterior é a representatividade dos diretores brasileiros no mercado internacional. Não é possível mensurar uma relação direta, mas através deste estudo fica evidente que ao escolher um diretor brasileiro prestigiado no exterior facilitará a sua exibição nos mercados internacionais.

Os principais mercados para os filmes brasileiros são Reino Unido, Alemanha, Portugal, França e Espanha. Sendo os dois últimos, os principais mercados brasileiros. Possivelmente, estes mercados são as portas de entrada dos filmes nacionais, apesar de não

se saber ao certo até que ponto eles influenciam na abertura de outros mercados europeus. As coproduções possuem um papel importante no acesso a mercados estrangeiros. Não há dados que possibilitem mensurar as características determinantes deste tipo de modalidade no acesso aos diferentes países, contudo a perspectiva da obra com diferentes olhares e a sua abordagem universal podem ser elementos significativos na abertura de novos locais de exibição.

Os festivais e premiações internacionais funcionam como legitimadores no contexto internacional. Apesar de não funcionar como um agente, estes espaços potencializam as obras cinematográficas, oportunizando e criando interesse nos mercados internacionais. Neste estudo foi possível compreender que um filme que é reconhecido em um festival tem melhores condições de atingir diferentes mercados, do que obras restritas a mostras internas. Portanto, o festival oportuniza internacionalização da obra cinematográfica no contexto internacional.

Por fim, o papel das unidades de governança é fundamental para inserção do campo cinematográfico brasileiro no mercado internacional. O papel regulador e estimulador da ANCINE, em conjunto com o Ministério das Relações Exteriores, é relevante para as parcerias bilaterais. A ANCINE tem interferência nas políticas de captação de recursos e no auxílio das obras brasileiras no sentido de permitir maiores arrecadações e, através disso, aumentando as possibilidades da saída de obras brasileiras ao exterior. A APEX atualmente conta com um programa nacional setorial que permite a discussão e a procura de canais no contexto internacional para as obras nacionais. Essa constante dinâmica dos três agentes possibilita o estímulo necessário para ampliação do campo cinematográfico. Em contrapartida, críticas remetidas a ANCINE no que concerne às exigências formalísticas, vulgarmente definidas como burocráticas por esses agentes, para coproduções e, ao governo como um todo, na regulamentação de políticas específicas, acabam produzindo barreiras para os produtores desafiantes. Dessa forma, o papel das unidades de governança acaba favorecendo, em grande parte, aos atores dominantes do campo.

No que se refere ao papel da Imersão nas escolhas estratégica, foram analisados aspectos como o caráter de legitimidade (incluindo as regras do setor), a influência política (abrangendo os acordos internacionais), as questões culturais e o aspecto de rede e/ou parcerias na atuação das respectivas organizações.

O caráter de legitimidade no campo é atribuído aos festivais. Apesar de não ser um agente e sim um espaço, o festival acaba através de seus reconhecimentos colocando as obras cinematográficas em evidência para outros mercados e, através dessa função, oportunizando a entrada de obras brasileiras no mercado estrangeiro. Algumas evidências destacam este relevante papel do festival. Por exemplo, ao inserir uma amostra não competitiva de filmes gaúchos no Festival de Gramado, possibilitou colocar os filmes em destaque e, a partir desta ação, algumas obras foram convidadas para festivais internacionais. De acordo com a SIEAESP, os festivais internacionais fazem parte da estratégia de internacionalização dos filmes nacionais.

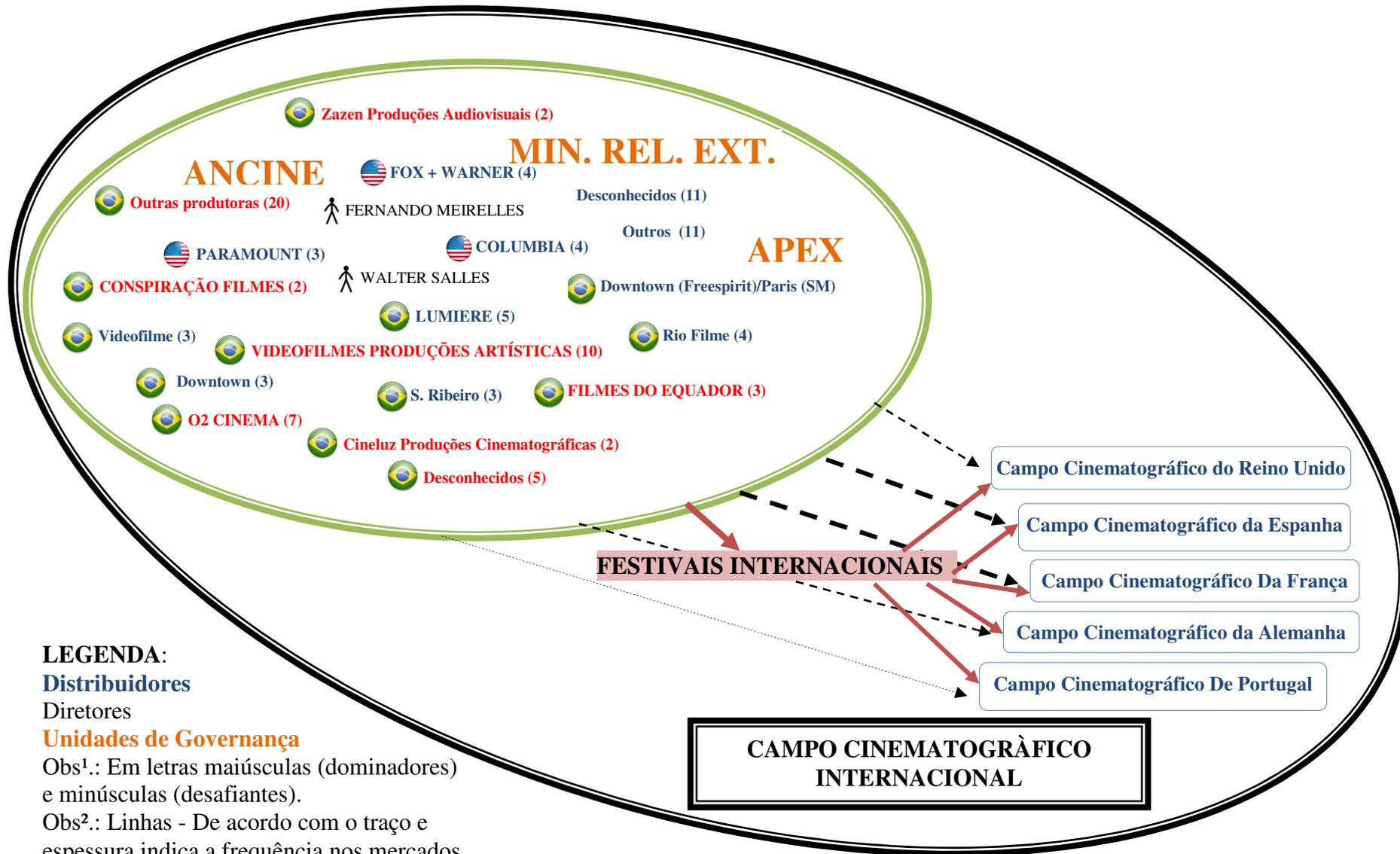
A influência política para a dinâmica no processo de internacionalização é acentuada. O Estado tem uma forte influência em diversos aspectos no que se refere à produção do filme, no estímulo à saída de obras cinematográfica para o exterior (acordos de cooperação bilateral e na regulação das coproduções) e, de forma indireta, nas leis de incentivo a produção cinematográfica para atendimento das demandas locais. Com relação à produção do filme, o governo, como agente regulador dos mecanismos de captação de recursos, tem uma função decisiva na viabilização de recursos para as obras cinematográficas. O Estado através do Ministério das Relações Exteriores, atua fortemente na concretização de acordos internacionais de cooperação que facilitam as parcerias cinematográficas internacionais com o Brasil, e dessa forma, facilitando a saída das obras nacionais, no mínimo, no(s) país(es) da(s) produtora(s) parceira(s) a produtora brasileiras. Outro fato relevante é a própria tarefa de estimular continuamente a dinâmica nacional do cinema, protegendo e incentivando as obras brasileiras no mercado interno. Através da melhoria das condições internas e do aumento das arrecadações dos filmes nacionais dentro do Brasil, permitirá uma ampliação do número de obras produzidas e, conseqüentemente, aumentando exponencialmente as chances das obras brasileiras serem exibidas no exterior. Um exemplo deste estímulo indireto é a Lei da TV por assinatura que eleva a demanda do conteúdo cinematográfico nacional. O reflexo do aquecimento da produção do conteúdo cinematográfico nacional, cedo ou tarde, refletirá em resultados mais expressivos dos filmes brasileiros, em termos quantitativos e qualitativos, no mercado internacional.

As questões culturais são relevantes no acesso a diferentes mercados. Neste quesito, a análise é bastante semelhante à Escola de Uppsala. Através dos dados do presente estudo, os países responsáveis pelos principais resultados em termos de

expectadores, exemplificam o relevante papel dos laços culturais e históricos. Os países de línguas latinas e aqueles geograficamente próximos tem a tendência de serem mais receptivos às obras brasileiras. Além disso, os países com laços históricos do Brasil, como Alemanha e Itália, demonstram ser abertos e receptivos às obras nacionais. Além destas duas situações, outro fator que deve ser considerado, são países com grandes redutos de imigrantes brasileiros. Esse é um fator que deve ser considerado, em função das barreiras naturais de idioma que o Brasil tem em função do português ser uma língua pouco falada em termos de quantidade de países (ao ser comparado com os idiomas espanhol, inglês e francês, por exemplo).

O aspecto de redes e/ou parcerias na dinâmica de saída de obras brasileiras no exterior, apesar de não ter ficado visível (principalmente pelo estudo não ter tido acesso a dados das produtoras e distribuidoras), ficou evidente através das informações da SIAESP. Além deste aspecto fazer parte da estratégia dos filmes brasileiros, segundo a SIAESP algumas empresas do programa setorial Cinema do Brasil, aquelas mais fortalecidas, já possuem um grupo de parceiros constituídos desde o começo do projeto. Com isso, permitindo compreender a relevância das redes ou parcerias na saída de obras cinematográficas para mercados estrangeiros. Neste aspecto é importante diferenciar redes como estrutura de governança ou perspectiva de análise. A primeira inclui os diferentes tipos de redes, como alianças, *joint ventures*, consórcios etc. Como perspectiva de análise o que se observa é a influência das redes de relações sociais, ou seja, como as conexões entre indivíduos vão influenciar a decisão econômica. Quanto a diferenciação, nos dois casos tanto do Programa Cinema do Brasil e no exemplo do trabalho de Zapata se compreende mais como perspectiva de análise, pois são as conexões entre indivíduos que influenciam a decisão econômica, sem necessariamente ter um arranjo estrutural formalmente constituído.

Figura 5 - O campo cinematográfico nacional no contexto internacional



LEGENDA:

Distribuidores

Diretores

Unidades de Governança

Obs¹.: Em letras maiúsculas (dominadores) e minúsculas (desafiantes).

Obs².: Linhas - De acordo com o traço e espessura indica a frequência nos mercados.

Fonte: Elaborado pelo autor a partir do presente estudo.

5.4 A SAÍDA DE OBRAS BRASILEIRAS NO EXTERIOR À LUZ DA TEORIA DE INTERNACIONALIZAÇÃO DE UPPSALA.

A presente seção tem como finalidade avaliar o movimento de saída de obras nacionais para mercados estrangeiros, por meio da Teoria de Internacionalização da Escola de Uppsala.

No que concerne aos modos de entrada no mercado internacional, as principais opções são à exportação indireta via representantes diretos, exportação por meio de filial de produtora ou distribuidora no exterior. Em alguns casos, as empresas já possuíam um grupo de parceiros (produtor, distribuidor, agente de vendas) desde o começo do projeto ou seja garantindo a viabilidade de comercialização antes da finalização do filme.

Na Teoria de Internacionalização da Escola de Uppsala são analisados os seguintes aspectos: o motivo que conduz a internacionalização, como foi realizado a escolha dos mercados e como ocorreu a inserção no mercado global.

Com relação ao motivo relacionado ao processo de internacionalização, ocorreu um distanciamento com a respectiva teoria. Enquanto que a Teoria de Uppsala entende o processo de internacionalização como uma resposta ao mercado interno saturado, no caso da indústria cinematográfica nacional, o processo se refere mais a uma atuação alternativa. Isso torna-se mais evidente na medida em que se popularizam as discussões em torno da retomada do espaço dos filmes nacionais no Brasil, em função do domínio de filmes estrangeiros, principalmente norte-americanos. Dessa forma, o processo de internacionalização é entendido muito mais como uma alternativa para o aumento da arrecadação dos filmes nacionais do que uma consequência da saturação do mercado interno.

Com relação à escolha dos mercados, segundo informações dos principais países em número de expectadores dos filmes brasileiros, apresentam em geral uma relação cultural bastante forte. Os cinco principais mercados exibidores de filmes brasileiros, são França, Espanha, Alemanha, Reino Unido e Portugal. Dos cinco países, três deles (com exceção de Reino Unido e Alemanha), tem idiomas de origem latina, ou seja, possuem um estreitamento cultural. A Alemanha tem laços históricos com o Brasil em função do fluxo de imigrantes para o Brasil. No Reino Unido, em direção contrária com a Alemanha, apresenta um importante reduto de brasileiros. Se tomar por base apenas os países de

língua latina e a Alemanha, em razão dos laços culturais e/ou históricos, a distância psíquica auxilia de maneira bastante eficaz a explicar a entrada de obras brasileiras nestes mercados. Contudo França, Reino Unido, Alemanha e Espanha estiveram entre os cinco países com maior público em 2007, por esta razão a explicação da proximidade cultural pode não ser a única, mas também por esses países serem efetivamente os maiores mercados cinematográficos do continente europeu. A SIAESP confirma este fenômeno, agregando o MERCOSUL, junto com a Europa, no rol de regiões que mais atrai filmes brasileiros. Além de o estímulo vir dos acordos de coprodução, o órgão também credita a aproximação em razão da língua latina.

A forma como ocorre a inserção nos mercados estrangeiros pelas produtoras e distribuidoras dos filmes nacionais em geral não é planejada. Apesar de exceções, como na obra Flores Raras de Bruno Barreto, que já tinha a garantia de distribuição no exterior antes da finalização da obra, os filmes nacionais em geral encontram seus canais de distribuição através de negociação em festivais ou mostras internacionais. Apesar das coproduções seguirem um caminho distinto, já que a sua distribuição nos mercados produtores está garantida, persiste a mesma lógica no que se refere à distribuição em mercados distintos aos produtores. Esse processo, muitas vezes, de forma acidental, caracteriza-se como uma importante característica da Escola de Uppsala, que compreende o processo de internacionalização como incremental, em que os conhecimentos são gradualmente adquiridos no mercado estrangeiro. Os produtores nacionais ganham experiência na medida em que abrem novos mercados para as obras brasileiras, ou seja, não se caracterizando por um processo previamente estabelecido. Além disso, conforme comentado pela produtora Vania Catani da Bananeira Filmes, o maior problema no que tange ao acesso ao mercado exterior é a falta de agente de vendas no exterior. Isso corrobora com o entendimento da estratégia de internacionalização de maneira incremental por parte dos produtores, pela ausência de especialistas atuando como intermediários na saída de obras nacionais. Por fim, outra exceção, neste cenário é o caso do cineasta Juan Zapata que trabalha intensamente antes do lançamento do filme dele ou de seus parceiros quanto à prospecção de possíveis interessados nas obras brasileiras nos mercados internacionais. Possivelmente, um trabalho ainda pioneiro, mas que tem tudo para se perpetuar neste mercado cinematográfico brasileiro em ascensão. A efetividade das atividades desenvolvida por Zapata é indicativo do quanto a ação econômica não se dá em um vácuo social, sendo moldada fortemente pelas relações sociais. Pode-se levantar como

hipótese que tal fenômeno se amplifica considerando as características únicas do produto filme e também do próprio processo que envolve sua produção, onde a reputação, prestígio e reconhecimento de atores, diretores e demais profissionais é marcante na definição dos projetos de produção, financiamento e distribuição do produto.

6 CONCLUSÃO

O presente estudo teve como objetivo identificar como as transformações do campo cinematográfico brasileiro condicionaram ou oportunizaram a entrada de filmes brasileiros no mercado internacional a partir da década de 90 segundo a perspectiva da Teoria de Internacionalização de Uppsala. Para responder a pergunta do presente estudo, houve o desdobramento em três objetivos específicos: descrição da evolução do cinema brasileiro; identificação das principais transformações do campo cinematográfico a partir da década de 1990; Análise das relações entre as transformações no campo cinematográfico brasileiro com a entrada dos filmes brasileiros no mercado internacional. Em relação à descrição da evolução do cinema brasileiro, o presente estudo abordou o tema desde a chegada no Brasil até os presentes dias, destacando as principais mudanças ocorridas durante a sua história. No segundo objetivo, foi verificado que as principais transformações no campo cinematográfico a partir da década de 1990 foram: Aprovação da Lei Rouanet e as demais políticas de financiamento; o reconhecimento através das indicações das obras brasileiras nos festivais e premiações internacionais; os acordos internacionais realizados pelo Ministério das Relações Exteriores; programas de fomento do cinema nacional nos diferentes âmbitos da cadeia cinematográfica (ANCINE e APEX). Esse entendimento partiu após a imersão no campo por parte do pesquisador e, também, através de depoimentos, reportagens e entrevistas presentes em meios especializados de cinema. Somado a isso, a própria coleta de informação através de entrevista ou aplicação de questionário com os agentes do campo vieram ao encontro com as constatações anteriores. Por fim, o terceiro objetivo contemplava a análise das transformações do campo cinematográfico brasileiro e a entrada de filmes no mercado exterior. Através da análise do presente estudo, verificou-se uma relação bastante forte com o desempenho dos filmes no exterior com as mudanças do campo cinematográfico. O estado por sua vez, teve papel fundamental na retomada do cinema brasileiro, através da criação de mecanismos de captação de recursos e no aprimoramento da legislação reguladora do cinema. No momento em que houve o afastamento do governo no financiamento das obras nacionais, a partir da extinção da EMBRAFILME, foi determinante na decadência da cinematografia nacional. Quando o governo tomou para si a tarefa de reorganizar o setor, através de ações como a criação da ANCINE, voltando a posicionar o setor cinematográfico como

estratégico nas ações do estado, os resultados não tardaram a aparecer. Além da criação desse órgão regulador e fiscalizador, o governo ainda acrescenta o Ministério das Relações Exteriores como um agente responsável por abrir novos acessos ao cinema brasileiro através de acordos bilaterais. Essa sinergia, apesar de ainda ter um amplo espaço para se desenvolver, tornou-se uma importante base para a reestruturação do cinema brasileiro. Somado a isso, houve a criação do programa setorial da APEX, em parceria com a SIAESP, denominado Cinema do Brasil tendo como o principal objetivo estimular e desenvolver o cinema nacional além das fronteiras nacionais. A partir do momento que houve uma articulação de forma pensada por parte do governo em torno de ações específicas para o cinema, as respostas foram muito rápidas. Entre as mudanças, destacam-se: o aumento da participação dos filmes nacionais nas salas de cinema do Brasil; uma maior participação de filmes brasileiros em festivais estrangeiros; na representatividade do cinema nacional no mercado europeu e entre outros. Além do governo, as próprias produtoras e distribuidoras estão começando de forma gradativa a olhar o cinema não apenas com o foco no mercado interno, mas compreendendo as oportunidades que o mercado estrangeiro oferece aos filmes brasileiros. No entanto, conforme salientado neste trabalho, ainda são necessários importantes avanços. A rede de exibição do país carece de investimentos para ampliação, a legislação das coproduções necessita de uma maior simplificação e a necessidade de regras mais rígidas quanto à colocação dos filmes nacionais nas salas de exibição brasileiras (não apenas nas madrugadas ou em janelas extremamente curtas).

Com relação às contribuições deste estudo, ressalta-se a relevância do tema em torno da dinâmica internacional das obras brasileiras, na discussão de um tópico ainda escasso na esfera acadêmica e na constatação do grande potencial do cinema nacional no exterior. Cada vez mais é necessário pensar no Brasil não de uma forma isolada, porém entender a sua posição no contexto internacional e verificar as oportunidades espalhadas ao redor do mundo. Essa visão permite compreender em todos os setores, incluindo o cinematográfico, a necessidade de pensar de forma estratégica nas oportunidades que podem se abrir a partir desta concepção. Para que isso ocorra, não basta apenas ter vontade em ir além do Brasil. Tudo isso passa pelo entendimento desta dinâmica, pela busca de informações, na elaboração de estratégias, no aumento do diálogo com agentes de diferentes países e na inclusão dos agentes brasileiros em eventos multiculturais. Dessa forma, iniciativas como o Fórum entre Fronteiras, fomentam o terreno e abastecem o senso

de troca entre diferentes países, estimulando as coproduções e mostrando os benefícios do caráter de unidade. Outra colaboração do estudo se refere à criação de um novo nicho de discussão nos meios acadêmicos, oportunizando o entendimento das razões atribuídas a saída de obras nacionais. Isso de maneira isolada pouco representa, no entanto, através da democratização desse conhecimento, transmitindo aos agentes inseridos neste campo o conhecimento de seu funcionamento e o estimulando a procurar o seu espaço poderá trazer avanços significativos neste segmento. Através deste interesse, a formulação de estratégia em cima de dados e informações e não através unicamente do senso comum possibilitará uma maior facilidade no acesso e na redução de incertezas ao desbravar o mercado internacional. Neste trabalho também foi possível ilustrar de maneira muito clara os avanços do cinema nacional e ao mesmo tempo as mudanças necessárias para o desenvolvimento gradativo. Isso apenas demonstra o valioso potencial deste setor, necessitando ser priorizado pelo governo e estudado pela academia. Além disso, o retorno para o país é bastante positivo. A obra cinematográfica acaba carregando consigo o nome do país. Isso gera mais interesse e curiosidade em torno do Brasil. E em contrapartida, o setor cinematográfico tem que se aproveitar do interesse por parte dos países estrangeiros pelo Brasil. Isso pode contribuir para a popularização dos filmes brasileiros no exterior, pois a qualidade é um atributo intrínseco nas obras cinematográficas brasileiras segundo os especialistas, no entanto, falta a consolidação dessa imagem no contexto internacional.

As limitações deste trabalho se baseiam principalmente em três aspectos: acesso a informação; escassez da discussão teórica sobre o tema do presente estudo; o recorte da proposta do trabalho. O difícil acesso a informação, em função do setor ser fechado, principalmente por parte dos produtores e distribuidores, tornou a análise menos representativa. A falta da perspectiva de ambos os agentes, pode ter ocultado elementos significativos que poderiam trazer novos subsídios para a discussão ou tornar estas constatações ainda mais relevantes. A carência de discussões teóricas sobre a internacionalização do cinema foi um desafio considerável nesta dissertação. Apesar de boa parte dos dados serem secundárias, as informações foram provenientes de uma infinidade de fontes, sendo que o cerne da pesquisa, o banco de dados, foi extraído de uma base de dados européia, pois o Brasil, segundo dados da ANCINE, não tem dados sobre o desempenho dos filmes nacionais no exterior. A proposta do trabalho, a partir do momento que estabeleceu a busca do entendimento da dinâmica de transformação interna e o reflexo da saída de obras para o exterior, remete a um universo bastante amplo de análise. A

escolha do continente europeu para tal análise foi em função do acesso à informação. Com isso, as distintas realidades regionais não puderam ser contempladas neste trabalho.

Ao mesmo tempo, em função das várias limitações do presente estudo, acaba sendo um campo produtivo para futuros estudos. Por exemplo, a dinâmica das produtoras e distribuidoras na saída de obras brasileiras para o exterior seria uma discussão relevante. A aplicação deste modelo em outras regiões como nos EUA, MERCOSUL, Ásia e África podem enriquecer muito o debate sobre a temática. A compreensão de diferentes iniciativas de diálogo intercultural do cinema, como o Fórum entre Fronteiras, é outra possibilidade.

Por fim, neste estudo é pertinente destacar que apesar da tarefa desafiante de abordar um tema desta magnitude, o trabalho é uma fotografia do momento construída com base nas ferramentas disponíveis. É importante, pela relevância do tema e pela discussão que pode ser gerada a partir do presente estudo. Também pode ser útil na medida em que as constatações aqui encontradas, sejam levadas a conhecimento de entidades de cinema como a ANCINE. E a partir das discussões, estas entidades procurem fomentar e trazer junto aos produtores, a cultura da internacionalização das obras nacionais. Para isso, é necessário que os agentes no campo sejam estimulados a discutir sobre o tema, disponibilizando capacitações nesta esfera e, de forma mais específica, exigindo ações simples como a obrigatoriedade na participação de festivais internacionais e a legendação dos filmes que receberem verbas de mecanismos de captação de recurso brasileiro. Apesar de medidas pequenas, principalmente tiradas do exemplo da IECINE no Rio Grande do Sul, podem produzir resultados significativos e alçar o cinema, em alguns anos, a outro patamar representativo. Acrescentado a isso, é necessário que o Estado esteja buscando incessantemente mecanismos que reposicionem o cinema internamente e abram espaço para o cinema no exterior, seja através da facilitação das coproduções ou através da expansão nos acordos bilaterais.

REFERÊNCIAS

- AMBURGEY, T.; DACIN, T.; SINGH, J. Learning Races, Patent Races, and Capital Races. In: BAUM, J.; DUTTON, J. (eds). **Advanced in Strategic Management**, London: JAI Press Inc, 1996.
- ANCINE**. Informações sobre cinema brasileiro. Disponível em: <www.ancine.gov.br>. Acesso em 28 dez. 2011.
- ARAÚJO, Inácio. **Cinema: O Mundo em Movimento**. São Paulo: Editora Scipione, 1995
- BAUM, J.; DUTTON, J. (eds). **Advanced in Strategic Management**, London: JAI Press Inc, 1996.
- BERNARDET, J. C. **Cinema Brasileiro: Propostas para uma História**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979
- BILHARINHO, G. **Cem anos de cinema brasileiro**, Uberaba: Instituto Triangulino de Cultura, 1997.
- BOTELHO, I. . A política cultural e o plano de idéias. In: **III Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura - VII ENECULT, 2007, Salvador**. III ENECULT Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, 2007.
- BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: DIFEL, 1989
- BOURDIEU, P.; WACQUANT, L. **An Invitation to Reflexive Sociology**. Chicago: University of Chicago, 1992.
- BOWEN, G. A. Document Analysis as a Qualitative Research Method. **Qualitative Research Journal**, v. 9, n. 2, p. 27-40, 2009.
- BUTCHER, P.; ALMEIDA, P. Um mercado aquecido, apesar da Crise. **Revista Filme B**, Rio de Janeiro, p. 18-19, set. 2012.
- CALIL, C. A. “Panorama Histórico da Produção de Filmes no Brasil” in **Estudos de Cinema**. São Paulo: EDUC, 2000, nº 3;
- CARNEIRO, Jorge; DIB, Luís Antônio. Avaliação comparativa do escopo descritivo e explanatório dos principais modelos de internacionalização de empresas. **INTERNEXT-Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM**, São Paulo, v.2, n.1, p.1-25, jan./jun. 2007.
- CARVALHO, C.; ANDRADE, J. ; MARIZ, L. Mudança na teoria institucional. In: **XXIX Encontro Nacional de Programas de Pós-Graduação em Administração**, 2005, Brasília. Anais do XXIX ENANPAD, 2005. v. 1. p. 1-15.

CAVUSGIL, S. Tamer; GHAURI, Pervez N.; AGARWAL; Milind R. **Doing Business in Emerging Markets: Entry and Negotiation Strategies**. Londres: Sage, 2002.

CINE CALEIDOSCÓPIO. Atualidades do cinema brasileiro e internacional. Disponível em: <www.cinecaleidoscopio.com.br/>. Acesso em 20 jan. 2012.

CINEMA DO BRASIL. O programa Cinema do Brasil visa promover o cinema brasileiro no mercado externo e desenvolver condições favoráveis para a atuação das empresas nacionais no exterior. Disponível em: <<http://www.cinemado brasil.org.br>>. Acesso em 20 jan. 2012.

COSTA, M. Cinema Novo. **Revista Exame**, 2000. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/revista-exame/edicoes/0711/noticias/cinema-novo-m0048057>> Acesso em: 28 abr. 2013.

DAL-SOTO, F. ; BULÉ, A. Análise do processo de internacionalização da Escola de Uppsala: caminhos para as empresas brasileiras. In: **VII Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas - EGEPE**, 2012, Florianópolis. VII EGEPE - Internacionalização e Sustentabilidade, 2012.

DIMAGGIO, P. J. Review Essay: On Pierre Bourdieu. **American Journal of Sociology**, v. 84, n. 6. p. 1460-1474, 1979.

DIMAGGIO, P. J.; POWELL, W. The Structure of organizational fields: an analytical approach and policy implications. **SUNY – Albany Conference on Organizational Theory and Public Policy**, abr., 1982.

DIMAGGIO, P. J.; POWELL, W. The iron cage revisited" institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. **American Sociological Review**, n. 48, p. 147-160, 1983.

EISENHARDT, K.; BROWN, S. Environmental Embeddness and The Constancy of Corporate Strategy. In: BAUM, J.; DUTTON, J. (eds). **Advanced in Strategic Management**, London: JAI Press Inc, 1996.

EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY. Dados referente ao cinema no continente europeu. Disponível em: < <http://www.obs.coe.int>>. Acesso em 20 jan. 2012.

FIME B. Portal sobre o cinema brasileiro e internacional. Disponível em: <<http://www.filmeb.com.br/>>. Acesso em 22 jan. 2012.

FLICHY, P. **Las multinacionales del audiovisual. Por un análisis económico de los media**. Barcelona: Gili, 1982.

FLIGSTEIN N. **The Architecture of Markets: An Economic Sociology of Capitalist Societies**. Princeton University Press, 2001

FLIGSTEIN, N.; MCADAM D. Toward a General Theory of Strategic Action Fields. **Sociological Theory**, n. 29, p. 1-26, 2011.

GARRIDO, Ivan Lapuente. **A Relação Entre Orientação para Mercado Externo, Estratégia de Internacionalização e Performance Exportadora**. Porto Alegre: UFRGS, 2007. Tese de Doutorado em Administração, Programa de Pós-Graduação em Administração. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2007.

GARRIDO, I.; LARENTIS, F.; ROSSI, C. Orientação para o mercado externo, estratégias de entrada em mercados internacionais e performance internacional: Preposições para um modelo conceitual. **BASE - Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos**, v. 2, n. 3, Jan./Abr. p. 63-73, 2006.

GOMES, P. **Cinema: trajetória no subdesenvolvimento**. Rio de Janeiro: Paz e Terra/Embrafilme, 1980.

GUARIDO FILHO, Edson Ronaldo. **A construção da Teoria Institucional nos Estudos Organizacionais no Brasi: O período 1993-2007**. Curitiba: UFPR, 2008. Tese de Doutorado em Administração, Programa de Pós-Graduação em Administração. Universidade Federal do Paraná, 2008.

GATTI, A. **A distribuição comercial cinematográfica**. São Paulo: Centro Cultural São Paulo, 2008.

GRANOVETTER, Mark. Ação Econômica e Estrutura Social. **RAE**, São Paulo, v.6, n.1, jan./jun. 2007.

HILAL, A.; HEMAIS, C. A. O Processo de Internacionalização na Ótica da Escola Nórdica: Evidências Empíricas em Empresas Brasileiras. **RAC**, v. 7, n. 1, Jan./Mar. p. 109-124, 2003.

Produção cinematográfica. In **INFOPÉDIA** [Em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2013. Disponível em 30 de Março de 2013. Disponível na: <URL: [http://www.infopedia.pt/\\$producao-cinematografica](http://www.infopedia.pt/$producao-cinematografica)>.

JOHANSON, J.; VAHLNE, J. E. The internationalization process of the firm: a model of knowledge development and increasing foreign market commitment. **Journal of International Business Studies**, v. 8, n. 1. p. 23-32, 1977.

JOHANSON, J.; WIEDERSHEIM-PAUL, F. The internationalization process of the firms: four Swedish case studies. **Journal of Management Studies**, p. 305-322, 1975.

JORGE, Marina Soler . Industrialização cinematográfica e cinema nacional-popular no Brasil dos anos 70 e 80. **História. Questões e Debates**, Curitiba-PR, n. 38, p. 161-182, 2003.

KAMITSUJI, P. Precisamos mudar para poder crescer. **Revista Filme B**, Rio de Janeiro, p. 44-45, abr. 2012.

KEEGAN, W.; GREEN, M. **Princípios de Marketing Global**. São Paulo: Saraiva, 1999.

LEITE, B. et al. Terra Estrangeira. **Revista Filme B**, Rio de Janeiro, p. 28-31, set. 2012

LEITE, B.; MARANHÃO, T.; BUTCHER, P. Na alegria e na tristeza: Distribuidoras apostam em parcerias para lançar filmes nacionais, potencializando lucros e dividindo riscos. **Revista Filme B**, Rio de Janeiro, p. 32-36, set. 2012.

LEITÃO, G.; BUTCHER, P.. O novo papel dos festivais. **Revista Filme B**, Rio de Janeiro, p. 36-37, out. 2011.

LOCAN, Tiago Rodrigues. **Internacionalização e Performance de firmas brasileiras**. 124 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre: RS, 2010.

LOPES, Fernando Dias . Perspectivas teóricas contemporâneas nos estudos das organizações: apresentação de um modelo de análise da formação de joint ventures internacionais. **Cadernos EBAPE.BR (FGV)**, Rio de Janeiro, v. 2, 2004.

LOREZEN, Mark. Globalization of film Industry. **Creative Encounters Working Paper**, Copenhagen, fev. 2008.

MARSON, Melina Izar. **O Cinema da Retomada: Estado e Cinema no Brasil da dissolução da Embrafilme à criação da Ancine**. 198f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas: SP, 2010.

MARTIN, J. What is Field Theory? **American Journal of Sociology**. n. 109. p. 1-49, 2003.

MAVONDO, F.; NASUTION, H.; WONG, E. The Organisational Embeddedness and Capabilities Linkages: Implications for Organisational Performance. **ANZMAC – Australia New Zealand Marketing Academy Conference**, 2009.

MAYOR FILHO, Luiz Alberto de Sotto. **Processo de Internacionalização de Empresas Brasileiras de Prestação de serviços em Tecnologia de Informação**. Dissertação de Mestrado. Faculdade de Administração, Contabilidade e Economia da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. 2006.

MINISTÉRIO DA CULTURA. Informações do Ministério da Cultura do Brasil. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/>>. Acesso em 23 mar. 2012.

OLIVER, C. The Institutional Embeddedness of Economic Activity. In: BAUM, J.; DUTTON, J. (eds). **Advanced in Strategic Management**, London: JAI Press Inc, 1996.

PRODUTORES.TV. O produtores.tv.br é um portal de notícias sobre audiovisual e do Pólo Cinematográfico de Paulínia. Disponível em: <produtores.tv.br>. Acesso em 03 abr. 2012.

QUINTANEIRO, T. Cinema e guerra: estratégias e objetivos da política estadunidense no Brasil. **Comunicação & Política, Rio de Janeiro**, v. 23, n.2, p. 41-69, 2005

RAMOS, Fernão. **Historia do Cinema Brasileiro**. Art Editora. 1990

REVISTA ISTOÉ. Revista de política e assuntos diversos. Disponível em: <<http://www.istoe.com.br/>>. Acesso em 24 jan. 2012.

RODRIGUES, C. **O cinema e a produção**. 3 ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2007.

SCHVARZMAN, S. O Rádio e o Cinema no Brasil nos anos 1930 . Trabalho submetido ao Núcleo de Pesquisa em Comunicação Audiovisual, prof. Alexandre Figueiroa no **XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Brasília, setembro de 2006.

SCREENVILLE. Blog pessoal, em francês e inglês, sobre a crítica de cinema, a teoria, os filmes e os realizadores. Disponível em: <screenville.blogspot.com>. Acesso em 07 abr. 2012.

SIMIS, A. **Estado e Cinema no Brasil**. 2. ed. São Paulo: Annablume, 2008.

SOUZA, A. Temporada de Caça. **Revista Filme B**, Rio de Janeiro, p. 10-15, set. 2012.

SOUZA, J. Cinema: Trajetório no Subdesenvolvimento, de Paulo Emílio Salles Gomes: Profícua interlocução ideológica com ISEB e PCB. **Revista de História e Estudos Culturais**. Goiás, v. 6, n. 4. p. 1-13, out./dez. 2009.

TERRA. Portal de variedades. Disponível em: <<http://www.terra.com.br> >. Acesso em 18 mar. 2012.

VERISSIMO, F. O caminho das coproduções. **Revista Filme B**, Rio de Janeiro, p. 10-18, set. 2008.

VERISSIMO, F. et al. Ação: Profissionais do cinema analisam a atual fase da produção no Brasil, que vive um momento de grande transformação. **Revista Filme B**, Rio de Janeiro, p. 10-18, set. 2010.

XAVIER, I. **O cinema brasileiro moderno**. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

YIN, R. K. The Case Study Crisis: Some Answers. **Administrative Science Quartely**. v. 26, p. 58-65, mar. 1981.

WACQUANT. L. Esclarecer o *Habitus*. **Educação & Linguagem**. São Paulo, v. 10, n. 16, p. 63-71, jul./dez. 2007.

WELCH, L. S.; LOUSTARINEN, R. Internationalization: evolution of a concept. **Journal of General Management**, v. 14, n. 2, Winter, 1988.

WORLDWIDE BOX OFFICE. Portal sobre o cinema internacional e norte-americano.
Disponível em: <www.worldwideboxoffice.com>. Acesso em 28 dez. 2011.

**ANEXO A – FILMES BRASILEIROS EXIBIDOS NA EUROPA PARA PÚBLICO
MAIOR DE 10 MIL PESSOAS DESDE 1996.**

Filme	Produção	Ano	Diretores	Expectadores EUR ³³ (Desde 1996)
À Deriva	BR	2009	Heitor Dhalia	16.115
Abril Despedaçado	BR / FR / CH	2001	Walter Salles	117.146
Arte de Roubar	PT / BR	2008	Leonel Vieira	30.564
Terra Vermelha	IT / BR	2008	Marco Bechis	142.469
Ensaio Sobre a Cegueira	CA / BR / JP	2008	Fernando Meirelles	507.332
Bossa Nova	BR / US	2000	Bruno Barreto	32.781
Brasileirinho	CH / FI / BR	2005	Mika Kaurismäki	25.361
Cafe dos Maestros	US / BR / GB / AR	2008	Miguel Kohan	14.317
Carandiru	BR / AR	2003	Hector Babenco	75.073
Carmo (PT)	ES / BR	2008	Murilo Pasta	36.436
Central do Brasil	BR / FR	1998	Walter Salles	2.207.347
Cidade Baixa	BR	2005	Sérgio Machado	10.268
Cidade de Deus	BR / FR / US	2002	Fernando Meirelles / Kátia Lund	1.768.828
Cidade dos homens	BR	2007	Paulo Morelli	97.109
Dot.com	PT / ES / IE / GB / BR	2007	Luís Galvão Teles	32.344
O Banheiro do Papa	UY / BR / FR	2007	César Charlone	145.982
El lugar donde estuvo el paraíso (ES)	ES / AR / BR	2001	Gerardo Herrero	76.071
Estômago	BR / IT	2007	Marcos Jorge	95.946
Eu, Tu, Eles	BR / US	2000	Andrucha Waddington	176.100
Familia Rodante	AR / BR / FR / DE / ES / GB	2004	Pablo Trapero	58.481
Jamais sans toi (FR)	BR	2009	Aluisio Abranches	14.432
La Dignidad de los nadies (ES)	AR / BR / CH	2005	Fernando E. Solanas	23.535
Leonera	AR / KR / BR	2008	Pablo Trapero	64.389
Linha de Passe	BR	2008	Walter Salles / Daniela Thomas	215.526
Lope	ES / BR	2010	Andrucha Waddington	601.750
Madame Satã	BR / FR	2002	Karim Ainouz	41.356
Moro no Brasil	FI / DE / BR	2002	Mika Kaurismäki	85.789
O Ano em Que Meus Pais Saíram de Férias	BR	2006	Cao Hamburger	95.676
O invasor	BR	2001	Beto Brant	16.284
O judeu	PT / BR	1996	Jom Tob Azulay	17.500
O mistério da estrada de sintra	BR / PT	2007	Jorge Paixão da Costa	29.377
O primeiro dia	BR / FR	1998	Walter Salles / Daniela Thomas	26.453
O Quatrilho	BR	1995	Fábio Barreto	11.959
O que é isso, companheiro?	BR	1997	Bruno Barreto	25.495
O Rio do Ouro	PT / FR / BR	1998	Paulo Rocha	48.164
O Testamento do Senhor Napumoceno	PT / FR / BE / CV / BR	1997	Francisco Manso	13.560
Orfeu	BR	1999	Carlos Diegues	25.066
Palavra e Utopia	PT / FR / BR / ES	2000	Manoel de Oliveira	44.876
Pequeno Dicionário Amoroso	BR	1997	Sandra Werneck	28.799
Post Mortem (ES)	CL / MX / BR	2010	Pablo Larrain	37.042
Proibido Proibir	BR / CL / ES	2007	Jorge Durán	14.286
Rio Sex Comedy (XX)	FR / BR	2010	Jonathan Nossiter	17.931

Rosa Morena	DK / BR	2010	Carlos Augusto de Oliveira	73.739
Saudade do Futuro	BR / FR / BE	2000	César Paes	17.582
Tieta do agreste	BR / GB	1996	Carlos Diegues	118.998
Tony Manero (ES)	CL / BR	2008	Pablo Larrain	51.581
Tropa de Elite	BR	2007	José Padilha	279.070
Tropa de Elite 2 - O Inimigo Agora é Outro	BR	2010	José Padilha	72.256
Última Parada 174	BR	2008	Bruno Barreto	16.013
Um Copo de Cólera	BR	1999	Aluisio Abranches	36.838
Um tiro no escuro	PT / BR	2005	Leonel Vieira	28.571
Viúva Rica Solteira Não Fica	PT / BR	2006	José Fonseca e Costa	13.414
Lixo Extraordinário	GB / BR	2010	Lucy Walker	35.744

Fonte: Observatório Europeu do Audiovisual (2012)

ANEXO B – EXIBIÇÃO POR PAÍS DOS FILMES ANALISADOS.

N	FILMES	ANO	ALE	AUS	BEL	CHI	CRO	DIN	ESQ	ESV	ESP	EST	FIN	FRA	HOL	HUN
1	À Deriva (PT)	2009												15.739		
2	Abril despedaçado (PT)	2001	15.242		5.839			1.078						29.858	1.034	
3	Arte de Roubar (EN)	2008									1.203					
4	BirdWatchers - La terra degli	2008	26.693	3.122	1.457									16.640	6.811	
5	Blindness (EN)	2008	40.638	5.860	20.308		2.020	780	1.446		99.116		4.227	51.035	16.369	4.991
6	Bossa Nova (PT)	2000	2.941								26			4.430		
7	Brasileirinho (PT)	2005			1.392					1.226	3.093		981	14.521		
8	Café de los maestros (ES)	2008												12.547	1.640	
9	Carandiru (PT)	2003			1.979			2.737	87		5.565			6.501		2.931
10	Carmo (PT)	2008									36.436					
11	Central do Brasil (PT)	1998	292.902		62.576	193		21.341	598	1.665	176.924		10.802	868.379	54.195	7.178
12	Cidade Baixa (PT)	2005			5.331						1.429				912	
13	Cidade De Deus (PT)	2002	449.709		18.270			15.231	6.631	12	220.859		8 613	149.250	26.053	9 452
14	Cidade dos homens (PT)	2007			6.446									73.904	1.732	
15	Dot.com (PT)	2007	235	48							193					
16	El Baño del Papa (ES)	2007			4.635						13.690			82.657	6.301	2.294
17	El lugar donde estuvo el	2001									76.071					
18	Estômago - Uma História	2007			4.448						36.167			13.293	34.132	
19	Eu, Tu, Eles (PT)	2000	17.774		4.571									77.609	3.385	
20	Familia rodante (ES)	2004			3.291						19.424			22.512	6.725	
21	Jamais sans toi (FR)	2009												12.524	1.908	
22	La Dignidad de los nadies (ES)	2005									1.378			13.615		
23	Leonera (ES)	2008			3.116						10.067			42.202	3.540	
24	Linha De Passe (PT)	2008			67.167									31.940	4.141	
25	Lope (ES)	2010									601.166	312				
26	Madame Satã (PT)	2002									15.968			17.664	1.324	1.279
27	Moro no Brasil (PT)	2002	35.143	5.831	1.778								3.000	25.429		

N	FILME	ISL	ITA	LET	LIT	NOR	POL	POR	R. UN.	RTH	ROM	RU	SUE	SUI	TUR	Total	Abrangênc
1	À Deriva (PT)								376							16.115	7,14%
2	Abril despedaçado (PT)		2.227			858	4.389		28.097		1.404			27.120		117.146	39,29%
3	Arte de Roubar (EN)							29.361								30.564	7,14%
4	BirdWatchers - La terra degli		69.136			2.908		888	2.920				1.495	10.399		142.469	39,29%
5	Blindness (EN)			945			31.826	173.518	18.119		1.347	3.706		11.558	19.523	507.332	67,86%
6	Bossa Nova (PT)		19.355											6.029		32.781	17,86%
7	Brasileirinho (PT)						1 118		19	1.569	32			2.528		25.361	35,71%
8	Cafe de los maestros (ES)						6 653							130		14.317	14,29%
9	Carandiru (PT)					2.538		22.738	23.380	4.784					1.833	75.073	39,29%
10	Carmo (PT)															36.436	3,57%
11	Central do Brasil (PT)		246.950			73.950	18.036		154.039	8.609			27.529	181.481		2.207.347	64,29%
12	Cidade Baixa (PT)		2.596						21 729							10.268	17,86%
13	Cidade De Deus (PT)	2 747	57.152		3.558	69.627	98.234	3	496.829	24.907	2.662		65.797	42.998	21.046	1.768.828	78,57%
14	Cidade dos homens (PT)							5.695	9.332							97.109	17,86%
15	Dot.com (PT)		253				614	28.146			2.855					32.344	25,00%
16	El Baño del Papa (ES)								23.465					12.940		145.982	25,00%
17	El lugar donde estuvo el															76.071	3,57%
18	Estômago - Uma História							7.906								95.946	17,86%
19	Eu, Tu, Eles (PT)								31.968				4.638	36.155		176.100	25,00%
20	Familia rodante (ES)								6.529							58.481	17,86%
21	Jamais sans toi (FR)															14.432	7,14%
22	La Dignidad de los nadies		5.498											3.044		23.535	14,29%
23	Leonera (ES)						3.819		1.645							64.389	21,43%
24	Linha De Passe (PT)							107.763	4.515							215.526	17,86%
25	Lope (ES)				272											601.750	10,71%
26	Madame Satã (PT)						4.011	1.110								41.356	21,43%
27	Moro no Brasil (PT)		6.584						1.478					6.546		85.789	28,57%

N	FILMES	ANO	ALE	AUS	BEL	CHI	CRO	DIN	ESQ	ESV	ESP	EST	FIN	FRA	HOL	HUN
28	O Ano em Que Meus	2006			8.337						18.282				3.990	
29	O invasor (PT)	2001									2.891			11.313		
30	O judeu (PT)	1996														
31	O mistério da estrada de	2007														
32	O primeiro dia (PT)	1998			896						5.187			2.863	10.581	
33	O quatrilho (PT)	1995			233						11.567					
34	O que é isso,	1997			1.569			1.874			18.177		665	2.004	224	
35	O Rio do Ouro (PT)	1998			275						585			29.312		
36	O Testamento do Senhor	1997														
37	Orfeu (PT)	1999			17.795									7.245		
38	Palavra e utopia (PT)	2000									4.507			12.975		
39	Pequeno Dicionário	1997	19.294													
40	Post Mortem (ES)	2010												30.259	2.234	286
41	Proibido Proibir (PT)	2007												14.156		
42	Rio Sex Comedy (XX)	2010												17.931		
43	Rosa Morena (XX)	2010						73.739								
44	Saudade do Futuro (PT)	2000												16.073		
45	Tieta do agreste (PT)	1996	24.891								27.948			36.705		
46	Tony Manero (ES)	2008												15.241		
47	Tropa de elite (PT)	2007	9.616	994	6.536			6.830		1.358	83.862	400		10.514	10.515	
48	Tropa de Elite 2 - O	2010					350			522					3.581	
49	Última Parada 174 (PT)	2008												2.850	1.409	
50	Um Copo de Cólera (PT)	1999														
51	Um tiro no escuro (PT)	2005														
52	Viúva Rica Solteira Não	2006														
53	Waste Land (EN)	2010	3.660					1.763						25.136		
	% Filmes Exibidos (Por		24,53%	9,43%	43,40%	1,89%	3,77%	16,98%	7,55%	9,43%	50,94%	3,77%	11,32%	67,92%	43,40%	13,21%

N	FILME	ISL	ITA	LET	LIT	NOR	POL	POR	R. UN.	RTH	ROM	RU	SUE	SUI	TUR	Total	Abrangênc
28	O Ano em Que Meus Pais		54.494			538								4.486	5.549	95.676	7
29	O invasor (PT)								2.080							16.284	3
30	O judeu (PT)							17.500								17.500	1
31	O mistério da estrada de sintra							29.377								29.377	1
32	O primeiro dia (PT)		6.015						911							26.453	6
33	O quatrilha (PT)		159													11.959	3
34	O que é isso, companheiro?		86											896		25.495	8
35	O Rio do Ouro (PT)					3.005		14.500						487		48.164	6
36	O Testamento do Senhor							13.560								13.560	1
37	Orfeu (PT)					26										25.066	3
38	Palavra e utopia (PT)		3.873					23.521								44.876	4
39	Pequeno Dicionário Amoroso													9.505		28.799	2
40	Post Mortem (ES)		2.611					503	528	621						37.042	7
41	Proibido Proibir (PT)					130										14.286	2
42	Rio Sex Comedy (XX)															17.931	1
43	Rosa Morena (XX)															73.739	1
44	Saudade do Futuro (PT)													1.509		17.582	2
45	Tieta do agreste (PT)		29.454													118.998	4
46	Tony Manero (ES)		28.772					1.547	6.021							51.581	4
47	Tropa de elite (PT)		26.717			8.025	11.712	57.703	24.972				17.999		1.317	279.070	16
48	Tropa de Elite 2 - O Inimigo						10.132	52.119	2.328				3.224			72.256	7
49	Última Parada 174 (PT)					2.499		9.255								16.013	4
50	Um Copo de Cólera (PT)		36.838													36.838	1
51	Um tiro no escuro (PT)							28.571								28.571	1
52	Viúva Rica Solteira Não Fica							13.414								13.414	1
53	Waste Land (EN)							1.474	3.711							35.744	5
	% Filme	1,89	35,85%	1,89	3,77%	20,75	20,75%	43,40%	43,40%	9,43%	9,43%	1,89	11,32	32,08%	9,43%	7.909.121	

ANEXO C – CINEMA BRASILEIRO E SEUS DIÁLOGOS INTERNACIONAIS

Programa Starte

Canal: Globonews

Ocorre um trabalho dos diretores para fazer um cinema poliglota, internacional e multicultural. Cheios de idiomas, sotaques e particularidades, essas formas de produção não são novas, mas tem se multiplicado. Há uma década, por exemplo, aconteciam 5 coproduções por ano, hoje são 20. E não é só isso, nossos diretores, atores, técnicos, profissionais em geral, estão trabalhando cada vez mais no mercado internacional. Ou trazendo o mercado internacional para trabalhar aqui conosco. Formatos de produção diferentes a parte, uma coisa é certa, o cinema brasileiro nunca esteve tão globalizado ou nunca usou tanto passaporte.

Imagens dos Filmes:

- Corações Sujos (Dir. Vicente Amorim e Distribuição; Downtown Filmes).
- Flores Raras (Dir. Bruno Barreto / Imagens Filmes)

A atriz Gloria Pires contracena com a atriz australiana Miranda Otto e fala inglês quase o tempo todo. Isso por que o filme Flores Raras conta a história de Elisabeth Bishop uma das mais famosas poetisas americanas do século XX, durante os anos 50 e 60 casou-se com a arquiteta brasileira Lota Macedo Soares (Gloria Pires). A produção é integralmente nacional falando 90% do tempo inglês e estreia prevista em 2013. Foi rodada no Rio de Janeiro, Nova York e Veneza.

Entrevista com Bruno Barreto (Diretor de Flores Raras)
--

- Entrevistador: *Essa necessidade original da história insere o filme no circuito internacional de outra maneira por conta do idioma?*

(Tempo do Programa: 2min20)

- Bruno: Quando um filme é falado em inglês ou na sua maioria em inglês, não garante a penetração do filme no mercado externo, mas ajuda. Claro que o que garante, ajuda ou realmente determina se o filme vai funcionar no mercado externo ou não é a história, a qualidade do filme, a interpretação e a direção. Mas o fato de ser falado em inglês já ajuda bastante, mas acho que esta havendo uma internacionalização não só do Brasil, mas do cinema que se faz no Brasil. Eu acho que isso, esses dois movimentos caminham de mãos dadas. O Brasil hoje é muito mais ligado no mundo do que há 10 ou 20 anos atrás. E seu filme, por conseguinte também o é.

- Entrevistador: *Isso fica mais evidente pra quem esta na platéia assistindo por conta de um elenco vamos se dizer multicultural que fale várias línguas, mas a gente pode pensar também num modo de produção?*

(Tempo do Programa: 03min26)

- Bruno: Olha o modo de produção, ele continua o mesmo que é o modo brasileiro de produção que é um modo muito eficiente, muito profissional, mas a diferença é o entusiasmo. Esse entusiasmo brasileiro, eu que já trabalhei na Europa, trabalhei nos EUA e vivi lá quase 20 anos, não existe. Eu acho que nós temos o profissionalismo e a competência que se tem nos EUA, mas fazer cinema aqui é muito melhor por que se tem o

entusiasmo. Apesar do cinema brasileiro ter se profissionalizado, ainda é um trabalho de amor. Isso faz uma grande diferença, e todo mundo coloca 300% no que está fazendo.

- Entrevistador: *Em termos de coprodução é em que aspecto você acha que uma coprodução é vantajosa para a produção de um filme?*

(Tempo do Programa: 04min14)

- Bruno: A coprodução é muito vantajosa por que ela agrega um interesse estrangeiro - americano, inglês, francês, canadense, em fim italiano - depende com qual país você está co-produzindo para colocar o seu filme no mercado externo. No caso de Flores Raras, o filme não é uma coprodução, ele tem uma garantia de distribuição externa pela Goldcrest que foi a companhia que fez Gandhi, que fez Carruagens de Fogo, que já tem um nome no mercado. Isso já ajuda muito também. Então ele sai com uma distribuição já garantida fora do Brasil, no Brasil é a Imagem Filme junto com a Globo Filmes e a Telecine que vão distribuir. E lá fora é a Goldcrest.

(Tempo do Programa: 05min14)

Com um elenco estelar o filme 360 conta com Anthony Hopkins, Jude Law, Rachel Weisz, Ben Foster e os brasileiros Maria Flor e Juliano Cazarré o também brasileiro diretor Fernando Meirelles. Aqui o formato de produção é outro, Fernando Meirelles e os atores brasileiros foram convidados da produção americana. Mais um filme globalizado, que também foi rodado em diferentes locações. Áustria, França, Inglaterra, Eslováquia, EUA fazem parte deste mapa. O gênero é romance, mas a história faz parte do que se chama de filmes mosaico, em que várias tramas são costuradas simultaneamente à medida que a narrativa avança. Fernando Meirelles que já tem uma carreira internacional consolidada, conversou conosco sobre as características e particularidades de se trabalhar em sets multiculturais.

Entrevista com Fernando Meirelles (Diretor de 360)
--

- Entrevistador: *Fernando você é um dos diretores e cineastas brasileiros que mais tem se envolvido com produções internacionais. São produções que tem muitos sotaques, cosmopolitas e políglotas que seu último filme 360 é um exemplo disso, 7-8 línguas faladas em um set. Você acha que isso é uma tendência do cinema brasileiro? Essa não sei, se globalização ou essa convivência com muitas culturas ao mesmo tempo para contar uma história*

(Tempo do Programa: 06min38)

- Fernando: Eu acho que isso na verdade é uma tendência no mundo inteiro. Atualmente é muito difícil, especialmente cinema europeu, você vê um filme europeu que não seja 3-4 países juntos e mesmo filmes de estúdios americanos, cada vez mais a gente vê como esses filmes viajam. Você pega Blockbusters aí, filmes da Warner e tal, a história se passa em muitos países, eu acho que o mundo ficou pequeno. Tem mais filmes relacionais hoje em dia.

- Entrevistador: *É e você tá falando de um ponto de vista bem internacional mesmo, por que você tem trabalhado muito lá fora. Agora isso é você acha que é por causa de uma*

tendência do mundo contemporâneo ou tem aí um modo de produção que interfere nesse perfil de cinema

(Tempo do Programa: 07min30)

- Fernando: No caso de cinema, principalmente cinema independente, tem uma vantagem muito grande de você fazer coproduções, por que quando você faz um filme só no seu território, você tem que financiar seu filme inteiro e depois quando você está com o filme pronto você vai lançar só no seu território. O filme 360, por exemplo, que é um filme brasileiro, inglês, francês e austríaco, cada país desses entrou com 1/3 ou 1/5 da verba do filme, cada um pinga um pouquinho e se junta o bolo e se consegue financiamento para o filme. É mais fácil você arrumar 3 milhões do que 15 milhões. Além do que quando o filme for ser lançado, ele como é um filme inglês vai ter um lançamento sólido na Inglaterra, sólido na França na Áustria, no Brasil. Então na gênese nasce com uma distribuição internacional. É mais fácil para ser financiado, mais fácil para ser distribuído, você se multiplica cria uma sinergia. Juntando vários parceiros, com várias culturas e várias maneiras de divulgar e de vender filme.

- Entrevistador: *Como você vê a nossa qualidade dentro desse conjunto?*

(Tempo do Programa: 08min38)

- Fernando: Minha experiência trabalhando em todos últimos filmes que eu fiz fora do Brasil, eu sempre tento trazer o máximo de brasileiros possível para o projeto. Em geral, fotógrafos, montadores. No caso de 360, elenco também. A finalização foi feita aqui no Brasil. Não muda nada, é absolutamente igual você trabalhar com uma equipe austríaca, inglesa ou brasileira. A gente já tem um nível compatível. Tem uma coisa curiosa sobre set de filmagem, que a linguagem do set, a maneira de se trabalhar e de se fazer um filme, o ritual (atenção, câmera, mais luz, não sei o que mais, que se faz um filme) é muito parecido no mundo inteiro. Muda de país, conhece uma equipe num dia, no dia seguinte está no set para começar a diária e você não perde um minuto para se adaptar a cultura. A cultura da maneira de se fazer cinema é realmente internacional.

- Entrevistador: *Como é que você se sente visto? Como é que você acha que isso mudou ao longo dos anos, você é um diretor talentoso latino-americano ou sim você é um diretor talentoso latino-americano e isso é como ser igual a ser um artista talentoso de qualquer outro país?*

(Tempo do Programa: 08min38)

- Fernando: Eu sinto que eu não sou visto como um diretor brasileiro ou um diretor latino-americano. Eu recebo muito convite, roteiro para direção e muita história no centro-oeste americano, uma história totalmente americana sobre a cultura deles e tal. E o roteiro vem para mim com convite para dirigir. Eu acho que sou visto como um diretor internacional independente da nacionalidade. Que nem pega David Cronenberg, quando alguém tem uma história e acha que o David Cronenberg saberia dirigir, ninguém pensa tipo eu preciso de um canadense para fazer essa história. É um trabalho do Cronenberg que tem haver com esse roteiro. Eu acho que quando me chamam, ninguém pensa “Ahh por que um brasileiro vai ter uma visão sul-americana”, vai ter uma visão para esse filme.. não não... Olham os meus filmes, [e pensam] esse cara dirige de um jeito que combina com essa história.

Imagens de Corações Sujos

Direção Vicente Amorim

Distribuição: Downtwon Filmes.

O filme *Corações Sujos*, que estreou semana passada e fala sobre intolerância, racismo, fundamentalismo e amor foi baseado no Best Seller de Fernando Moraes. Logo depois da Segunda Guerra Mundial a maior população de imigrantes japoneses fora do Japão que residiam no interior de SP sofreu forte segregação e violência pelo estado brasileiro. A história baseada em fatos reais é defendida por um elenco formado por 90% japoneses. Vicente Amorim nos falou sobre os desafios dessa complexa produção nacional.

Entrevista com Vicente Amorim (<i>Corações Sujos</i>)

- Entrevistador: *Nós convidamos o cineasta Vicente Amorim para conversar sobre os novos diálogos do cinema brasileiro, porque o Vicente tá lançando o novo filme Corações Sujos que 90%, mais ou menos, é falado em japonês. Eu queria que você falasse pra gente dessa experiência de na hora de escolher uma história, e você é um cineasta brasileiro, você dizer assim "Nossa, vou ter que trazer tudo do Japão".*

(Tempo do Programa: 12min06)

- Vicente: Bom tem o primeiro aspecto conceitual, por que contar esta história e como contá-la. É fundamental que ela fosse, o diálogo dentro da comunidade japonesa fosse em japonesa. Se eu fizesse o truque do cinema americano de fazer eles falando português com sotaque e ou coisa parecida, ia ficar ridículo. Primeiro por que isso normalmente não soa bem. Depois ia ficar especialmente ridículo, pois a história somente aconteceu, pois eles não falavam português. Portanto, a informação não chegava à eles. Conversando com as lideranças da comunidade japonesa no Brasil, da comunidade *Nissei* no Brasil, eu tateando, quase pedindo licença para fazer o filme, foi dito logo no começo da pesquisa, uma coisa que foi fundamental. Só um *Gaijin*, um estrangeiro, poderia contar essa história. Por que só ele teria a isenção de mostrar os dois lados de forma razoavelmente equilibrada, sem fazer disso um filme maniqueísta.

- Entrevistador: *Pra ter um set como o seu, um set brasileiro e japoneses, tem que ter diálogo. Como um diretor brasileiro se faz entender em relação a emoção, em relação a tudo.*

(Tempo do Programa: 13min32)

- Vicente: Tem que ter diálogo. Olha, isso era uma das minhas maiores preocupações antes de eu começar a preparação do filme propriamente dita. Quando eu ainda estava na conceituação, no roteiro e tal, várias vezes eu me pegava pensando "Caramba, que maluquice é essa fazer esse filme em japonês". Eu tinha feito um filme inglês há pouquíssimo tempo que era "Um Homem Bom". O inglês para mim é uma língua tão... eu falo inglês praticamente tão bem quanto eu falo português, não havia uma dificuldade adicional. Para mim me inteirar das cenas dos atores japoneses, de quem estaria a minha disposição, eu pedi para o meu produtor de elenco no Japão, me mandar os filmes japoneses contemporâneos mais relevantes. Alguns deles como "A Partida" são filmes que chegam no ocidente, passaram aqui no Brasil e tem até uma atriz do filme "A Partida" no filme, mas a maioria não. Então a maioria não tem se quer legenda em língua nenhuma. Só tinha legenda em, sei lá espanhol, inglês ou turco, não não tinha legenda nenhuma. Isso, sei que soa como platitudes, mas você vendo um filme em japonês mesmo sem legenda, você se da conta existe uma linguagem universal no cinema. Você é capaz de apreciar um filme e de avaliar a performance do ator mesmo sem entender seus diálogos... evidente que você

esta perdendo alguma coisa... ta perdendo bastante coisa, mas é possível. A partir daí como eu não tinha, tinha uma produção brasileira, não tinha grana para passar dois ou três meses no Japão fazendo os testes, a gente fez os testes por skype. Com ajuda...Virava o computador a câmera para o "setzinho" montado, o produtor do elenco falava inglês e naturalmente traduzia para mim e a gente fez os testes por skype e conversamos conceitualmente com os atores sobre o skype e eu trouxe eles para o Brasil. Todos eles, quase um mês antes da gente começar a filmar e a gente ensaiou o filme todo, não só do ponto de vista conceitual, de falar sobre o ar com os personagens, da curva dramática etc. e tal, como a gente ensaiou fisicamente cada uma das cenas.

- Entrevistador: *Vicente, depois do seu primeiro filme "O caminho das nuvens", seu primeiro longa metragem de ficção, você me contou que foi convidado para dirigir diversas produções internacionais e você acabou aceitando uma delas, "O Homem Bom", é isso você acha que aconteceu com você, já é um sinal de uma internacionalização do cinema brasileiro*

(Tempo do Programa: 16min18)

- Vicente: Eu acho que a qualidade dos filmes é o que tá proporcionando essa internacionalização. Eu acho que hoje a gente ainda tateia é nas coproduções. Eu acho que no Brasil, tem a questão da língua, português é uma língua que é falada no Brasil, Portugal, alguns países africanos e acabou. É mas mesmo assim, eu acho que a gente ainda tem um caminho maior, um caminho grande à percorrer nas coproduções. Eu acho que a gente tá exportando os nossos talentos, enquanto que a gente deve exportar mesmo são filmes inteiros e esses filmes não devem ser apenas exportados, eles devem ser feitos em conjunção com outras cinematografias e com outros produtores. Eu acho que essa troca, pode ainda crescer e aumentar e todo mundo tem muito a ganhar.

Deserto do Atacama, Chile. Aqui foi filmado o mais novo longa-metragem do diretor Jorge Duran. Um romance policial. A história de um aspirante a escritor envolvido em um assassinato marca a volta de Duran depois de 40 anos ao set em sua terra natal. Diferentemente dos formatos anteriores, este filme ajuda a engrossar o caldo das complexas coproduções que mais se parecem com empresas geridas por sócios internacionais. Nós estivemos num set deste thriller durante as filmagens no Rio para falar sobre os desafios dessas parcerias.

Entrevista com Jorge Duran

- Entrevistador: *Como é que foi o processo de coprodução. tudo bem que partiu da paisagem, partiu da sua identidade, chilena, mas como é que foi colocar em prática, como é essa coprodução.*

(Tempo do Programa: 17min58)

- Jorge: Olha só, não é fácil fazer coproduções. Eu já fiz muito e tento e vou te dizer gastei muito do meu dinheiro que ganhei escrevendo, viajando ainda mais com coproduções, ora conseguia dinheiro, Uma vez quase fiz filme, uma coprodução Alemanha, Chile e Brasil. Ai consegui dinheiro no Brasil, na Alemanha mas não consegui no Chile. Então várias vezes tive a ponto de fazer coproduções. A primeira vez foi quando ganhei um premio o *Cineconstrucción* do Festival de San Sebastian pro filme "Prohibido Prohibir" e fizemos uma coprodução pois era algo obrigatório fazer uma coprodução para receber o prêmio.

Então foi relativamente simples. Essa aqui já não, essa já deu mais trabalho que na verdade os acordos de coprodução tem que ser respeitados, tem que encontrar um parceiro confiável neste caso também para mim era um parceiro que você tenha afinidade com ele. A idéia é muito clara para eles e muito clara para nós também aqui no Brasil. Então não diria que ninguém tinha reparo... "Ahh mas não tinha que ficar aqui, por que não vai filmar em outro lugar". É verdade que eu poderia ter feito o filme em qualquer lugar que se fala espanhol, de fala hispânica, mais aquele lugar eu conhecia. Então ele vendo lá, vê que não é um mero decorá-lo para você fazer seu filminho, tem haver com o assunto. Acho que o segredo de coproduções, vamos dizer de filmes que tenha interesse de refletir sobre suas realidades, sobre o mundo, sobre as pessoas, sobre o sentimento requer texto que o seu parceiro, ao procurar, tente incorporá-lo.

- Entrevistador: *O filme ele foi rodado 90% lá e 10% aqui, agora além da locação, existe uma coprodução na equipe técnica.*

(Tempo do Programa: 20min17)

- Jorge: Ahh isso é obrigatório, neh. As coproduções que fazem um regulamento bastante digamos não é tão rígido, mas exige compromissos. Que tenha uma porcentagem da equipe de cada país, uma porcentagem mínima de recursos e também uma porcentagem de filmagens. Enfim é um processo que requer bastante cuidado, tem que ser muito cuidadoso para respeitar os acordos, para que a parceria dê certo e legal também. Por que não é assim ser legalizado no Ministério da Cultura, no Ministério das Relações Exteriores, visto de trabalho para as pessoas que vão trabalhar, impostos que você tem que pagar e isso é um caso no Brasil é uma dificuldade. Por que os impostos não tem haver com a realidade, você vai ter que filmar e naturalmente tem que levar recursos assim, como as vezes, você tem que trazer recursos e os recursos que saem daqui para lá são taxados da mesma maneira que você fosse fazer turismo.

- Entrevistador: *Pois é você acha que existe uma política hoje que ela favorece os acordos de coprodução.*

(Tempo do Programa: 21min27)

- Jorge: Eu diria que sim, que é algo de grande interesse no Brasil em se abrir para o mundo. De fato, um amigo nosso fez um filme lá na Itália, o Marcelo Gomes (não me lembro bem qual de nossos colegas filmou por lá), eu filmei no Chile, tem gente filmando na Argentina, tem gente que tem filmado fora do Brasil. Eu diria que é um desejo de se abrir do cinema brasileiro, não só para o interior e também se revelar para o exterior. E conhecer outros mundos por que finalmente eu diria que através dos personagens brasileiros, vão conhecer um pouquinho de quem são os chilenos.

APENDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA PARA OS COMPONENTES DA CADEIA DO CINEMA

Entrevistados: Componentes da Cadeia do Cinema (Diretor, Produtor e Distribuidor).

Critério: Produzido, negociado ou exibido algum filme nacional que também foi exibido no exterior.

1. Fale sobre a sua experiência no mercado internacional (a exibição de seus filmes no exterior).
2. Na idealização e/ou estruturação do projeto, o objetivo da exibição internacional do filme é decidida antecipadamente?
3. Caso sim, tal decisão influencia na construção do projeto (estética, história, locações etc.)?
4. Participastes anteriormente de uma coprodução? Se sim, quais são as vantagens e desvantagens deste modo de produção?
5. O filme exibido no exterior, que teve a sua participação, seguiu qual(is) estratégia(s)? Marque a(s) alternativa(s) correta(s).
 - () Negociação da obra em um festival internacional.
 - () Filial ou Parceira da produtora / distribuidora no mercado exterior.
 - () Negociação anterior a produção da obra
6. Qual o estágio de internacionalização de vossa empresa no que tange a comercialização ou distribuição do filme no exterior? Marque uma alternativa.
 - () Ausência de atividades de exportação.
 - () Exportação através de representantes independentes;
 - () Exportação através de subsidiária de vendas.
 - () Possui alguma unidade produtiva/manufatura no mercado externo.
 - () Outro: _____
7. Na sua opinião, qual das estratégias influenciou (influenciaram) ou influencia (influenciam) na exibição ou negociação de uma obra cinematográfica no exterior? Marque a(s) alternativa(s) correta(s).
 - () Participação em rede de produtoras ou distribuidoras.
 - () Acordos de cooperação cinematográfica entre países.
 - () Participação de festivais.
 - () Elenco e diretores conhecidos no mercado externo.
8. Quanto à proximidade cultural e geográfica, influencia na escolha dos mercados? Primeiro países latinos, por exemplo?
9. Existe algum país que apresenta certa legitimidade como público qualificado para o processo de internacionalização das obras cinematográficas brasileiras? Ex.: França, Inglaterra, Itália, Portugal etc.

APENDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA PARA AS UNIDADES DE GOVERNO

Entrevistados: Unidades de Governo (ANCINE, Ministério das Relações Exteriores, Ministério da Cultura e APEX).

Critério: Tenham em sua agenda de intenções, ações ou promoções do cinema.

- a) Como o cinema é tratado por vossa instituição? Qual a importância da indústria cinematográfica como setor econômico, veículo de transmissão de valores e/ou divulgação da cultura brasileira?*
- b) Como é lidado com o tema da internacionalização do cinema brasileiro quanto ao apoio do vosso órgão para a promoção e distribuição comercial das obras cinematográficas brasileiras no mercado internacional. Como o cinema é inserido na agenda de negócios do Brasil com parceiros estrangeiros?
- c) Como é monitorado a eficácia das ações em relação ao cinema na conjuntura internacional? Existe uma revisão dos acordos internacionais ou das intenções conjuntas no setor cinematográfico posterior a sua assinatura?
- d) Qual avaliação que o órgão faz sobre o desenvolvimento do cinema no cenário internacional?
- e) Como é avaliado o desempenho das coproduções? Como ocorre a escolha dos filmes que recebem auxílio para a participação nos festivais internacionais? Existem metas anuais sobre o desempenho do cinema brasileiro fora do Brasil.**
- f) Segundo o site da instituição, a ANCINE tem como suas funções ”incentivar a comercialização das obras brasileiras no mercado externo, a Agência organiza acordos bilaterais e multilaterais para coprodução e apóia a participação de filmes brasileiros em festivais internacionais. Nos últimos anos, mais de 300 produções, entre curtas, médias e longas-metragens, foram beneficiadas por esses programas e editais da Agência” (<http://cartadeservicos.ancine.gov.br/?pg=apresentacao>). No entanto, segundo informações da instituição não há registro a respeito do desempenho das obras brasileiras no exterior. De que forma são avaliadas as ações sem este acompanhamento?***

* = Exceto ANCINE.

** = Somente ANCINE e APEX.

*** = Somente ANCINE