

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO  
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ECONOMIA**

**DIEGO GONÇALVES FAVORATO**

**ECONOMIA DA CULTURA E A REGULAÇÃO DA INDÚSTRIA  
CINEMATOGRAFICA: uma abordagem comparativa entre Brasil, Argentina, Itália,  
França e EUA.**

**VITÓRIA/ES  
2019**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO  
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ECONOMIA**

**ECONOMIA DA CULTURA E A REGULAÇÃO DA INDÚSTRIA  
CINEMATOGRAFICA: uma abordagem comparativa entre Brasil, Argentina, Itália,  
França e EUA.**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Economia da Universidade Federal do Espírito Santo como requisito para obtenção do Título de Mestre em Economia.

Orientador: Prof. Dr. Alain Herscovici

**VITÓRIA**

**2019**

Ficha catalográfica disponibilizada pelo Sistema Integrado de  
Bibliotecas - SIBI/UFES e elaborada pelo autor

---

F275e Favorato, Diego Gonçalves, 1989-  
Economia da cultura e a regulação da indústria  
cinematográfica : uma abordagem comparativa entre Brasil,  
Argentina, Itália, França e EUA / Diego Gonçalves Favorato. -  
2019.  
112 f. : il.

Orientador: Alain Pierre Claude Henri Herscovici.  
Dissertação (Mestrado em Economia) - Universidade Federal  
do Espírito Santo, Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas.

1. Economia. 2. Política e Cultura. 3. Indústria  
Cinematográfica. 4. Cinema. I. Herscovici, Alain Pierre Claude  
Henri. II. Universidade Federal do Espírito Santo. Centro de  
Ciências Jurídicas e Econômicas. III. Título.

CDU: 330

---

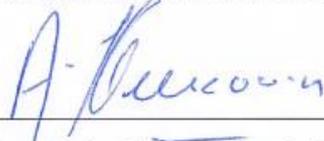
**DIEGO GONÇALVES FAVORATO**

**ECONOMIA DA CULTURA E A REGULAÇÃO DA INDÚSTRIA  
CINEMATOGRAFICA: uma abordagem comparativa entre Brasil, Argentina, Itália,  
França e EUA.**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Economia da Universidade Federal do Espírito Santo como requisito para a obtenção do título de Mestre em Economia.

Vitória, 28 de junho de 2019.

**COMISSÃO EXAMINADORA**



Prof. Dr. Alain Pierre Claude Henri Herscovici  
Universidade Federal do Espírito  
Orientador



Prof. Dr. Robson Antonio Grassi  
Universidade Federal do Espírito Santo



Prof. Dr. César Ricardo Siqueira Bolano  
Universidade Federal de Sergipe

## AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais, Marta e Jorge, e à minha irmã, Kethleen, que me apoiaram desde o início e nunca duvidaram de minhas capacidades.

Agradeço aos meus amigos de Campinas, Laércio, Jonathan, Pamela e Lígia, que, mesmo longe, estiveram sempre presentes nesta jornada.,

Agradeço aos meus familiares: tios, primos e principalmente minha avó e meus bisavós. Sinto saudades de vocês todos os dias!

Agradeço à minha namorada, Sara, pela paciência, compreensão e apoio que depositou em mim.

Aos amigos do mestrado, Ariella, Arthur, Antônio, Paixão, Larissa, Eduardo, Christian, Marcus, Janisia, Luís, Sarah e Rose: muito obrigado! Sem vocês esta jornada não seria possível. E um salve aos amigos de pós-graduação em outras instituições, Orelha, Filipe, Cris e Raquel.

Um agradecimento especial aos amigos de república: Marcus, Arthur e Larissa, vocês são especiais.

Agradeço a meus amigos Matheus, Luana e Fernanda que me apoiaram desde sempre a seguir meus sonhos.

Por fim, agradeço aos meus professores, que compartilharam parte de seus conhecimentos e, assim, pude me tornar a pessoa que sou hoje, e à Liliana, que sempre me ajudou nas questões burocráticas e sempre muito solícita nos momentos de dificuldade. Agradeço principalmente a meu orientador, professor Alain Herscovici, e à Capes, que me concedeu a bolsa para tornar este estudo possível.

## RESUMO

Esta dissertação tem como objetivo analisar a regulação mesoeconômica (ou setorial) das indústrias do cinema nos países que são expoentes no fazer cinematográfico, tanto pela quantidade produzida, quanto pela qualidade estética e formas de funcionamento da indústria, que são: EUA, França, Itália e Argentina. No intuito de buscar soluções para o crescimento da produção cinematográfica brasileira foi utilizado, primeiramente, o referencial teórico da Economia da Cultura, onde pôde-se verificar como os bens culturais passam pela autonomização, como se dá a valorização econômica, o padrão tecno-estético e as especificidades econômicas destes bens. Através do estudo sobre o surgimento das indústrias em cada país, foi verificada a existência de apoios estatais que, acompanhado de leis e políticas públicas, por meio das quais, pôde-se definir a que tipo de regulação mesoeconômica cada país pertence. Enquanto os EUA praticam uma regulação privada, atendendo as lógicas globais de acumulação, França, Itália e Argentina configuram regulações com caráter público, variando de acordo com a forma da cadeia produtiva de cada país. Desta forma, percebe-se que a estrutura brasileira ainda não tomou uma forma robusta de regulação, transitando entre a regulação pública e a público-privada, e este trânsito torna a produção subdesenvolvida, comparada aos outros países. Portanto, é necessário reformular as propostas regulatórias vigentes no país, focando nas relações intermediáticas e buscando os melhores modelos de produção existentes nos maiores produtores cinematográficos mundiais, além de fomentar a ligação entre produção, distribuição e exibição, tornando a cadeia um mecanismo coeso.

**Palavras-chave:** Economia da Cultura. Bens Culturais. Indústria Cinematográfica. Regulação Mesoeconômica. Indústria Cinematográfica Brasileira.

## ABSTRACT

The objective of this dissertation is to analyze the mesoeconomic regulation of the industries of cinema in countries that are considered cinematographic exponents, both by the quantity of films they produce, as well as the aesthetic quality and ways of operating this industry. The analyzed countries were The United States of America, France, Italy and Argentina. In an attempt to find solutions for the Brazilian cinematographic production, we have used the theoretical framework from the Cultural Economics, through which we were able to verify how the cultural goods undergo autonomization, how the economic appreciation happens and how the techno-esthetical pattern and the economic specificities of these goods take place. By studying the emergence of this industry in each country, we verified the existence of State support, which in turn, when followed by public policies and laws, allowed us to delineate the type of mesoeconomic regulation each country follows. While the USA practices a private type of regulation meeting the global rationales of accumulation, France, Italy and Argentina constitute regulations with a Public Character, which varies according to the production chain in each country. In this way, it is noticeable that the Brazilian structure still has not taken a robust regulation form, transiting between the Public and the Public-Private regulation, thus resulting in a developing production when compared to the other countries. Therefore, it is necessary to reformulate the existing regulatory propositions in the country, focusing on the inter-media relations and seeking the best existing production models from the greatest film producers in the world. Furthermore, it is imperative to foment the relationship between production, distribution and exhibition turning the chain into a cohesive mechanism.

**Key Words:** Cultural Economics, Cultural Goods, Cinematographic Industry, Mesoeconomic Regulation, Brazilian Cinematographic Industry.

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Financiamento do Setor Cinematográfico Francês .....	89
Tabela 2: Financiamento Cinematográfico Argentino.....	90
Tabela 3: Financiamento Cinematográfico Italiano .....	91
Tabela 4: Financiamento Cinematográfico Brasileiro .....	93

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Lançamentos de Filmes Italianos (1980 – 2017) .....	67
Gráfico 2: Lançamentos de Filmes Nacionais – 1971 a 1995 .....	75
Gráfico 3: Lançamentos de filmes nos EUA, França, Itália, Argentina e Brasil .....	83
Gráfico 4: Receitas de Bilheterias Globais .....	87

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Etapas do desenvolvimento do cinema francês .....	63
Quadro 2: Etapas do desenvolvimento do cinema argentino .....	67
Quadro 3: Etapas do desenvolvimento do Cinema italiano .....	70
Quadro 4: Etapas do desenvolvimento do Cinema Brasileiro .....	78
Quadro 5: Comparação entre as Leis Rouanet e do Audiovisual .....	81
Quadro 6: Comparativo entre EUA, França, Argentina, Itália e Brasil (2016) .....	84
Quadro 7: Valorização aleatória dos filmes .....	85
Quadro 8: Comparação da Regulação dos Países .....	99

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	12
<b>Parte I: DEFINIÇÃO DO QUADRO TEÓRICO</b> .....	14
<b>1. ECONOMIA DA CULTURA: Os Principais Conceitos</b> .....	14
1.1. A AUTONOMIZAÇÃO DO CAMPO CULTURAL .....	14
1.2. VALORIZAÇÃO DOS BENS CULTURAIS .....	21
1.2.1. Análise Clássica e Neoclássica .....	21
1.2.2. Limite das Teorias .....	25
1.2.3. Valor Autorreferencial .....	28
1.3. INDUSTRIALIZAÇÃO E DESINDUSTRIALIZAÇÃO DA CULTURA .....	31
1.3.1. Industrialização da Cultura .....	31
1.3.2. A Fase Pós-Fordista .....	34
<b>2. REGULAÇÃO SETORIAL E O PROBLEMA DOS FINANCIAMENTOS</b> .....	38
2.1. A Regulação Setorial: definição e características .....	38
2.2. O Problema dos Financiamentos: além da análise de Baumol .....	44
2.2.1. O Modelo Seminal .....	45
2.2.2. Atualização do Modelo .....	48
2.2.3. Limites da Análise de Baumol .....	50
<b>PARTE II: ANÁLISES EMPÍRICAS: um estudo comparativo</b> .....	57
<b>3. EVOLUÇÃO HISTÓRICA DAS INDÚSTRIAS CINEMATOGRÁFICAS</b> .....	58
3.1. Estados Unidos .....	58
3.2. França .....	60
3.3. Argentina .....	63
3.4. Itália .....	65
3.5. Brasil .....	70
<b>4. ANÁLISE COMPARATIVA DA REGULAÇÃO DE CADA PAÍS</b> .....	83
4.1. Análises de Mercado e Financiamentos nos Países .....	86
4.2. Relações Intermediáticas nos Países .....	93
4.3. A Regulação Setorial dos Países.....	98
<b>4. CONCLUSÕES</b> .....	103
<b>5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	106

## INTRODUÇÃO

Os dois últimos séculos tiveram inovações tecnológicas para certos tipos de bens culturais assim como transformações na sua ordem econômica. Indústrias culturais no início do século XX já mercantilizavam bens culturais, contudo, tais bens, produzidos sob a lógica industrial, se valorizam a partir das especificidades do trabalho artístico e/ou intelectual atrelado à composição do original; a concorrência se dá fora dos preços. Mesmo bens culturais sendo produtos industriais, conteúdos próprios fazem com que os bens sejam específicos e únicos, com receitas não relacionadas aos custos, tornando sua valorização aleatória, dependendo de fatores diretamente relacionados à época e ao grupo social que a produção está inserida, como também ao que está em vigor no que tange aos modos de validação/legitimação das obras.

Desde o início, o cinema se mostrou uma ótima forma de contar histórias através de um grande número de quadros fixos (*pictures*), cuja sequência de 24 por segundo gera uma imagem em movimento (*moving pictures*). A inovação digital na captação de imagens modernizou e barateou os custos de produção desse segmento, globalizando o acesso e a reprodução, aumentando, assim, a quantidade de filmes lançados.

O cinema trata-se de um fenômeno que teve origem durante a Revolução Industrial e se desenvolveu com o processo de industrialização, ou seja, à dinâmica capitalista. Assim, o cinema será a convergência entre arte e indústria, e em um modelo micro, a combinação de imagem e som para a construção de uma obra, com distinções entre o modo de produção de acordo com o país e/ou região.

O cinema surge em 1895, na França, criado pelos irmãos *Lumière*. Conhecido até então como *cinematógrafo*, consistia na técnica de captar fotografias e projetá-las em sequência e era utilizado primeiramente para fins científicos, mas logo se viu nele um modo extremamente eficaz de contar histórias e de divulgação cultural. Assim, o cinema se torna um meio de entretenimento global logo nas primeiras décadas do século XX.

Este trabalho partirá da análise dos bens culturais como um todo, para que possamos, depois, analisar a indústria cinematográfica dos Estados Unidos, França, Itália, Argentina e, por fim, Brasil. Faz-se necessário o foco nos bens culturais amplamente para que possamos distinguir como funcionam esses bens e sua posição de ordem econômica.

Desta forma, o trabalho parte de um paradoxo aparente acerca da produção cinematográfica nos países que pretendemos estudar: o Brasil, com 207 milhões de habitantes,

produziu 142 filmes no ano de 2016, enquanto a França, com 67 milhões de habitantes produziu 364 filmes no mesmo ano. A Itália, com 60 milhões de habitantes produziu 223 filmes, a Argentina, com 43 milhões produziu 220 filmes e os EUA, com uma população de 308 milhões produziu mais de 700 filmes no mesmo ano. Portanto, o trabalho pretende responder as seguintes questões a partir da análise feita nos países: O Brasil exerce uma regulação eficiente? Nossa produção consegue crescer constante e diversificadamente?

Assim sendo, analisaremos o modelo de produção de cada país, desde seu surgimento, passando pela criação de leis de incentivo e a intermedialidade, caso exista, entre cinema e outras mídias. Pretendemos verificar como estão dispostas as indústrias cinematográficas dos países comparados e também como o Brasil pode se adequar para viabilizar e firmar sua indústria economicamente através dos resultados obtidos.

Portanto, a pesquisa será dividida em duas partes: na primeira parte, capítulo um, abordaremos os aspectos teóricos abstratos acerca dos bens culturais, como a autonomização do campo cultural, como se dá a valorização econômica desse tipo de bem e sua periodização histórica. No capítulo dois, trataremos a questão da regulação e como ela pode ser entendida para que possamos criar uma tipologia para enquadrar a regulação dos respectivos países, trazendo também a análise de Baumol e o problema do financiamento das obras culturais, atualização, limites e os custos de manutenção das novas formas de produção.

Na segunda parte da pesquisa, capítulo três, focaremos em como surgiram as indústrias cinematográficas de cada país comparado, trazendo as formas e arranjos das leis que regem o setor e as formas de financiamento que estão dispostas no formato das leis de incentivo. No quarto capítulo, destacaremos a análise na questão da indústria cinematográfica, onde primeiramente examinaremos comparativamente dados empíricos do setor, país a país, no intuito de verificar a qual regulação cada país corresponde. Assim, neste capítulo, trataremos à tona a discussão acerca de políticas públicas ou arranjos institucionais que auxiliariam os países para o crescimento de suas indústrias e, por fim, determinar em qual tipo de regulação cada país está inserido. O trabalho também contará com uma conclusão na qual proporemos saídas que ajudem a indústria e novas formas de produzir no Brasil.

## **PARTE I: DEFINIÇÃO DO QUADRO TEÓRICO**

### **1. ECONOMIA DA CULTURA: OS PRINCIPAIS CONCEITOS**

O capítulo tem por objetivo discutir as bases teóricas que compõem o campo da Economia da Cultura e sua relação com o cinema. Desta forma, faz-se necessária uma análise de como se deu o processo de autonomização do campo artístico, como os bens são valorizados nesse tipo de economia e, por fim, a periodização histórica dos bens culturais e como o cinema se encontra nesta periodização.

#### **1.1. A AUTONOMIZAÇÃO DO CAMPO CULTURAL**

Ao apresentar as principais características do campo cultural, Bourdieu (2007) considera os atributos únicos dos bens de natureza simbólica e essas especificidades estão diretamente ligadas à estrutura do campo cultural, cuja existência parte da sua autonomia. Assim, esse conceito é necessário para entender o comportamento dos agentes e a estrutura do campo cultural.

O processo de autonomização da arte tem início no despertar do Renascimento. Assim, a história da vida artística e intelectual europeia pode ser contada através da função do sistema de produção de bens simbólicos e da estrutura do campo intelectual e artístico, onde se constitui uma transformação progressiva, ou seja, a autonomização progressiva do sistema de produção, circulação e consumo dos bens simbólicos. Na Idade Média, o status de artista e obra artística não existiam e o modo de validação social das obras era essencialmente determinado pelo seu valor de uso, cabendo às instâncias religiosas e políticas o poder de controlar o conteúdo estético e ideológico das obras (BOURDIEU, 2007; HERSCOVICI, 1995). Deste modo, o ponto de virada da autonomização da arte é mais bem descrito no contexto da transição da Idade Média para o Renascimento. Grandes mudanças aconteceram na arte a partir do século XVI. Os artistas passam a ter os interesses modificados e já não importava apenas a representação de cenas religiosas e cheias de simbolismo (CORTELAZZO, 2012).

A vida artística durante a Idade Média estava sob a tutela da aristocracia política e religiosa, de modo que sua autonomização sucedeu-se em meio a outras transformações, como a constituição de um público de consumidores virtuais que se tornou extenso e cada vez mais sofisticado, garantindo aos produtores simbólicos condições mínimas de independência econômica e também um princípio de legitimação econômica e artística, no lugar de uma

legitimação pelo poder religioso ou político. Peter Burke, em *“A Fabricação do Rei – A Construção da Imagem Pública de Luís XIV”*, também vai analisar o período em que acontece a autonomização das artes. Sua análise seguirá na importância em que os rituais possuíam na Idade Média europeia. Foi durante o governo do primeiro-ministro e cardeal Mazarin, nos primeiros anos do reinado de Luís XIV, que se estabelece um “Estado do Teatro”, descrito pelo autor como o papado que, carente de poder militar, compensava em esplendor, cenários e rituais. Mazarin, que “amava a arte pela arte, mas tinha consciência de seu uso político” (BURKE, 2009, p. 58), colaborou para a criação de instituições como mecanismos de reverência a Luís XIV e à monarquia. Desta forma, o autor afirma que foi posto em prática um plano de organização da cultura, que visava construir um organismo oficial em que seriam mobilizados artistas a serviço da monarquia: “academias eram corporações de artistas e escritores que em sua maioria trabalhavam para o rei” (BURKE, 2009, p. 63).

Outro fator que sucedeu-se em meio ao processo de autonomização foi o surgimento diferenciado e numeroso de produtores e empresários simbólicos cuja profissionalização fez com que houvesse o reconhecimento de técnicas e normas imperativas para o setor, definindo as regras e condições de acesso à profissão e participação no meio. Além disso, houve a multiplicação e a diversificação de instâncias de consagração competindo pela legitimidade cultural (BOURDIEU, 2007).

Portanto, a lógica do processo de autonomização da cultura pode ser entendida como um processo de caráter progressivo que passará a ter uma independência cada vez maior entre o produtor artístico e as instâncias exteriores, como a Igreja, o poder real e os mecenas privados. O processo se constitui num espaço socioeconômico autônomo no qual surgirão suas próprias instâncias de legitimação (HERSCOVICI, 1995). Essa autonomização está ligada à constituição de um corpo de profissionais especializado, garantindo as modalidades de legitimação, sendo definidas suas próprias regras e especificidades (BOURDIEU, 2007).

Neste contexto, o campo cultural permanece como um espaço simbólico, pois sua autonomia está vinculada à formação de códigos e regras que regem a estrutura do campo e o legitimam, determinando as representações nele produzidas; por exemplo, o que é erudito e o que pertence à indústria cultural, quais rituais de consagração os constituem e como são expostos dentro de cada estrutura.

A Idade Média foi um período em que se constituiu uma dominação exclusivamente política e religiosa, não existindo separação clara entre as esferas pública e privada, até o movimento histórico no qual o capitalismo concorrencial as separa. Neste novo cenário, regras de mercado assumem posição central e a separação das esferas pública e privada fica

mais clara: o mercado – espaço social anônimo onde se confrontam oferta e demanda – constitui essa esfera. Os agentes surgem como anônimos e as relações aparentam ser apolíticas. Assim, as produções artísticas vão se emancipar dos poderes que as controlavam e passam a fazer parte do mercado (HERSCOVICI, 1995). Desta forma, o processo conducente da arte é correlato à transformação da relação que mantêm os artistas com os não-artistas, e por esta via, com os demais artistas, o que resulta na constituição de um campo artístico autônomo e em uma nova função do artista e sua arte. Tal processo tem início em Florença no século XV, com a afirmação de uma legitimidade propriamente artística, que concede ao artista o direito de legislar em seu próprio campo (BOURDIEU, 2007).

O ritmo do movimento do campo artístico rumo à autonomização acelera no despertar da Revolução Industrial. Assim, o desenvolvimento de uma indústria cultural coincide com o aumento do público resultante da generalização do ensino elementar, ou seja, da leitura, aumentando o consumo de produtos culturais. Este aumento do consumo parte do desenvolvimento de um sistema de produção de bens simbólicos, sendo paralelo ao processo de diferenciação cujo princípio reside na diversidade do público ao qual o produtor destina seu produto, e cujas condições de possibilidade residem na própria natureza dos bens simbólicos. Segundo Bourdieu (2007), essa realidade tem duas faces: mercadorias e significações, nas quais os valores culturais e mercantis subsistem relativamente independentes, mesmo nos casos em que a validação econômica reafirma a consagração cultural. Ou seja, esses bens são ao mesmo tempo valorizados e carregados de significações e tanto o caráter mercantil quanto cultural da obra existem relativamente independentes entre si (BOURDIEU, 2007). No entanto, apesar das produções artísticas serem independentes dos poderes externos, sua validação social é realizada a partir de sua valorização no mercado. A partir de então, há uma ilusão de independência do artista, que passa por uma negação das práticas econômicas; o artista vai se estabelecer como produtor independente e o conceito da *L'Art pour L'Art* é firmado. Essa negação faz com que a arte se desprenda das amarras políticas e religiosas aparentando ser um fim em si mesma (HERSCOVICI, 1995).

Aqui, o gesto artístico é sacralizado através da tradição e da acumulação simbólica produzida pelo campo. Para se legitimar, o artista deve parecer desinteressado pelas relações puramente econômicas. Neste ambiente aparentemente autônomo, a produção artística adota a denegação das práticas econômicas correntes. Este comportamento, porém, é estratégia adotada para obtenção de capital simbólico necessário para posterior conquista de capital econômico. A acumulação simbólica precede, obrigatoriamente, a acumulação econômica. Para Bourdieu (2007), capital simbólico se relaciona à busca do produtor pelo reconhecimento

de seu trabalho pelos seus pares, ou seja, através da subjetividade do produtor esse capital é definido, identificando agentes no espaço social. O artista busca acumular capital simbólico antes do capital econômico, mas isso não significa que ele deixa de depender do mercado.

Ao se constituir um mercado de arte, os artistas passam a ter possibilidade de afirmar a irredutibilidade como simples mercadoria e também a singularidade da condição intelectual e artística. Para Bourdieu (2007), com a constituição da obra de arte como mercadoria e o surgimento de uma categoria de produtores de bens simbólicos destinados ao mercado, criam-se condições para uma teoria pura da arte, na qual se diferencia arte como simples mercadoria e arte como pura significação. Assim, essa conjuntura leva a uma ruptura dos vínculos de dependência dos artistas com relação ao mecenas ou ao patrão, levando-os a uma liberdade que logo se torna formal, *sendo apenas a condição de sua submissão às leis do mercado de bens simbólicos*. Desta forma, esse mercado trouxe diversas mudanças em relação à concepção sobre a arte, o artista e seu lugar na sociedade. Primeiramente, o artista afasta-se de seu público e passa a se considerar “gênio autônomo” e criador independente. A partir de então, nasce um público anônimo e burguês, acompanhado de métodos econômicos e ligados à comercialização da arte, coincidindo com a negação dos cânones estéticos da burguesia e ao esforço metódico de separar o intelectual do vulgar, ou seja, o artista se afasta tanto do povo quanto do burguês (BOURDIEU, 2007).

Bourdieu (2007) esclarece que o sistema de circulação e produção de bens simbólicos define-se como um “sistema de relações objetivas entre diferentes instâncias definidas pela sua função que cumprem na divisão do trabalho de produção, de reprodução e de difusão dos bens simbólicos” (Idem, 2007, p. 105). O campo de produção de bens simbólicos deriva sua estrutura em uma oposição específica, tendo de um lado o *campo de produção erudita* e do outro o *campo da indústria cultural*. A diferença básica entre os dois modos de produção se refere a quem se destinam os bens culturais produzidos, tendo o campo de produção erudita sua produção voltada a um público de produtores de bens culturais, enquanto o campo da indústria cultural destina aos não-produtores de bens culturais, ou seja, à população em geral (Idem, 2007). Assim, Bourdieu tem uma visão dicotômica dos campos, segundo a qual, diferentemente do campo erudito, o campo da indústria cultural não possui valorização simbólica. É possível contestar a visão de Bourdieu, pois nos dois casos está havendo acumulação de capital simbólico e econômico. Um filme cinematográfico, que não faz parte do campo erudito, por exemplo, possui valor simbólico e valor econômico.

Diferente do campo da indústria cultural, que obedece à lei da concorrência para conquistar maior público possível, o campo de produção erudita tende a produzir ele mesmo

suas normas e critérios de avaliação de seus produtos, obedecendo à lei fundamental da concorrência através do reconhecimento propriamente cultural obtido de seus pares que são ao mesmo tempo clientes privilegiados e concorrentes potenciais. É possível medir o grau de autonomia do campo erudito com base no poder que este dispõe para definir as normas de produção, critérios de avaliação de seus produtos e assim reinterpretar as determinações externas de acordo com sua lógica. Deste modo, o campo erudito funciona como uma arena fechada de uma concorrência pela legitimidade cultural, e quanto mais um determinado campo estiver em condições de funcionar de modo autônomo de uma concorrência pela legitimidade, maior será sua autonomia.

Neste sentido, há uma tendência cada vez maior da crítica em manter o público afastado e desenvolver uma visão “criativa” para o uso dos “criadores”. Por meio de suas interpretações de *expert*, a crítica garante a inteligibilidade das obras para os não integrados ao campo dos produtores, constituindo “sociedades de admiração mútua” entre os produtores e críticos (BOURDIEU, 2007).

Diferentemente do campo de produção erudita, o campo da indústria cultural, por estar submetido a uma demanda externa, subordinado aos detentores dos instrumentos de produção e difusão, obedece à lei da concorrência por conquista de mercado, decorrendo que a estrutura de seu produto depende das condições econômicas e sociais de sua produção.

Bourdieu (2007) enfatiza que a relação entre determinadas categorias vai depender da estrutura e hierarquia em que estão dispostas no campo, e até mesmo de suas instâncias de legitimação. Cada posição no campo de produção de bens simbólicos vai corresponder a uma “potencialidade objetiva”, ou seja, um dado espaço onde há “um lote particular de problemas e esquemas de solução, temas e procedimentos, posições estéticas e políticas, etc.” (BOURDIEU, 2007, pp. 160-1).

Deste modo, os sistemas de legitimação, autonomização e diferenciação atuam no campo cultural como fatores determinantes da interdependência entre valor simbólico e valor econômico. Porém, essa relação somente se estabelece quando consideramos o papel crucial desempenhado pela relação entre agentes de dentro do campo, ou seja, os “banqueiros simbólicos”: agentes como editores, produtores, diretores, críticos ou instituições que representam a negação da economia, ou seja, são indivíduos que possuem o poder de legitimar o produtor cultural e suas obras, legitimando seu valor simbólico, agindo no interior do campo. Desta forma, o artista e sua obra somente serão legitimados quando se associarem a esses banqueiros; caso isso não ocorra, sua obra não terá validade social. Tais elementos ajudam a entender como o espaço social autônomo cria as próprias regras de legitimação,

tornando a concorrência entre os produtos culturais em função da diferenciação dos produtos (HERSCOVICI, 1995). Portanto, o valor econômico da obra dependerá da legitimação por parte dos banqueiros simbólicos e a acumulação simbólica precederá, obrigatoriamente, a acumulação econômica.

Assim, ao elucidarmos a autonomização da classe artística, alguns elementos devem ser analisados acerca dos limites e ambiguidades desse processo. Herscovici (1995) ressalta que mesmo que os atores no interior do campo realizem diferentes combinações de capital simbólico e capital econômico, ainda assim será o mercado que sancionará a validação social da obra, contrapondo, assim, a dicotomia apresentada por Bourdieu (2007), na qual haveria certa distinção entre empresas comerciais e culturais. Para Bourdieu, as empresas comerciais utilizariam pouco capital simbólico na perspectiva de obter um retorno maior de capital econômico no curto prazo, enquanto as empresas culturais utilizam maior capital simbólico, denegação da economia e tentam criar sua própria demanda. Desta forma, a denegação das práticas econômicas usuais é apenas aparente, pois o campo cultural continua orientado pelo sistema econômico e o mercado constitui o modo de validação social da obra. Herscovici (1995) deixa mais claro: “o modo de controle direto existente na Idade Média foi substituído por um controle mais solto e anônimo, operado pelo jogo da oferta e da demanda” (HERSCOVICI, 1995, p. 50).

Faz-se necessária uma crítica ao modo que Bourdieu trata o campo da indústria cultural, em referência à presença de estética somente no campo erudito: ambos os campos apresentam estética e o que os diferencia será uma questão de grau e não de natureza. Ambos assumem uma relação com o mercado e, conseqüentemente, com a demanda. No caso da indústria cultural, a autonomia permanece, embora restrita, designando uma valorização aleatória nos mercados. Em ambos os campos a valorização simbólica precede a econômica e ambos também se encaixam na perspectiva de que as implicações estéticas ocorrem dentro do posicionamento interior de cada campo e sob suas regras específicas. Deste modo, explicaremos este mecanismo de posicionamento e como ele se aplica a cada grupo.

#### - O *Habitus*

A produção de bens simbólicos está estreitamente ligada à divisão de classes sociais, essa divisão gera um *habitus* a cada estrato social e um comportamento propriamente de distinção. Entendemos como *habitus* e as lógicas de diferenciação/distinção como a manifestação, no seio do campo cultural, dos conflitos de classes existentes (HERSCOVICI,

1995), isto é dizer que o produto cultural está condicionado a estes conflitos. Para melhor entendimento acerca da estruturação das classes do campo cultural e suas relações, Bourdieu (2007), define o conceito de *habitus* como uma estrutura estruturante e uma estrutura estruturada, refletindo o comportamento dos agentes dentro do campo cultural; a estrutura em classes sociais será responsável pela explicação do comportamento individual dentro do campo cultural.

É uma estrutura estruturada porque é uma forma incorporada da condição de classe, que está sujeita a práticas culturais e critérios socioeconômicos. E é estruturante, pois os gostos relativos a cada classe se dará pelo equilíbrio entre geração de sistemas de valores e estilos de vida, que permitirão determinar seus critérios estéticos e de beleza, ou seja, cada agente dentro da estrutura se reconhece e se posiciona objetivamente nessa hierarquia. Cada grupo se posiciona na hierarquia das classes culturais, objetivamente, em relação à sua condição de classe e emite julgamentos dos valores adotados pelos outros grupos, criando uma relação dinâmica entre eles (HERSCOVICI, 1995). Assim, a diferença entre hierarquia cultural e estrutura social deve ser entendida como uma condição de classe histórica, tendo beleza e valor entendidos nesse contexto, ou seja, indivíduos pertencentes a certa classe possuem códigos e valores específicos que definem a beleza e o valor da produção e, sendo assim, o sistema de gostos determina-se diferencialmente e cada grupo se posiciona na hierarquia das práticas sociais.

Dessa forma, o *habitus* pode ser utilizado para a distinção e posicionamento entre o campo de produção erudita e o campo da indústria cultural, baseado numa hierarquia definida em relação ao grau de legitimidade.

O campo de produção erudita se encontra no topo da hierarquia das práticas sociais, pois as obras eruditas possuem importantes efeitos de distinção e constituem a cultura legítima, definindo-se através dos produtos com certa formalidade e complexidade conceitual. A partir disso, em função do grau decrescente de legitimação, encontra-se a indústria cultural (ou cultura popular). Este campo está posicionado em um ponto de referência negativo em comparação com todas as estéticas definidas. Desta forma, ambos os produtos encontram seu significado, ou seja, seu valor de uso quando aparecem no campo de seu consumidor correspondente, e assim, cada produto possui seu espaço social natural, onde poderá materializar capital simbólico gerando valorização econômica (HERSCOVICI, 1995).

Por fim, há uma diferenciação entre os produtores e os diferentes campos de produção cultural. Isto parte do processo de formação de categorias de percepção e apreço, responsáveis por estruturar a forma como as pessoas conceituam, interpretam e reconhecem o produto.

Essas diferentes abordagens geram uma hierarquia sobre o consumo e a produção e as estruturas do campo social e cultural. Ou seja, a independência do campo cultural criou suas próprias leis de funcionamento, nas quais as influências externas são necessariamente mediadas pela lógica específica do campo.

Portanto, uma vez que o campo cultural possui sua própria forma de validação e legitimação, na seção seguinte definiremos qual teoria de valor é mais adequada para a determinação do valor dos bens culturais.

## **1.2 - VALORIZAÇÃO DOS BENS CULTURAIS**

A teoria do valor vem sendo discutida desde o século XVIII. Autores tentam, desde então, criar suas próprias teorias para explicar como funciona a produção dos bens e sua troca no mercado. Nesta seção faremos um breve contexto acerca das principais teorias do valor e como elas se estabelecem com os bens simbólicos, para que se possa avaliar a formação do valor dos bens culturais.

### **1.2.1. Análise Clássica e Neoclássica**

Historicamente, trabalho e utilidade foram contemplados nos estudos dos economistas. Porém, ao pensar nas trocas de bens no mercado, é necessário buscar a propriedade oculta que deu origem e forma a tais transações.

A ideia de que uma lei objetiva de valor, cujo funcionamento é desconhecido dos próprios atores do mercado, ordena que a aparente anarquia da troca de mercado mudasse profundamente a maneira como o economista olha a realidade. Nessa visão, a troca existe porque existe valor – valor sendo entendido como a quantidade distintiva de commodities negociáveis (ORLÉAN, 2014, p.13, tradução própria).

Na Escola Clássica existem diferentes concepções de valor. Aquela escola nasce principalmente com os fisiocratas, Adam Smith, David Ricardo, Karl Marx até chegar ao século XX com Piero Sraffa e os neoricardianos. À sua maneira, todos chegam à hipótese de que o que determina o valor dos bens é o trabalho.

Como já dito, a teoria Clássica interpreta o valor das mercadorias a partir das diferentes teorias de valor-trabalho. David Ricardo (1982) vai argumentar que a teoria do trabalho só se aplica a bens cuja oferta pode aumentar através do acréscimo da quantidade de trabalho aplicado durante sua produção, e que determinados bens, como objetos de arte e

vinhos raros fogem dessa regra e possuem valor determinado unicamente pela sua escassez. Adam Smith (1980) com seu paradoxo da água e do diamante vai argumentar que a utilidade não pode ser determinante do valor: como a água é um bem abundante e livre, sua necessidade à vida humana é essencial, ou seja, tem uma utilidade muito elevada, mas não possui valor por ser abundante. Caso contrário ao do diamante, que não tem utilidade, mas devido à sua escassez possui valor elevado. Portanto, a utilidade não pode ser o único elemento considerado para definir o valor de um bem. Ainda assim, os autores clássicos reconhecem que a relação entre oferta e demanda não consegue explicar a valorização dos bens e que este mecanismo explica somente a movimentação dos preços de mercado em torno do preço natural do bem (HERSCOVICI, 2014).

A teoria valor-trabalho tem em Marx sua interpretação mais ampla. Marx (2013) considera dois tipos de valores: o valor de uso e o valor de troca. Ambos estão ligados aos conceitos de trabalho concreto e trabalho abstrato. O primeiro é trabalho específico concreto necessário para produzir diferentes mercadorias. Mesmo que sejam diferentes, eles têm uma mesma substância, trabalho abstrato, capaz de promover quantitativamente as condições necessárias para ocorrer o processo de troca. O processo de valor implica a transformação do trabalho concreto em trabalho abstrato.

O valor de uso, segundo Marx (2013), é o produto do trabalho concreto, no qual se reconhece a individualidade do trabalho, ou seja, do trabalho particular do indivíduo. Só é possível defini-lo qualitativamente, pois não há uma medida comum para comparar os diferentes trabalhos concretos. Por outro lado, a mercadoria deve corresponder a uma necessidade, ou seja, antes de tudo, deve ter uma utilidade para ter um valor. Ao contrário disto, o trabalho abstrato é um trabalho indistinto, não diferenciado, definido quantitativamente e é o que fundamenta o valor de troca da mercadoria (socialmente necessário). O valor de uso será a propriedade material das mercadorias que satisfazem as necessidades humanas e o valor de troca será a relação quantitativa entre os valores de uso das diferentes mercadorias, capaz de expressar a igualdade em termos de valor. Quando duas mercadorias se encontram no mercado, elas são trocadas em função das respectivas quantidades de trabalho abstrato incorporados. Desta forma, não se trata dos valores distintos de uso, mas de serem igualadas no mercado, por intermédio de seus valores, o que caracteriza a troca. Portanto, o valor de troca tem como substância o trabalho abstrato, medido em horas de trabalho socialmente necessárias para produzir um bem.

Economistas como Smith, Ricardo e Marx consideram a troca como um segundo plano. A preocupação está em determinar o valor dos bens fora dos mercados, porque, em um

sentido rigoroso, a troca não faz parte da determinação do valor. Para melhor entendimento, tomemos uma propriedade conectada ao valor. Por meio da propriedade unitária, o valor vai permanecer inalterado em uma série de ocorrências ou casos “isto é, duas mercadorias idênticas, selecionadas aleatoriamente em dois lugares distintos do universo de mercado, por mais distantes que estejam, têm necessariamente a mesma substância” (ORLÉAN, 2014, p. 18, tradução própria).

Marx, Smith e Ricardo concordam que a relação entre demanda e oferta também não tem condições de explicar a origem do valor dos bens, como já dito. Esta relação explica somente o desvio momentâneo entre os preços de mercado e o preço natural; na medida em que o mercado for concorrencial, no longo prazo os preços convergirão para a posição dos preços naturais (HERSCOVICI, 2014). Orléan (2014) ressalta que as propriedades de unidade e transitividade do valor não se aplicam ao mundo real, pois “é bem claro [...] que as condições de troca de fato afetam a expressão, ou a aparência externa, dos valores” (ORLÉAN, 2014, p. 20, tradução própria). Porém, não é o que a teoria clássica propõe, uma vez que para eles, os bens possuem valor intrínseco, ou seja, é determinado antes da troca.

O mercado não desempenha nenhum papel. Decorre daí que a igualdade entre valor e preço não é de modo algum assegurada, uma vez que essas magnitudes têm causas distintas: a produtividade do trabalho, no caso do valor, e a relação entre oferta e demanda, no caso do preço. Smith, Ricardo e Marx admitiram francamente que existem diferenças consideráveis entre os dois. Mudanças no valor estão na raiz das mudanças de preço, mas a congruência entre valor e preço é alcançada apenas no longo prazo. (ORLÉAN, 2014, p. 20).

Deste modo, quando a demanda for maior que a oferta, o preço do mercado será superior ao preço natural, o que leva a taxa de lucro deste setor ser maior que a taxa média de lucro, aumentando a oferta e diminuindo o preço no mercado. Este mecanismo funciona até a demanda se igualar com a oferta, anulando a diferença entre preço de mercado e preço natural. O preço natural, aqui, será o *regulador* a partir dos quais os preços de mercado vão gravitar e, para a Economia Clássica, esses preços são determinados pelo trabalho (HERSCOVICI, 2014; 1995).

Para os Clássicos, o trabalho será um determinante do valor das mercadorias e *um regulador do mercado*, onde os custos diretos e indiretos do trabalho serão os determinantes do preço. Diferentemente desta visão, a teoria neoclássica sustentará que os valores são obtidos através da utilidade do bem, ou seja, a teoria do valor utilidade subjetivo.

Fundada sobre a subjetividade dos indivíduos, a teoria do valor neoclássica tem como pilares o individualismo metodológico, o postulado da homogeneidade dos bens e a utilidade subjetiva. Assim, a teoria neoclássica assume que os fenômenos econômicos são resultados das escolhas individuais dos agentes, ou seja, centradas no individualismo metodológico, o que implica na ausência de relações interindividuais. Segundo essa escola, as preferências são fixas, exógenas, constantes e, por natureza, subjetivas. Essas preferências são determinadas pelo encontro entre agentes e mercadorias via mercado, sem referência ao que os outros agentes fazem; cada indivíduo atribui, subjetivamente, uma utilidade ao bem que deseja consumir e esta utilidade é fixa e determinada exogenamente, constituindo uma base segura para uma teoria marginalista de valor e preços (HERSCOVICI, 2014). Orléan (2014) também argumenta que na teoria neoclássica as preferências são individuais e de origem exógenas. A conexão entre os agentes ocorre exclusivamente através da circulação dos bens, sem relações pessoais, hierárquicas ou compromissos coletivos que interfiram com a vontade privada. As preferências são exógenas, pois dependem da subjetividade dos agentes. Assim, na concorrência perfeita, os agentes não influenciam os preços, pois se pressupõe uma racionalidade paramétrica, sem negociações, acordos ou contratos; neste caso, os preços serão uma expressão da relação entre oferta e demanda. Os preços permitirão conhecer, objetivamente, os componentes qualitativos dos bens, ou seja, como todos os bens são homogêneos e não há informações incompletas, o preço é um indicador confiável em relação à qualidade de um bem. Espera-se, portanto, que as mercadorias com preço maior sejam aquelas que possuem uma qualidade superior. Desta forma, não há incerteza nem em relação à qualidade nem à possibilidade de avaliar *ex-ante* a utilidade de um bem.

A racionalidade do *Homo Economicus* é verificada na medida em que ele maximiza sua utilidade resultante de seu consumo.

“Para o *homo economicus* da tradição walrasiana, essa relação vem antes de seu relacionamento com outros indivíduos ou com a sociedade. Segue-se, então, que existe uma economia de mercado para responder às necessidades materiais dos consumidores. Além disso, a busca perpétua de satisfação através do consumo de bens não apenas fornece à economia sua própria razão de existência, mas também constitui seu princípio dinâmico” (ORLÉAN, 2014, p. 37, tradução própria).

Neste modelo, o *homo economicus* revela-se através da busca da maximização da utilidade - onde se minimizam as dores e maximizam-se os prazeres. Assim, consumidores maximizam utilidade de consumo e firmas maximizam seus lucros. Essa posição se revelará no paradoxo da água e do diamante de Adam Smith: o diamante pode ter utilidade subjetiva

maior que a da água. Verificando-se condições de concorrência pura e perfeita, o sistema alcança o ótimo de Pareto, ou seja, a eficiência alocativa. Porém, somente quando duas condições são verificadas: *i*) quando as relações entre os agentes não interferem na escolha do consumidor, e as escolhas são individuais e subjetivas. Neste caso, quando o consumidor optar pagar um preço elevado para um produto, significará que a utilidade gerada pela escolha do bem não terá a mesma magnitude que a do esforço da compra do bem, pois a utilidade é ordinal e o preço uma desutilidade – sendo a utilidade marginal decrescente, o agente comprará o bem até a utilidade marginal da última unidade ser igual ao preço (ou seja,  $U_{mg} = \text{preço}$ ) ; *ii*) a homogeneidade dos bens precisa ser verificada, pois os agentes analisarão o preço *ex-ante*, bem como a totalidade da informação necessária e, assim, avaliar sua utilidade - não havendo incerteza neste cenário acerca da qualidade dos bens (HERSCOVICI, 2012; 2014). Verificando-se condições de concorrência pura e perfeita, o sistema alcança situação de eficiência alocativa: o ótimo de Pareto, não sendo possível melhorar a situação de um agente sem piorar a do outro.

Ambas as escolas, Clássica e Neoclássica, possuem uma hipótese substancial: reconhecem que as mercadorias, os bens trocados no mercado, possuem um valor intrínseco. Mesmo antes de serem comercializados, bens já possuem um valor econômico, independentemente das dimensões simbólicas e sociais. Para os Clássicos o valor intrínseco se dará na forma do trabalho, e para os Neoclássicos, da utilidade.

O pressuposto comum a essas duas escolas consiste no fato de reconhecer, implicitamente, que, no mundo das mercadorias, os bens trocados no mercado possuem, intrinsecamente, um valor. Este valor faz parte da natureza dessas mercadorias: independentemente das dimensões sociais e simbólicas, antes de serem trocadas no mercado, as mercadorias já possuem um valor econômico determinado pelo trabalho ou pela utilidade (HERSCOVICI, 2014, p. 564).

### 1.2.2. Limites das Teorias

Diferente da visão econômica clássica, os mercados culturais não são mercados de concorrência pura e perfeita: os produtos culturais correspondem a uma complexificação das modalidades concorrenciais. Ou seja, bens culturais não são bens homogêneos e seus valores não são obtidos através da quantidade de horas empregadas no bem. Aqui, bens culturais possuem uma lógica de diferenciação em que a quantidade de horas investidas na produção do

bem não determinará seu valor, ou seja, são heterogêneos. Para Lancaster (*apud* ORLÉAN, 2014), as características do bem serão as mesmas para determinado grupo de consumidores. Uma vez que a qualidade é dada, o consumidor escolherá a cesta de bens em função de suas preferências subjetivas. A utilidade subjetiva dos consumidores, para o autor, deve ser substituída por uma objetiva, fazendo com que o objeto de interesse não seja o bem em si, mas as características embutidas nessa mercadoria, pois são elas que geram utilidade.

Trabalhos artísticos contém uma dimensão simbólica que não permite a relação entre horas trabalhadas e valor gerado. Um quadro, por exemplo, não pode ter seu valor determinado através da quantidade de horas que o artista levou para finalizá-lo. Sendo assim, fica claro que esse tipo de mercado também foge do padrão de concorrência pura e perfeita pregado pela teoria neoclássica, pois “a abordagem em termos de concorrência pura e perfeita nega o fenômeno real da concorrência, tanto no que se refere aos preços como no que se refere à inovação e às estratégias de diferenciação” (HERSCOVICI, 1995, pp. 191-2).

A teoria do valor-trabalho não poderá ser utilizada para explicar a valorização dos bens simbólicos, já que nas produções artísticas esse critério não é observado para determinar seu valor. Faz-se necessária uma abordagem sociológica para evidenciar as distintas modalidades de acumulação de capital simbólico. A forma como os agentes interagem interfere no processo de determinação de valor dos bens simbólicos. Isso favorece um método quantitativo para o estudo do comportamento econômico, enquanto negligencia as interações sociais subjacentes a essa conduta, tão importante para compreender o valor dos bens simbólicos.

Nos mercados, a escassez desse tipo de bem é criada socialmente. Não existe um preço regulador com o qual os preços do mercado poderão flutuar. “[...] o preço é unicamente determinado a partir da *escassez socialmente construída*, e esta economia é altamente especulativa.” (HERSCOVICI, 2014, p. 567). Um exemplo dessa escassez pode ser visto com o Paradoxo de Van Gogh: enquanto vivo, o pintor não vendeu nenhum quadro, entretanto, hoje suas obras são as pinturas mais caras do mundo (HERSCOVICI, 2008). A escola Neoclássica, mais uma vez, vai pautar sua teoria de valor no valor-utilidade e, portanto, não conseguirá explicar a determinação de valor dos bens simbólicos. Segundo Bourdieu (2007), a partir dos conceitos de campo de produção e *habitus* é que são explicadas como se formam as categorias de percepção e de valorização simbólica. A acumulação de capital simbólico se dará a partir de uma lógica de diferenciação, tanto em oferta quanto em demanda. O princípio de *habitus* se traduz pela estruturação de grupos cujas categorias de percepção são específicas, nos quais ocorrerá a valorização simbólica, ou seja, os produtores procurarão se diferenciar uns dos outros uma vez que o valor simbólico se distancia do valor econômico, e os

consumidores estarão posicionados relativamente na hierarquia das produções culturais. Cada grupo formará seu sistema de valor e o confrontará com o outro. Como não há um valor fundamental neste tipo de bem, a valorização é aleatória. É aleatória porque se trata de transformar o valor único em valor de troca e isso pressupõe uma valorização simbólica prévia, e essa acumulação prévia é aleatória. Consequentemente, a valorização econômica se torna aleatória pelo fato justamente de não ser determinado a partir do trabalho abstrato.

A produção de bens simbólicos está estreitamente ligada à divisão de classes sociais, essa divisão gera um *habitus* a cada estrato social e um comportamento propriamente de distinção. Isto é dizer que o produto cultural está condicionado a estes conflitos.

Não é possível conciliar essa lógica com o individualismo metodológico e com as preferências dos agentes (exógenas e fixas), expressos na teoria neoclássica, uma vez que fica clara a necessidade da interação entre os agentes econômicos na lógica de produção cultural. Este tipo de análise também invalida o postulado dos bens homogêneos: o preço é insuficiente para fornecer todas as informações relativas à qualidade do bem. A avaliação da qualidade dependerá de vários fatores relacionados à percepção dos agentes, estruturados em categorias; essa avaliação está atrelada aos sistemas de valores que cada grupo possui referentes aos produtos culturais, sendo não homogêneos e partindo de um caráter multidimensional. Assim, afirmamos que os limites das explicações Clássica e Neoclássica “provêm da hipótese substancial que as sustenta” (HERSCOVICI, 2014, p. 567).

Podemos concluir que tanto na análise Clássica quanto na Neoclássica existem mecanismos reguladores. Para os Clássicos, seria o preço natural, tendo o preço real gravitando em torno do preço natural. Para os Neoclássicos, o mecanismo regulador seria a igualação do custo marginal com a receita marginal ( $C_{mg} = R_{mg}$ ). No caso das produções culturais, nenhuma das teorias é verificada, pois o valor não é determinado através do trabalho abstrato, uma vez que este tipo de bem se valoriza na forma de trabalho concreto. E também o custo marginal não se iguala às receitas marginais nesse tipo de bem porque não se pode prever *ex-ante* a receita marginal. Deste modo, os preços oscilam de maneira que não há um regulador, o que torna este tipo de valor autorreferencial.

Portanto, a abordagem do valor que escolhemos partirá do princípio de valor não como uma substância, mas como *uma instituição social e histórica que forma a base de uma economia de mercado*. Como as teorias Clássica e Neoclássica não poderão ser utilizadas para explicar o valor desses bens será necessário levar em conta valores sociais e históricos que fogem da alçada dessas escolas, como a lógica de diferenciação e legitimidade do campo cultural, importante para a determinação do valor dos bens simbólicos.

### 1.2.3. Valor autorreferencial

A partir da análise das teorias de valor, para certos autores, tanto clássicos quanto neoclássicos, é possível afirmar que eles utilizam a hipótese substancial, ou seja, afirmam o caráter universal e a-histórico do valor: quando Adam Smith trata das sociedades primitivas, ele afirma que sua produção é movida pelas trocas no mercado, o que implica a existência de uma dimensão humana e universal.

A Economia da Cultura propôs, no sentido exposto por Bourdieu (2007), que o valor depende diretamente das convenções vigentes, os diferentes modos de apropriação simbólica pelos produtores culturais, marcas, etc.. Essas convenções, podemos concluir, são as regras, normas, o *habitus*; construções sociais que orientam os indivíduos e suas expectativas, guiam sua compreensão e organizam sua percepção. Se determinada convenção não é mais aceita, o sistema entra em crise e outra toma seu lugar, ou seja, o fim de uma convenção é outra convenção. Assim, haverá uma alteração do poder simbólico no seio do campo de produção (BOURDIEU, 2007). Aqui, o valor torna-se autorreferencial.

A hipótese autorreferencial é baseada na antecipação dos preços. Esse mecanismo pode ser aplicado a vários tipos de mercados onde não é possível determinar um valor fundamental dos bens e dos capitais, o que corresponde exatamente aos mercados que estão ligados às diferentes formas de capital intangível. Os agentes procuram prever os preços, porque com base na precisão de suas previsões, poderão ganhar mais. Deste modo, os preços serão nada menos que uma previsão sobre o que o mercado fará, mostrando como os agentes reagem às suas próprias previsões (ORLÉAN, 2014; HERSCOVICI, 2014).

Não é necessário supor que esse preço é um reflexo do valor fundamental, ou que todos os participantes do mercado baseiam suas previsões nessas noções, ou mesmo que acreditam que outros o façam. Estas são hipóteses específicas elaboradas por um teórico fora do mercado. A partir da posição de participantes do mercado, cada um procura simplesmente estar ciente da opinião futura do mercado, em qualquer forma que possa tomar (ORLÉAN, 2014, p. 4).

Como o mecanismo autorreferencial pode ser aplicado em mercados de diferentes formas de capital intangível, Keynes (1996), em sua “Teoria Geral” tenta explicar, a partir do exemplo de um concurso de beleza, a dinâmica da especulação financeira – mercado que possui alto índice de capital intangível;

[...] o investimento por parte de profissionais pode ser comparado aos concursos organizados pelos jornais, onde os participantes têm de escolher os seis rostos mais belos entre uma centena de fotografias, ganhando o prêmio o competidor cuja seleção corresponda, mais aproximadamente, à média das preferências dos competidores em conjunto; assim, cada concorrente deverá escolher não os rostos que ele próprio considere mais bonitos, mas os que lhe parecem mais próprios a reunir as preferências dos outros concorrentes, os quais encaram o problema do mesmo ponto de vista. Não se trata de escolher os rostos que, no entender de cada um, são realmente os mais lindos, nem mesmo aqueles que a opinião geral considere realmente como tais. Alcançamos o terceiro grau, no qual empregamos a nossa inteligência em antecipar o que a opinião geral espera que seja a opinião geral (KEYNES, 1996, pp. 165-6).

De acordo com a metáfora de Keynes, o problema reside em encontrar antecipadamente qual opinião média será a escolhida pela média das opiniões. Os competidores escolherão os seis rostos mais bonitos com base na opinião dos outros competidores. Chamamos de *crença de primeiro grau* as expectativas dos agentes a respeito do rosto que ele acha realmente o mais bonito, *crença de segundo grau* o que os agentes acham que o mercado espera que seja o rosto mais bonito. Assim, o agente que conseguir prever com maior exatidão, conseguirá auferir maiores ganhos no mercado. “Se cada agente elabora suas expectativas deste modo, o mercado validará as expectativas relativas às expectativas relativas às expectativas da maioria dos agentes” (HERSCOVICI, 2014, p. 569; 2017, notas de aula). O competidor que melhor antecipar quais as opiniões sobre as opiniões dos outros competidores provavelmente ganhará mais ainda. Trata-se de antecipar o que a opinião geral espera que seja a opinião geral, ou seja, a *crença de terceiro grau* (KEYNES, 1996).

Uma vez que as crenças (ou expectativas) dos agentes não são homogêneas, o mecanismo torna-se relativamente complexo. Enquanto alguns agentes acham que os títulos perderão valor, outros acharão que o título se valorizará. Somente neste jogo de compra e venda de títulos que um mercado concreto poderá se realizar, ou seja, é necessário “que haja uma divergência no que concerne às expectativas dos agentes” (HERSCOVICI, 2014, p. 569; 2017, notas de aula), pois, em um mercado especulativo, para que as trocas sejam efetivadas, será necessária a heterogeneidade das expectativas dos agentes e, não menos importante, a opinião geral indicará a tendência efetiva do mercado.

Desta forma, o valor autorreferencial será “o valor efetivamente validado pelo mercado [, ou seja,] é aquele que a maioria dos participantes acha que vai ser” (HERSCOVICI, 2014, p. 569). Portanto, é um processo de auto-realização das profecias. *No*

*longo prazo, não existe um valor constante validado pelo mercado, mas sim um valor efetivo, referente a essas interações, das modalidades de elaboração das expectativas dos agentes e comportamentos miméticos. Ele é relativamente estável quando há uma convenção e muda na ausência de tal convenção. “O valor não é imanente, ele é criado e modificado a partir dessas modalidades de elaboração das expectativas ou das crenças” (HERSCOVICI, 2014, p. 569-570).*

Considerando novamente a parábola de Keynes (1996), o vencedor do concurso de beleza será aquele que receber mais respostas corretas sobre a opinião de uma pessoa com base na opinião de outra pessoa. Não importa se o agente sabe qual é o rosto mais bonito, ele terá que basear sua resposta no que o outro participante respondeu e não pela “sua resposta correta”. Assim, este esquema pode ser aplicado ao mercado de bens simbólicos, onde o preço dessas mercadorias não é baseado num valor fundamental, sendo determinado a partir da opinião que os agentes sobre a opinião do mercado sobre qual deve ser o preço desses bens. Portanto, o preço dos bens culturais seguirá essa lógica.

A determinação do valor a partir da hipótese autorreferencial considera que o valor é determinado *ex-post*, a partir da relação entre os preços e o comportamento dos agentes. No mercado, há uma determinação endógena do valor, onde os preços criam o valor em função da relação entre as expectativas dos agentes. Assim, como a valorização desses bens é aleatória, não é possível definir esse valor *ex-ante*; ele dependerá das convenções vigentes no período considerado e, portanto, não possuirá valor intrínseco.

O campo cultural se encaixa nessa definição, pois produz suas próprias regras de legitimação, produção e critérios de avaliação de seus produtos. Desta forma, obedece à lei da concorrência pela diferenciação e reconhecimento cultural de seus pares, que são clientes privilegiados e concorrentes em potencial. Este campo funciona como uma arena semifechada de competição pela legitimidade cultural e a busca pela diferenciação é o elemento-chave dessa legitimação. A dinâmica dos mercados permite que uma obra hoje legitimada, possa ser substituída quando as convenções vigentes forem alteradas, entrando outra forma de convenção que legitima novas obras no lugar das antigas. O sistema entra em crise quando a convenção utilizada deixa de funcionar e ainda não apareceu outra em seu lugar.

Esta análise ressalta as dimensões intrinsecamente sociais e históricas que tornam possível o funcionamento do mercado concreto de bens culturais. Diferentemente do que prega a teoria neoclássica, “os mercados não podem ser concebidos como espaços “vazios” no seio dos quais os agentes maximizam funções individuais de utilidade ou de lucro” (HERSCOVICI, 2014, p. 570). Desta forma, Herscovici (2014), conclui: “o mercado é um

espaço social e histórico onde o valor se cria a partir de determinadas convenções sociais” (Idem, 2014, p. 570).

### 1.3. INDUSTRIALIZAÇÃO E DESINDUSTRIALIZAÇÃO DA CULTURA

#### 1.3.1. Industrialização da Cultura

Primeiro, distinguiremos as etapas da industrialização da cultura, que se dividem entre Economia da Representação e Economia da Reprodução. A Economia da Representação é tida como o primeiro passo da mercantilização da cultura e dos bens simbólicos, na qual a reprodução é limitada a cada execução, pois exige a presença física dos intérpretes. Esse tipo de economia se situa entre o final do século XVIII e meados do século XX, tendo bens e serviços totalmente individualizados e específicos, não podendo ser replicados de forma industrial (HERSCOVICI, 2012; 2014), como por exemplo, uma peça de teatro na qual se faz necessária a presença física dos atores, ou então a apresentação de uma orquestra que músicos são fundamentais. É a primeira fase da mercantilização da cultura e dos bens simbólicos. Herscovici (2012) enumera algumas características deste tipo de Economia:

- i)* O bem ou o serviço é totalmente individualizado: as produções artísticas e simbólicas são intrinsecamente ligadas a um autor e às especificidades de seu trabalho. De um ponto de vista sociológico, é o capital simbólico específico do autor (o *ready-made* [...]) que explica o valor simbólico e, conseqüentemente, seu valor econômico.
- ii)* Contrariamente à época pré-capitalista, a validação social da obra é determinada a partir da validação econômica operada pelo mercado, ou seja, a partir da sanção de uma demanda “anônima”.
- iii)* Esses bens simbólicos são bens econômicos: (a) eles são trocados em mercados específicos e (b) eles são objetos de Direitos de Propriedade que permitem auferir uma renda para os agentes que detêm esses direitos: criadores e editores (HERSCOVICI, 2012, p. 274).

Com base nestas características, podemos afirmar que se trata de bens específicos que não podem ser reproduzidos através de uma lógica industrial, pois a presença dos artistas é necessária em cada apresentação. Assim, a industrialização dessas produções é limitada, não podendo haver processos de substituição de capital por trabalho, ou seja, não é possível diminuir substancialmente os custos de produção artística.

A Economia da Repetição surge graças ao avanço tecnológico que, por exemplo, no caso do cinema e da música (ou de qualquer outro tipo de produção que possa ser reproduzida a partir da matriz original), haja a possibilidade de gravação e sua replicação, intensificando sua mercantilização e da ampliação de sua difusão a partir do rádio e da televisão. O período compreendido desse tipo de economia é entre 1950 e meados dos anos 1990. Neste momento, a sistemática reprodução e retransmissão de imagens e sons permitiu que houvesse uma diminuição considerável dos custos de produção. Houve “uma queda dos preços de acesso e uma primazia da oferta em relação à demanda” (HERSCOVICI, 2012, p. 274). É nesse momento que se tem o apogeu da cultura de massa, no qual os produtos são voluntariamente descomplexificados para poder maximizar o público e as audiências. Aqui, os produtos culturais editados sobre um suporte material (como os livros, CD’s, discos) ou produzidos (como peças de teatro, cinema, concertos, etc.) terão seu consumo individualizado e os bens serão bens privados: “bens escassos cujo acesso é condicionado ao pagamento de um preço” (HERSCOVICI, 2012, p. 274).

Neste momento surgem outros modelos, como o rádio e a televisão. Estes novos tipos de produção possuem um modelo diferente onde parte significativa das receitas provém da venda de espaços publicitários, ou seja, venda de audiência, que chamaremos de *mercados intermediários*. Estes mercados permitem diminuir consideravelmente o custo de acesso suportado diretamente pelo consumidor final. Estas estratégias serão mais bem desenvolvidas na era digital, que veremos na próxima seção.

Destacam-se alguns pontos acerca dos estágios da industrialização da cultura: *i)* os bens culturais passam a configurar bens privados e são validados a partir de sua rentabilização no mercado, porém, bens como o rádio e televisão tornam-se públicos; *ii)* os custos ligados ao trabalho artístico diminuem em decorrência da apresentação física dos artistas não ser mais necessária em toda exibição; *iii)* apesar de serem reproduzidos industrialmente e trocados no mercado, os bens artísticos mantêm fortes especificidades econômicas; a valorização no mercado é aleatória pelo fato de seu valor econômico depender de seu valor simbólico, porque haverá valorização das especificidades artísticas e intelectuais aplicadas no momento de fabricação da matriz original; e *iv)* a concorrência não se dará via preço, os bens serão valorizados como únicos e específicos, ainda que sua reprodução seja na forma industrial (HERSCOVICI, 2012). Assim, ficará claro que nesta economia as receitas não se relacionam com os custos, mostrando o “caráter intrinsecamente especulativo desses mercados” (Idem, p. 216).

Alguns tipos de produção cultural tiveram seu apogeu num momento em que a dinâmica fordista conduzia a economia. Fordismo pode ser entendido como o arranjo institucional compreendido a partir da primeira metade do século XX, possuía um conjunto de formas institucionais que explicam a perenidade do modo de regulação; elas cristalizam certas relações sociais historicamente determinadas e relacionam-se com a moeda, relações salariais, modalidades de concorrência e de inserção na economia mundial, assim como formas de Estado (BOYER, 1995). A conjugação do sistema de produção em massa com um mecanismo de ampliação do salário real em ritmo próximo ao crescimento da produtividade foi a principal característica do fordismo.

Estas formas de regulação permitem relativa estabilidade nas modalidades de acumulação de capital, contendo desequilíbrios e realizando ajustes macroeconômicos em um conjunto de decisões descentralizadas. O fordismo pode ser caracterizado por três mecanismos primordiais. O primeiro diz respeito à dinâmica dos ganhos de produtividade: o crescimento permite que se consigam ganhos de produtividade em conformidade com a existência de rendimentos de escala e efeitos de aprendizagem. O segundo associa, de maneira mais ou menos evidente, os salários à evolução dos preços ao consumidor e aos ganhos de produtividade, ou seja, definem como se repartem os ganhos de produtividade entre salário e lucro. O terceiro mecanismo mostra como se forma a demanda uma vez que se conhece a distribuição de renda, pressupondo que o consumo dos assalariados é um indicador-chave para a decisão de produção das empresas. Podemos dizer que o fordismo foi uma associação entre a sequência “Taylor, Ford, Keynes”, ou, de maneira mais precisa, uma longa série de mutações, tanto no sistema produtivo quanto nas convenções coletivas, que incluíam a gestão estatal da força de trabalho e da moeda, em um contexto de abertura econômica internacional que não comprometeria a independência das políticas econômicas nacionais. Em outros termos, tais instituições permitiriam a obtenção dos ganhos de produtividade e a divisão dos mesmos entre lucros e salários (BOYER, 1995; CORIAT, 1994). Nesta fase, acontece o surgimento da mídia de massas, se formam os grandes conglomerados de comunicação e os grandes estúdios de cinema, indústrias fonográficas, etc.

O pós-fordismo acontece a partir do final dos anos 1990, tendo a geração de valor ligada aos bens imateriais. Esse período é caracterizado pelas normas de acumulação globais atuais que são diferentes do período fordista. Aqui, a lógica está ligada à acumulação de capital intangível, a oferta é heterogênea, a concorrência se dará qualitativamente e não mais pelo preço. O atual período é marcado por fortes especificidades da produção artística por

atuar no mesmo sentido das atividades econômicas. “Se o fordismo se caracterizava pela industrialização limitada da cultura e das produções simbólicas, o pós-fordismo se caracteriza pela ‘desmaterialização’ do conjunto da produção social” (HERSCOVICI, 2014b, p. 567-568).

### 1.3.2. A Fase Pós-Fordista

Após a industrialização da Cultura, chegamos à desindustrialização da cultura, que está ligada à *Economia da Diferenciação*, com características do modelo capitalista industrial monopolista e oligopolista. A concorrência entre as firmas é oligopolista, com bens altamente diferenciados e exercida fora dos preços, a partir da diferenciação dos produtos. Com as operações de comunicação diversificadas, as firmas utilizam além da publicidade relativa aos produtos no intuito de diferenciação, uma comunicação institucional. Ao mesmo tempo, certos produtos se complexificam, ou seja, há uma diversificação da qualidade dos produtos e o preço se torna um indicador imperfeito para avaliação desta qualidade.

Com a globalização dentro do modelo industrial, principalmente a partir do início dos anos 1990, as firmas buscam investir em regiões geográficas que ofereçam maior rentabilidade, o que causa necessidade de dupla diferenciação: dos *bens e das marcas*, buscando maior diversificação via estratégias concorrenciais e dos *espaços geográficos*, para atração de investimentos estrangeiros. No primeiro caso, a diferenciação dos bens e das marcas, a concorrência entre as firmas se torna oligopolizada, se dará fora dos preços e na alta diversificação dos produtos. No caso dos espaços geográficos, os capitais cada vez mais internacionalizados focarão seus investimentos onde o retorno tende a ser maior, criando uma nova estruturação dos espaços: criação de clubes fechados onde o capital é investido, tendo as inovações e tecnologias apropriadas.

A economia da diferenciação revela-se através da “*produção de externalidades*: os efeitos benéficos da marca, como símbolo de qualidade [neste caso, a marca pode ser vista como um indicador de qualidade; se, por um lado, se tornam mais caros pelos gastos em publicidade, por outro, permitem ao consumidor diminuir os custos de busca relativos a esta qualidade], e a construção de uma imagem do espaço geográfico, imagem esta que representa o espaço em relação ao exterior” (HERSCOVICI, 2012, p. 275).

Neste estágio, as produções culturais assumem um papel diferente ao do modo referente à industrialização da cultura. Agora, a Cultura assume um papel específico na lógica de acumulação global. Se anteriormente não assumiam função na lógica de acumulação, agora

gerarão externalidades positivas; tanto os efeitos benéficos de marcas, como símbolo de qualidade, quanto a construção de espaços geográficos, imagem esta que representa o espaço em relação ao exterior, tentarão internalizar as externalidades positivas através de diferentes mecanismos de financiamento. Firms e regiões associadas à cultura obterão ganhos institucionais.

Assim, as produções culturais produzem fortes efeitos de diferenciação, pois, a partir os mecanismos de financiamento, elas estarão associadas a essas lógicas de diferenciação, tanto nos bens quanto aos espaços geográficos. Deste modo, os agentes públicos e privados vão produzir as externalidades que outros agentes tentarão internalizar (HERSCOVICI, 2012). Nesta fase, a cultura assume diretamente uma função na lógica do processo de acumulação de capital, criando modificações importantes nas formas concorrenciais; ocorre que a concorrência se implementa através das estratégias de internalização destas externalidades. As externalidades da Economia da Diferenciação são *pecuniárias*: “elas se manifestam diretamente no mercado, e os mecanismos de internalização são essencialmente o fato dos atores privados” (HERSCOVICI, 2011, p. 8).

Os mecanismos de produção e internalização de externalidades generalizam-se na *Economia Digital*: com um sistema de comunicação e informação cada vez mais complexo, surge um emaranhado de mecanismos de produção de externalidades, gerando comportamentos oportunistas (*free rider*). Neste tipo de economia, com mecanismos próprios da economia de redes, a criação de valor está diretamente ligada à criação de efeitos de redes, ou seja, de utilidade social. Katz e Shapiro (1985) vão ressaltar que isso corresponde às *externalidades de demanda*, pois “quanto maior a quantidade de usuários, maior a utilidade do serviço para cada usuário que faz parte da rede. Por outro lado, quanto maior esta utilidade social, maior o valor pelo qual a firma proprietária da rede pode negociar a venda de espaço para os anunciantes” (HERSCOVICI, 2012, p. 276). O Google é um exemplo pelo uso que faz das redes. A empresa produz e oferta bens públicos (não rivais, não excludentes e indivisíveis), como o motor de busca, transmissão de vídeos, e-mails, mapas e outros que são produzidos por atores privados. Desta forma, a empresa oferta esses produtos gratuitos através do desenvolvimento de mercados intermediários, em que a geração de valor é tida através da formação de audiência, anúncios, transformando externalidades de demanda em externalidades de oferta, e as externalidades tecnológicas em externalidades pecuniárias (HERSCOVICI, 2014).

Somente para esclarecimento, a ideia da chamada Economia de Redes surge em meados dos anos 1970, quando Rholfs (1974) propõe um modelo cuja análise é pautada no sistema de telefonia norte-americana. Segundo a teoria, o número total de assinantes interfere na demanda dos indivíduos, mesmo que não se conheçam os outros usuários. Se a quantidade de usuários interfere na decisão de consumo, é possível afirmar que a qualidade do serviço aumenta em proporção direta ao acréscimo de usuários. Também se assume que a utilidade do serviço nunca decresce com o aumento de assinantes: a utilidade marginal do serviço é crescente (ROHLFS, 1974, p. 20). Nesta análise, qualidade do serviço ofertado na rede é indivisível (HERSCOVICI, 2013, p. 47; KATZ, SHAPIRO, 1985). Assim, quanto maior a demanda por assinaturas na rede, maior será o número de assinantes. O consumidor quer uma linha telefônica, por exemplo, porque seu vizinho possui uma.

Podemos afirmar que mercados estruturados em redes possuem modificações substanciais em modalidades estruturais de concorrência. Nestes mercados, a demanda cumprirá o papel fundamental, pois os serviços, na necessidade de alcançarem *massa crítica* - quantidade de usuários necessária para tornar o serviço rentável (ROHLFS, 1974, p. 19) - e apresentarem viabilidade econômica, precisam gerar externalidades de demanda. A concorrência se dará na forma de criar massa crítica (barreiras à entrada) capaz de criar mecanismos de defesa que dificultem a entrada de *outsiders* – firmas entrantes -, e as firmas tentarão estabelecer um *switching costs* – custos de trocar de rede - que incentivam o consumidor a permanecer na rede. Estes custos podem surgir a partir de contratos ou através de componentes qualitativos, que contribuem para que o usuário atribua maior valor à rede que está vinculado do que à rede concorrente<sup>1</sup>.

Para ilustrar o mecanismo da *Economia Digital*, tomemos o caso da indústria da música, pois é o que melhor representa a questão: a complexificação do sistema de informação e de comunicação próprio à economia digital se traduziu por um jogo de produção de externalidades, por possibilidades de apropriação e fez surgir diferentes comportamentos de *free rider*. As firmas musicais não conseguem mais enfrentar os diferentes modos de compartilhamento de arquivos digitais (*peer to peer*), e tentam impor, sem sucesso, um sistema de Direitos de Propriedade Intelectual – DPI – ligado à era digital e ao consumo individualizado dos consumidores. Na outra ponta estão os produtores de hardware, provedores e sistemas operacionais que se beneficiam do desenvolvimento do *peer to peer*, pois os produtores de *hard* e *software* e os provedores têm interesse em desenvolver uma

---

<sup>1</sup> Para melhor compreensão acerca da Economia de Redes, ver ROHLFS (1974) e HERSCOVICI (2013).

plataforma em que os programas permitam baixar (até mesmo ilegalmente) os arquivos musicais, se beneficiando dos financiamentos dos produtores de hardware e software. O que queremos dizer é que, de uma maneira geral, ao se desenvolver uma plataforma, os consumidores são incitados a comprar o *soft* e o *hardware*, aumentar a potência dos programas e utilizar provedores com capacidade cada vez maior (HERSCOVICI, 2014).

Por trás do debate atual sobre propriedade intelectual, aparecem interesses econômicos divergentes. Com acesso indiscriminado aos arquivos digitais, cresceu a necessidade de máquinas mais potentes na questão de processamento e armazenamento, de programas mais elaborados e de redes mais velozes. Assim, é possível afirmar que existem *externalidades cruzadas* quando interesses econômicos são convergentes entre agentes produtores de externalidades, tal como a relação entre produtores de hardware e software, provedores de acesso à internet e redes P2P.

A indústria cinematográfica enfrentou problema semelhante ao da indústria fonográfica: quando filmes passaram a ser exibidos por canais de televisão aberta, a elevação do consumo não gerou aumento da renda de forma proporcional ao aumento do público. Atualmente, os estúdios enfrentam uma dupla concorrência: de um lado o aumento dos *downloads* de arquivos piratas reduz a lucratividade do setor, e do outro, com queda de faturamento, equipes inteiras trocam trabalhos no cinema por trabalhos na televisão, onde há produtos de maior público e mais vendas de espaços publicitários.

Outro problema que tende a acentuar esta situação são os sites de *streaming*, como a Netflix. Embora a produção desse tipo de plataforma seja mais pautada nas séries e sendo um maior risco à televisão, seu catálogo de filmes fez com que as locadoras de vídeo fossem à falência e ameça os setores de distribuição e exibição de filmes. Contudo, os sites de *streaming* são somente concorrentes potenciais à produção cinematográfica mundial: em 2017 a Netflix produziu e lançou somente um filme no Brasil, enquanto o circuito nacional bateu seu recorde, lançando 160 filmes ao todo.

## 2. REGULAÇÃO SETORIAL E O PROBLEMA DOS FINANCIAMENTOS

### 2.1. A REGULAÇÃO SETORIAL: definição e características

- *O conceito de lógica social e a regulação setorial*

O conceito de *lógica social* pode ser entendido como a relação entre dois níveis analíticos distintos, porém complementares. Nesse caso, abordaremos os níveis meso-econômico e o macroeconômico: *meso-econômico*, pois faz parte de uma análise de nível setorial (a indústria cinematográfica) e sua relação com as modalidades globais de acumulação de capital, *macroeconômica*. Assim, essa lógica social nos vai permitir uma análise das dinâmicas setoriais e as compatibilidades com a lógica global de acumulação.

Essa abordagem é parecida mais especificamente com a da Escola Francesa da Regulação<sup>2</sup>, onde o mercado é concebido como um arranjo específico, historicamente determinado, diferentes lógicas institucionais e de lógicas de acumulação econômica. O que queremos deixar claro é como as indústrias cinematográficas dos países, cada qual com suas especificidades na questão do arranjo setorial, lógicas de produção e de acumulação distintas, conseguem manter uma produção coesa e crescente ao longo dos anos.

O nível setorial vai se definir através da compatibilidade existente entre determinadas tecnologias, determinadas normas e modalidades de consumo e um funcionamento específico. O arranjo e lógicas deste nível será a *regulação setorial*, ou seja, o modo que os elementos do setor conseguem viabilizar um mercado eficiente. Assim, *a regulação setorial poderá ser entendida também a partir das modalidades de valorização econômica dos diferentes produtos e serviços, das formas concorrenciais e das modalidades de financiamento compatíveis com os demais setores do sistema*. Desta forma, o conceito de lógica social será assimilado aos conceitos de sistema e estrutura tecno-estéticos.

O desenvolvimento do debate em torno da regulação setorial passa por uma abordagem teórica sobre o referencial desenvolvido por Dominique Leroy, chamado *Sistema Tecno-Estético*.

---

<sup>2</sup> A escola da regulação surgiu no ambiente acadêmico francês, influenciado pelo marxismo estruturalista e pela utilização de modelos macroeconômicos de inspiração keynesiana. Ocorre uma tensão, na origem dos conceitos da escola, entre uma utilização dos mesmos ligada à teoria de Marx e uma utilização historicista, que prescinde da concepção marxista acerca das características mais básicas do modo de produção. Em um primeiro momento, os adeptos da abordagem da regulação procuraram desenvolver os conceitos de Marx, mas, ao longo do tempo, a escola procurou adotar um ponto de vista mais historicista (MELLO FILHO, 2016).

O conceito de sistema tecno-estético foi cunhado por Leroy a partir de suas observações sobre a adoção de estruturas tecno-econômicas conjuntas para compor unidade ao espetáculo teatral francês. Assim, o conceito de sistema tecno-estético pode ser entendido como um emaranhado de estruturas tecno-estéticas que, por meio de peculiaridades socioeconômicas, determinam parcialmente a estética. Este conceito compreende que a produção estética é atrelada aos efeitos de estruturas econômicas e ao desenvolvimento tecnológico.

Pode-se observar no sistema de espetáculos, como em qualquer subsistema, ambos dizem estruturas tecno-econômicas e estruturas socioeconômicas. Através do primeiro tipo de estruturas difundem mudanças tecnológicas destinadas a atividade artística e alteram as informações de que esta atividade foi estabelecida com os diversos setores da economia e relações existentes entre as várias fases da produção ou desvios e intercâmbio artístico (LEROY *apud* SOARES *et al*, 1992, p. 241-242).

No desenvolvimento do que considera ser padrão tecno-estético, César Bolaño (2000) o caracteriza como “uma configuração de técnicas, de formas estéticas, de estratégias, de determinações estruturais, que definem as normas de produção cultural historicamente determinadas de uma empresa ou de um produtor cultural particular para quem esse padrão é fonte de barreiras à entrada” (BOLAÑO, 2000, p. 234). É o que vai explicar a fidelização da demanda em determinados tipos de bens, pois o padrão tecno-estético funcionaria como uma interface entre o valor simbólico da obra e suas barreiras à entrada.

Para Bolaño (2000), a importância de uma produção própria, além dos ganhos econômicos, gera uma constituição de produção tecno-estética própria, agindo como barreiras à entrada contra os concorrentes efetivos ou potenciais, ou como arma de ofensiva no mercado internacional. Assim, com parte do público fidelizado ao padrão tecno-estético, haverá uma transformação da audiência passível de ser transacionada no mercado publicitário.

Para Hercovici (1995), uma estrutura tecno-estética se dará pela relação entre determinada tecnologia e uma estética dada, que trata de inter-relações entre os diferentes setores de seu âmbito de atuação, em diferentes momentos do processo de produção. Sua análise compreende o sistema tecno-estético como um conjunto coerente de estruturas tecno-estéticas, que através de um certo modo de funcionamento econômico, determina parcialmente uma estética dada. Ainda parte de Hercovici *et al* (2009) o entendimento de sistemas tecno-estéticos:

Um gênero artístico constitui assim um sistema tecno-estético, à medida que haja uma correspondência e uma compatibilidade entre uma determinada estética, um

componente tecnológico e certas modalidades de consumo e de valorização econômica: os diferentes tipos de música popular, os diferentes tipos de música erudita, os diferentes gêneros teatrais, o cinema etc., são representativos deste conceito, à medida que a uma determinada tecnologia correspondem modalidades de valorização econômica e modos de consumo específicos (HERSCOVICI *et al*, 2009, p. 1116).

Estes conceitos darão conta de analisar os padrões tecno-estéticos da indústria cinematográfica dos países nos quais trataremos nossa análise, principalmente o padrão vigente no Brasil. Contudo, a análise necessita da definição dos diferentes níveis da dialética estrutural na qual os bens simbólicos estão inseridos.

#### – *Dialética das Mídias*

Para definir os diferentes níveis da dialética estrutural, Herscovici (1995) acrescenta uma dimensão intermediária ao esquema de Leroy, no intuito de analisar o surgimento de novas mídias e suas posições acerca da mídia dominante. Com a difusão tecnológica surgiram também novas formas midiáticas, na qual cada uma gerou seu próprio sistema tecno-estético específico, parcial. Assim, dessa dialética surgirá o jogo das compatibilidades e incompatibilidades, definindo o sistema tecno-estético dominante com o conjunto das mídias e seu sistema dominante.

Existem diferentes níveis da dialética estrutural das mídias. Essa dialética pode atuar em três níveis:

O nível *intra-estrutural* onde se confrontam a lógica intrínseca do projeto criador e as condições de sua realização (este nível também pode ser qualificado como *intramidiático*); o nível *inter-midiático* no qual, no interior do sistema cultural, se confrontam os sistemas tecno-estéticos característicos de cada mídia e, finalmente, o nível *interestrutural* onde se definem as relações entre o sistema cultural e o conjunto do sistema econômico (HERSCOVICI, 1995, p.125).

Ainda segundo Herscovici (1995), todo o sistema cultural é objeto de uma dialética das mídias. Quando surge um novo tipo de mídia, a dominante vê uma modificação de sua posição em termos econômicos, sociais e estéticos. Portanto, a mídia dominante precisa se “reinventar” em estética, formas de financiamento e uso social. Tomando como exemplo, o cinema foi um substituto para as artes cênicas, que em seguida viu seu lugar ser confrontado

progressiva e parcialmente pela televisão. Hoje, sites de *streaming*, como *Netflix*, são as ameaças potenciais ao setor.

As estratégias tidas pelas mídias dominantes quando confrontadas pelas novas pode se dar via diferenciação ou tentativa de se tornarem semelhantes. Nota-se que nesse último quesito, o cinema, depois que a televisão se torna produto de massa, tenta cada vez mais impor a mesma estética. No caso brasileiro, grande parcela dos filmes adota o padrão Globo de produção (BOLAÑO, MANSO, 2009). Estes efeitos de propagação da mídia televisiva acabam exercendo uma multimidiatização em certos setores, causando, por conta desse processo de assimilação, o desaparecimento progressivo das especificidades tecno-estéticas de cada mídia, diminuindo sua diversidade estética; quando uma mídia se torna hegemônica no cenário nacional, como a Rede Globo no Brasil, acaba por exercer grande influência nos outros tipos de mídia, o que gera um processo de assimilação no intuito de se tornarem semelhantes, diminuindo a diversidade estética de um modo geral. Já no caso da diferenciação entre as mídias, a estratégia, no caso do cinema pode ser com o cinema de arte, onde não segue padrões estéticos vigentes, como no *Cinema Novo* brasileiro, o *neo-realismo* italiano e a *nouvelle vague* francesa.

#### - *As Relações Intermidiáticas*

Para a avaliação acerca da relação entre o padrão tecno-estético do cinema dos países a serem pesquisados, faz-se necessária uma verificação sobre como a estética de seus filmes influencia na regulação ao qual estão inseridos. Ou seja, a intermedialidade ou como as outras mídias influenciam a produção artística cinematográfica dos países.

A intermedialidade proposta pelo cinema vem desde sua criação. Por ser uma obra que abrange vários outros tipos de arte, algumas delas exercendo maior influência que as outras em seu padrão tecno-estético, no caso da fotografia, o dispositivo técnico de base dos filmes é rigorosamente um grande número de quadros fixos (*pictures*), cuja sequência de 24 por segundo gera uma imagem em movimento (*moving pictures*). Assim, a fotografia é o cerne do cinema desde sua criação. Porém, aqui falamos da parte física dos filmes, com seus rolos e negativos. O interesse do nosso estudo é analisar a intermedialidade do cinema com as outras mídias que regem seu padrão estético e influenciam seu desenvolvimento.

O padrão tecno-estético é definido pela identidade que seu criador impõe à obra, sendo, após definida, de fácil reconhecimento do público. Segundo Brittos (2005), para constituir-se em barreira, o imaginário do espectador deve atuar junto ao padrão tecno-estético imposto.

Essa composição reflete um padrão que não apenas se diferencie dos outros produtos, mas que seja reconhecido positivamente pelo público, o que vem de encontro com a estética abordada pelas televisões como produto mais consumido pelas massas. Porém, esse perfil pode estar em processo de mudança, num claro movimento da dialética das mídias onde sites de *streaming* estão ameaçando a hegemonia da televisão e do cinema. O caso mais central desse movimento é o da Netflix.

A Netflix surgiu graças às mudanças tecnológicas ocasionadas pela evolução da internet e das redes de compartilhamento e de distribuição de vídeos *online*. A melhoria da qualidade da internet, tornando-se mais rápida e confiável, foi o fator tecnológico decisivo para sedimentar essas novas práticas culturais, mudando comportamentos que pareciam estabelecidos, dando poder de decisão da programação ao consumidor através das plataformas *on demand*, inaugurando uma nova autonomia na experiência audiovisual, simplificada na lógica de conteúdo.

Outro fator de destaque na cadeia de distribuição audiovisual refere-se ao intervalo no licenciamento de um produto em diferentes formatos: quanto maior o tempo entre o lançamento de um filme nas salas de cinema e a venda dos DVD's, entre este e o licenciamento para a televisão paga e, por fim, para a televisão aberta, maior valor terá cada uma destas versões do produto. Desde os anos 1990, as janelas de distribuição estão cada vez menores, pois houve um aumento das assinaturas de televisão a cabo que fez com que os conteúdos tivessem que ser repostos cada vez mais rápido, diminuindo, assim, o tempo entre um filme exibido no cinema e televisão. A pirataria a partir da chegada dos DVD's também acelerou o processo de diminuição das janelas de distribuição no mundo todo.

Esta nova forma de produção também apresenta um novo padrão tecno-estético, pois, em especial, ela aumentou a experimentação estética e criativa ao utilizarem novas tecnologias com menor custo, além do aparecimento de novos formatos e gêneros cinematográficos, por conta do baixo custo de manter produtos variados na plataforma.

No começo, os sites de *streaming* eram vistos pelos estúdios de cinema e canais de televisão apenas como um veículo que disponibilizaria seus programas e filmes antigos no intuito de obter uma nova forma de sobrevivência comercial. Atualmente, as empresas reconfiguraram, a nível global, as dinâmicas de produção e distribuição de audiovisual, na qual o financiamento depende apenas da mensalidade paga pelos usuários, o que configurou para a Netflix, por exemplo, a liberdade de experimentar vários gêneros e estéticas diferentes. A partir de 2012, as produções passaram a trazer consigo a marca "*Netflix Original*" e deste modo passaram a ofertar novas produções como séries, filmes e documentários e especiais.

Algumas produções se tornaram muito populares como a série *House of Cards*, que foi uma aposta da empresa ao utilizar profissionais consagrados do cinema, como o diretor David Fincher e o ator Kevin Space, que auxiliaram na expectativa de uma qualidade estética e narrativa superiores e ainda consolidaram a reputação de um conteúdo *Netflix Original*. A título de curiosidade, *House of Cards* teve em sua primeira temporada um custo de 3 milhões de dólares por episódio e a distribuição foi realizada globalmente. Desde então, “*Netflix Original*” tornou-se uma espécie de selo de qualidade, a exemplo do Padrão Globo brasileiro, estabelecido pela empresa desde os anos 1970.

A indústria cinematográfica mundial tem observado o crescimento de sites de *streaming* com certa cautela. Embora a maior delas, Netflix, não possua um estúdio em si – ocorre que a empresa contrata estúdios para a realização de suas obras – o site passou a promover certo descontentamento da indústria hegemônica mundial, principalmente em Hollywood, num claro confronto entre as mídias. Em um caso recente, por exemplo, o filme *Roma*, do diretor mexicano Alfonso Cuarón, produzido pela Netflix no final de 2018, foi lançado ao mesmo tempo nas salas de cinema e no site de *streaming* da empresa, ou seja, não existe uma janela de distribuição. O fato de reproduzir a obra também nos cinemas foi no intuito de concorrer às categorias da premiação do Oscar<sup>3</sup>, na qual ganhou três premiações. Essa manobra da empresa gerou críticas por parte de nomes da indústria hollywoodiana, como o diretor Steven Spielberg, que passaram a fazer *lobby* para que futuras produções de sites de *streaming* não sejam elegíveis à premiação do Oscar, mas, sim, ao Emmy.

Este caso nos mostra como a dialética das mídias está ocorrendo na indústria cinematográfica junto aos sites de *streaming*, uma vez que a distribuição digital de conteúdo não para de crescer no mundo todo, sendo que, somente no Brasil, já são no mínimo 12 grandes empresas ofertando conteúdo online. As novas mídias estão confrontando as antigas e quando surge um novo tipo de mídia, a dominante precisa se reinventar tanto em formas de financiamento, estética ou uso social. Caberá às dominantes decidir entre o confronto via diferenciação ou se tornarem semelhantes.

No quesito das *televisões on demand* (TVOD), há várias razões que fornecem uma possível explicação para o fato de alguns filmes não serem lançados na TVOD, apesar de terem sido lançados em cinemas no mesmo mercado. O primeiro obstáculo é a percepção de que o nível de receita da exploração de *vídeo on demand* (VOD) ainda é baixo, pelo menos

---

<sup>3</sup> Para concorrer à premiação do Oscar é necessário que o filme seja exibido publicamente em uma sala comercial da cidade de Los Angeles (EUA) e, ainda, permanecer em cartaz por, pelo menos, sete dias consecutivos. A estreia deve ocorrer entre primeiro de janeiro e 31 de dezembro do ano anterior ao da cerimônia.

para uma maioria substancial de filmes. Embora infelizmente o setor não tenha transparência no que diz respeito às receitas de filmes, é provável que o princípio de Pareto se aplique à TVOD: 80% das receitas são geradas por 20% dos filmes, mostrando claramente o caráter aleatório desses bens (MPAA, 2018). Essa expectativa de receita deve ser equilibrada em relação a vários custos, não apenas de natureza técnica, mas também aos custos de transação incorridos para identificar e negociar com os muitos serviços de VOD em operação no mercado. Na maioria dos casos, a falta de sucesso nas bilheterias também será refletida nos resultados ruins da TVOD, a menos que um novo investimento seja feito em marketing. Finalmente, pode-se temer que um lançamento na TVOD exponha o filme e, assim, reduza a probabilidade de obter uma venda para um canal de TV. Um lançamento direto para o VOD naturalmente exigirá o investimento em marketing não feito para o lançamento nos cinemas. Portanto, é reservado para um número relativamente limitado de filmes e depende da estratégia de exploração do filme implementada pelo produtor e agente de cinema. Em alguns casos, eles podem realmente adiar esse lançamento direto para o VOD na esperança de que um distribuidor mostre interesse em uma versão cinematográfica.

Uma vez que um sistema tecno-estético se caracteriza pelas compatibilidades existentes entre determinadas modalidades de valorização econômica, a utilização de tecnologias específicas e estéticas dadas, determinaremos a base de nossa tipologia através dos conceitos do sistema tecno-estético, de lógica social e regulação mesoeconômica, analisando como foram criadas as indústrias de cada país a partir das evoluções históricas do setor, os modos de financiamento, a estética sendo vista através da diversidade e as relações intermediárias existentes. Assim, com a junção dos conceitos, podemos elaborar uma forma de avaliar a questão das regulações setoriais da indústria cinematográfica dos distintos países e, por fim, elaborar uma tipologia para determiná-los.

## **2.2. O PROBLEMA DO FINANCIAMENTO: Além da Análise de Baumol**

A indústria cinematográfica possui inúmeros fatores que dificultam o seu financiamento. Desta forma, esta seção vai explorar principalmente os argumentos de Baumol e Bowen (1966) para justificar a necessidade de ajuda externas às artes, como um dos quesitos da regulação a qual queremos propor. Ao analisar as artes performáticas da *Broadway*, nos Estados Unidos, os autores perceberam que essas eram atividades com inúmeros participantes,

os quais não poderiam ser substituídos com o avanço das tecnologias como acontecia em outros setores da economia. Desta forma, nesse segmento não haveria ganhos de produtividade do trabalho tão intensos, uma vez que apresentavam várias limitações físicas do ser humano; os custos não poderiam ser reduzidos, advindos da reprodução infinita dos espetáculos. Portanto, essa indústria tenderia a ser deficitária, já que não há possibilidade de substituição capital/trabalho.

### 2.2.1. O Modelo Seminal

A primeira justificativa contemporânea dos subsídios às artes foi formulada por Baumol e Bowen (1966), com o estudo denominado “*Performing arts: the economic dilemma*”. Foi resultado da consultoria contratada pela Fundação Ford, que era responsável pela viabilidade financeira de uma série de espetáculos e buscava compreender os custos crescentes das produções e o porquê do fechamento de muitos teatros por falta de recursos. As conclusões finais do trabalho de Baumol e Bowen (1966) atenderam o interesse de uma série de instituições ligadas à cultura da época, como também da sociedade. Nosso objetivo é verificar se isso também é válido para a indústria cinematográfica.

Baumol e Bowen (1966) apontam que as artes cênicas como uma atividade na qual a produtividade do trabalho é estagnante, onde não existem ganhos substanciais de produtividade, ou seja, não pode haver substituição de capital por trabalho. Assim, as artes cênicas são intrinsecamente deficitárias por terem uma estrutura de custos crescente sem obter grandes ganhos de produtividade e porque a elasticidade preço da demanda é elevada. Vão fundamentar o argumento com as seguintes hipóteses:

*i)* Existe uma dicotomia entre os setores da economia: o *setor estagnante* (setor 1) e o *setor dinâmico* (setor 2). Essa dicotomia se dará pela diferença entre as estruturas tecnológicas de cada atividade, determinando em qual ritmo a produtividade do trabalho crescerá. Assim, os setores tecnologicamente progressivos contarão com aumento acumulado da produtividade devido às inovações, acumulação de capital e economia de escala (setor 2), tendem a ter um crescimento constante da produtividade, enquanto o setor estagnante (setor 1), contará com aumentos esporádicos e não sustentáveis ao longo do tempo. A diferença básica entre os dois setores é a relação do trabalho na atividade. *ii)* Existência de constante aumento de produtividade ao longo do tempo no setor dinâmico e o aumento dessa produtividade é linear e exógeno; *iii)* A elevação dos salários dos dois setores é equivalente à elevação da produtividade do setor dinâmico; há uma solidariedade sociológica dos salários;

iv) Os preços dependem diretamente dos custos com trabalho.

Consideremos agora uma economia com somente dois setores: setor 1, onde a produtividade do trabalho é constante e setor 2, onde a produção cresce cumulativamente. Temos as variáveis: quantidade de produto alcançada no tempo  $t$  pelos setores 1 e 2 ( $Y_{1t}$  e  $Y_{2t}$ ); quantidade de trabalho aplicada ( $L$ );  $a$  e  $b$  são constantes específicas de cada setor;  $r$  a taxa de crescimento da produtividade do trabalho; e salários ( $W$ ). Temos<sup>4</sup>:

$$Y_{1t} = a L_{1t} \quad (1)$$

$$Y_{2t} = b L_{2t} (1 + r)^t \quad (2)$$

$$W_{1t} = W_{2t} = W_t = W(1 + r)^t \quad (3)$$

Assim, essas equações mostram que quando os salários do setor 2 - que é equivalente ao aumento da produtividade - aumentam, haverá uma generalização do aumento dos salários dos setores. Supõe-se, a partir de uma hipótese teórica, que uma elevação da produtividade do trabalho repercutirá integralmente sobre os níveis dos salários e, portanto, que não se traduz por uma redução custos e conseqüentemente dos preços. Esse cenário só acontece quando a demanda é rígida ou a concorrência se dá fora dos preços; o segundo caso se assemelha aos mercados culturais (HERSCOVICI, 1995, p. 90). Considerando  $C$  os custos em trabalho por unidade produzida, tem-se:

$$C_1 = (W_{1t} L_{1t}) / Y_{1t} = [w (1+r)^t L_{1t}] / aL_{1t} \quad (4)$$

$$C_1 = W (1 + r)^t / a$$

$$C_2 = W_{2t} L_{2t} / Y_{2t} = W (1 + r)^t L_{2t} / b L_{2t} (1 + r)^t \quad (5)$$

$$C_2 = W / b$$

A proposição acima nos permite afirmar que “o custo em trabalho, por unidade, cresce indefinidamente no setor 1 [estagnante] em função do tempo, enquanto permanece constante no setor 2 [dinâmico]” (HERSCOVICI, 1995, p. 91). A evolução dos custos relativos é uma função direta dos ganhos de produtividade realizados no setor dinâmico. Ela não depende da

---

4 O referencial teórico acerca das formulações foi retirado de HERSCOVICI (1995, pp. 86 – 123).

difusão dos aumentos de salário do setor dinâmico para o estagnante. Tem-se a dimensão dos custos relativos do setor estagnante:

$$C_1 / C_2 = [W (1 + r)^t / a] / (W/b) \quad (6)$$

$$C_1 / C_2 = (b / a) (1 + r)^t$$

A segunda proposição supõe que os gastos relativos em ambos os setores são constantes, implicando na demanda de bens ser pouco rígida e sua elasticidade-preço seja igual a 1. Assim, supomos que o preço é proporcional aos custos do trabalho. Considerando  $\alpha$  e  $\beta$  constantes e  $P_1$  e  $P_2$  os preços dos respectivos setores, teremos  $P_1 = \alpha C_1$  e  $P_2 = \beta C_2$ . Normalizando:

$$P_1 Y_1 / P_2 Y_2 = \alpha C_1 Y_1 / \beta C_2 Y_2 = \text{Constante} \quad (7)$$

Baseado em (1), (2), (3) e (4):

$$C_1 Y_1 / C_2 Y_2 = [W (1 + r)^t / a \cdot a L_{1t} L_1] / [(W/b) \cdot b L_{2t} (1 + r)^t L_2] = L_1 / L_2 = \text{Constante}$$

A partir da equação (7), podemos deduzir que a produção do setor estagnante ( $Y_1$ ) diminui. Assim,  $C_1$  aumenta indefinidamente ao longo do tempo através dos ganhos de produtividade, enquanto os custos do setor dinâmico ( $C_2$ ) mantêm-se constantes. Nota-se que há uma relação inversa entre os custos e produção: um aumento dos custos do setor estagnante ( $C_1$ ), e conseqüentemente dos preços ( $P_1$ ), faz com que diminua a produção do setor estagnante ( $Y_1$ ), sendo proporcional ao aumento da produção do setor dinâmico ( $Y_2$ ).

$$Y_1 / Y_2 = a L_{1t} / [b L_{2t} (1 + r)^t] = (a / b) \cdot (L_{1t} / L_{2t}) \cdot [1 / (1 + r)^t] \quad (8)$$

Com  $(a / b)$  e  $(L_{1t} / L_{2t})$  constantes e  $t \rightarrow +\infty$ , a relação  $[1 / (1 + r)^t] \rightarrow 0$ , conseqüentemente,  $Y_1 \rightarrow 0$ . Podemos dizer, então, quando a demanda do setor estagnante não é rígida, deve-se diminuir de maneira inversamente proporcional o aumento dos preços do mesmo setor. Com a formulação sustentando o argumento, se a distribuição dos gastos permanece constante, o setor estagnante tende a desaparecer.

Seguindo a mesma lógica, a terceira proposição supõe que agora a razão entre a produção dos dois setores é constante. Ou seja:  $Y_1 / Y_2 = K$ . O fenômeno é explicado pela

política “voluntarista” do setor público, que para remediar a insuficiência da demanda privada, financia a produção do setor estagnante proporcional à do setor dinâmico. Como o esquema considera a quantidade de trabalho total disponível ( $L$ ) constante, então:  $L = L_1 + L_2$ . Assim, como a produção de cada um dos segmentos dar-se-á através da função de quantidade de trabalho aplicada, e a relação de produção dos setores sendo constante, com o passar do tempo ( $t \rightarrow +\infty$ ), seria transferido para o setor estagnante todo o trabalho, para que se mantenha a relação  $Y_1/Y_2$  constante. Desta forma, a produção global será constante e a taxa de crescimento da economia tenderá a zero. Portanto, Baumol apresenta um dilema: ou se opta pelo crescimento econômico em detrimento do setor estagnante (crescimento desequilibrado) ou se escolhe um desenvolvimento equilibrado, que resultariam taxas de crescimento declinante, tendendo a ser nulas no longo prazo (HERSCOVICI, 1995, pp. 93-97).

[...] costs and prices in the stagnant sector would tend to rise persistently and cumulatively, and that if the output proportions of the two sectors happened to remain fairly constant, the share of the economy's inputs used by the stagnant sector and the share of consumer expenditure devoted to outputs of the stagnant sector must both rise toward 100 percent. Finally, it was concluded that the net result must be a ceteris paribus decline in the economy's overall productivity growth rate. (BAUMOL, 1985, p. 806).

### 2.2.2. Atualização do Modelo

Em 1985, Baumol, Blackman e Wolff revisitam o modelo de crescimento desequilibrado de Baumol e Bowen (1966) para realizar algumas modificações no modelo e assim verificar suas implicações. Neste novo modelo, é introduzido ao esquema original um terceiro setor: o assintoticamente estagnante. Esse setor se encontra entre o setor estagnante e o dinâmico, ou seja, não é completamente estagnado nem dinâmico. Eles usam, em proporções razoavelmente fixas, alguns insumos do setor estagnante e do setor dinâmico. Um exemplo típico deste novo setor é a transmissão de TV. Assim, os autores mostram que, inicialmente, essas atividades costumam se destacar no rápido avanço da produtividade e na diminuição dos custos. Porém, com o passar do tempo, o comportamento dos custos e preços do setor assintoticamente estagnante tende a se aproximar do setor estagnado.

These activities are noteworthy for their behavior patterns. In their early stages, when progressive inputs dominate their budgets, their costs and prices fall rapidly, like those of progressive activities. Later, their fixed input proportions and the rapid fall in the relative prices of their progressive inputs inevitably give the stagnant

inputs an ever-ris-ing share of the total budget of the asymptot-ically stagnant activity, as a simple matter of arithmetic (BAUMOL, 1985, p. 807-808).

Desta forma, o uso de insumos dinâmicos reduz custos e os preços. Porém, como ainda necessita de uma parte dos insumos do setor estagnante, essa parcela acaba se tornando mais alta com o passar do tempo, determinando os custos da atividade. Assim, os custos e os preços vão aumentar num reflexo da participação do setor estagnante, também incorrendo na doença dos custos<sup>5</sup> (*cost disease*). Quanto mais rápida a redução dos custos e dos preços dos insumos produtivos, mais cedo os elementos estagnados terão importância na estrutura de preços e mais rapidamente o custo relativo dessa atividade deve começar a subir.

Através de testes empíricos, Baumol, Blackman e Wolff (1985) vão averiguar as implicações do modelo básico de crescimento desequilibrado e também com o setor assintoticamente estagnante. Assim, eles consideram uma variedade de medidas de taxas de crescimento de produtividade para testar a sensibilidade da classificação que foi feita pelos autores.

The first of these tasks requires classification of the actual sectors of the economy into progressive and stagnant categories, a division that is inevitably some-what arbitrary. We base the classification on input and output data for the U.S. economy for 1947-76, since consistent national ac-count data and input-output tables are avail-able. A variety of measures of productivity growth rates were used to test the sensitivity of our classification scheme (BAUMOL, 1985, p. 808).

Assim, algumas implicações foram testadas e confirmadas<sup>6</sup>, como: *i*) com testes entre 1947 e 1976, com base nos dados da economia dos EUA, a previsão da doença dos custos foi verificada, pois os preços relativos dos produtos do setor estagnante aumentaram aproximadamente na mesma taxa do baixo crescimento da produtividade; *ii*) a segunda hipótese era verificar se, em termos reais, a divisão na produção entre os setores permanece constante ao longo do tempo. De acordo com o critério de setores agrupados, a participação do produto real permaneceu constante no período, porém, de acordo com outro critério,

---

5 Baumol e Bowen (1966, p. 171) resumiram sua teoria da seguinte maneira: “O ponto central do argumento é que, para uma atividade como as artes cênicas em que a produtividade é estacionária, todo aumento nos salários em dinheiro será traduzido automaticamente em um aumento equivalente nos custos unitários do trabalho - não há aumento compensatório na produção por pessoa-hora como há em uma indústria de produtividade crescente. Isso leva a um corolário importante: a extensão do aumento dos custos relativos nessas atividades, em que a produtividade é estacionária, variará diretamente com a taxa de aumento da produção por homem-hora em toda a economia. Quanto mais rápido o ritmo geral do avanço tecnológico, maior será o aumento no nível salarial geral, e maior será a pressão ascendente sobre os custos em qualquer setor que não tenha aumento de produtividade” (tradução própria).

6 Para um melhor detalhamento sobre as conclusões empíricas e números dos setores, ver Baumol, Blackman e Wolff (1985).

seguiu-se um leve declínio da participação real do setor estagnante na demanda final e na produção bruta; *iii*) a terceira implicação do modelo, de que a participação do emprego no setor estagnado aumentará com o tempo, também foi verificada. “De acordo com as quatro definições, a parcela do emprego no setor estagnado aumentou mais de dez pontos percentuais no período e, na primeira definição, quase quatorze pontos percentuais[...]” (BAUMOL, 1985, p. 812, tradução própria). Assim, as parcelas do setor estagnante tendem a crescer, em termos nominais, ao longo do tempo; *iv*) por fim, o teste final consistia em verificar em qual setor houve aumento da força de trabalho. Sua conclusão é que o setor estagnante teve o maior aumento na força de trabalho. “Enquanto a força de trabalho dos serviços dinâmicos cresceu entre 5% e 14%, a dos serviços estagnados aumentou entre 32% e 50%” (BAUMOL, 1985, p. 812, tradução própria).

Acerca das atividades assintoticamente estagnadas (transmissão de TV e processamento de dados), os autores mostram que em ambas as atividades, as parcelas do componente estagnante aumentaram tanto em termos reais quanto no custo total. No caso da transmissão de TV, as despesas totais de transmissão e as despesas com os programas aumentam, enquanto as despesas técnicas permanecem constantes. No processamento de dados, “hardware e outros” diminuíram com o tempo, enquanto “salários e benefícios” aumentaram.

Assim, os autores concluem confirmando a validação do modelo de crescimento desequilibrado revisado, com base na consistência dos testes empíricos realizados. Desta forma, ao lidar com atividades assintoticamente estagnantes, os autores concluem que, de fato, elas atingirão o mesmo quadro das atividades estagnadas. Isso acontece porque o setor, embora use elementos dinâmicos e estagnantes, tem no elemento dinâmico o fator de inovação a partir de sua lógica de custos, o período de dominação do lado tecnológico é logo substituído pelo elemento trabalho, assumindo cada vez maiores partes do custo total, chegando finalmente, a assumir todas as características do setor estagnante. “Isso sugere que a progressividade de tais atividades pode ser transitória e um tanto ilusória. Em suma, a doença dos custos dos serviços estagnados pode afetar mais a economia do que se pensava anteriormente” (BAUMOL, 1985, p. 816, tradução própria).

### 2.2.3. As Limitações da Análise de Baumol

Apesar de pioneira, a análise de Baumol e Bowen (1966) apresenta algumas limitações. A metodologia aplicada pelos autores é a-histórica, pois refere-se apenas a

produtos artísticos em que a estética e a tecnologia são determinadas de forma definitiva e ignora a dinâmica interna da produção de bens artísticos: nesse caso, estética e tecnologia são fixas, determinadas de maneira definitiva e exógenas (HERSCOVICI, 1995). Seria importante, no entanto, considerar a lógica intrínseca do produto cultural e não se limitar somente às obras do passado. Como visto, as estruturas tecno-estéticas se alteram de acordo com o progresso tecnológico de cada época. Inovações podem alterar a demanda por determinados produtos, modalidades de consumo e oferta.

Ao contrário da análise de Baumol, hoje experimentamos uma concorrência qualitativa e não por via de preços. Os agentes não necessariamente conquistam mercado por meio da guerra de preços, mas empregam estratégias diferentes para fazê-lo. Um desses mecanismos é o de diferenciação, pois como a relação custo/preço não é determinante para a dinâmica competitiva, outras formas de valorização são desenvolvidas. Isso contradiz os mecanismos exibidos no modelo de Baumol (HERSCOVICI, 2013, p. 30).

Outro ponto de inconsistência na teoria de Baumol é considerar que o campo artístico possui a demanda do consumidor final como única fonte geração de valor. O autor não considera a criação de mercados intermediários como fonte de renda para o setor. A venda de audiência, patrocínios e ações de merchandising são exemplos de estratégias alternativas para financiamento das produções.

Outra crítica metodológica se dá na solidariedade sociológica da renda e na transferência salarial considerada no modelo. No caso do cinema, essas premissas não são verdadeiras, pois os salários são determinados numa função lógica dentro do campo cultural. Aqui, o trabalho é heterogêneo e o valor é adquirido através da diferenciação, como podemos observar no “*star system*”; nesse caso não há relação entre o aumento dos salários dos artistas (setor estagnante) e os salários dos setores produtivos (dinâmicos). Ao considerar o universo estático “as variáveis explicativas estão situadas fora do sistema de produção próprio do campo artístico e os ganhos de produtividade aparecem no interior dos setores dinâmicos” (HERSCOVICI, 1995, p. 110). Portanto, consideramos que a remuneração do trabalho está ligada a uma lógica rentista e não ao trabalho assalariado. A economia da informação e do conhecimento se caracteriza pela socialização crescente da produção de conhecimento, devido à cumulatividade que caracteriza esse tipo de produção; por outro lado, o sistema de Direitos de propriedade intelectual consiste em internalizar, a partir de uma renda temporária do monopólio, as externalidades características deste tipo de produção (HERSCOVICI, 2013, p. 30). Dito isto, podemos afirmar que a valorização econômica desse tipo de produção é aleatória, onde não é regularizada pelos custos salariais ou pela relação de receitas e custos.

Outro ponto é que Baumol e Bowen (1966) não consideram as especificidades da produção artística, sendo que é necessário ir além dos ‘ganhos de produtividade’. A remuneração do trabalho artístico (setor 1) não tem relação com os ganhos de produtividade na totalidade da economia. Nos bens do setor 1 (heterogêneos), haverá uma considerável distinção entre produção e comercialização desses bens: como necessitam de validação social prévia, não é possível haver relação entre receitas e custos em trabalho (HERSCOVICI, 1995). Quando há forte heterogeneização de capital e trabalho, a função de produção não pode ter a forma:  $Y = f(K, L)$ , representando a produção como uma função de capital agregado e trabalho. Ou seja, não é possível utilizar fatores de produção heterogêneos para explicar o produto agregado. Baumol e Bowen (1966) vão pautar que a função deve ser a seguinte:  $Y = f(L)$ , pois a quantidade produzida está associada à quantidade de trabalho utilizado. Porém, “se este procedimento permite realizar manipulações matemáticas, ele parte de pressupostos absurdos, de um ponto de vista sociológica e econômico: por natureza, nessas atividades, o trabalho e as produções resultantes são altamente diferenciados” (HERSCOVICI, 2014, p. 279).

Baumol e Bowen (1966), conseqüentemente, consideram a estrutura tecno-estética fixa e herdada do passado, sendo assim, impossível qualquer aumento substancial na produtividade do trabalho artístico. No entanto, é necessária uma análise da natureza econômica e sociológica da relação entre custos e produtividade considerando o dinamismo e o produto cultural. Suas análises não conseguem explicar o mecanismo presente no campo cultural, principalmente porque consideram um universo estático onde “as variáveis explicativas se situam fora do sistema de produção próprio do campo artístico e os ganhos de produtividade aparecem no interior dos setores dinâmicos” (HERSCOVICI, 1995, p. 110). Isso explica que o aumento dos custos ocorre mantendo constante a estrutura de produção, o que não é inteiramente verdade quando consideramos a relativa autonomia da produção cultural em termos de ganhos de produtividade e força de trabalho.

Baumol e Bowen (1966) acreditam que não seja possível utilizar mais tecnologia no setor estagnante para acompanhar os ganhos de produtividade do setor dinâmico. No entanto, como a tecnologia é esporadicamente incorporada (na visão dos autores), o setor ainda sofrerá com o problema dos custos. É difícil pensar em ganhos de produtividade no setor artístico, uma vez que é difícil medir esses ganhos monetariamente.

A relação entre preço e custo não é direta, uma vez que a valorização do produto cultural é intrinsecamente aleatória, pois é influenciada pela sua validação social, não sendo

possível comparar as receitas com os custos do trabalho. Além disso, o produto cultural é único, sofre mudanças ao passar do tempo e, portanto, as medições de produtividade baseadas em custos comparam e agregam elementos que não podem ser comparados monetariamente. Faz-se necessário considerar a estrutura do campo cultural para explicar o aumento dos preços. Uma outra questão essencial se confirma no que tange aos custos: na Economia do Google, os custos de preservação das obras artísticas tendem a cair, sendo praticamente nulos. O fenômeno é possível graças à reduzida estrutura de custos de produção, estocagem e distribuição envolvidas na economia digital, o que permite maior variedade de bens ofertados.

Podemos relacionar isto com a análise de Herscovici (2013), que vai expor alguns elementos para uma análise alternativa, através de observações históricas e metodológicas que surgem das proposições de Baumol e Bowen (1966). De acordo com suas observações, no capitalismo industrial, o crescimento econômico é mensurável e depende diretamente dos ganhos de produtividade do trabalho, tendo sua criação de valor, ou riqueza, obtida a partir do trabalho social aplicado na produção de bens. Contrariamente, no capitalismo pós-industrial, as formas históricas de apropriação e criação de valor se modificam, passando a ser altamente socializadas. Assim, não podemos mais calcular a quantidade de mão de obra direta e indireta necessária na produção de bens e também, em nível nacional, ganhos de produtividade do trabalho.

Como visto no exemplo, o *star system* não garante que os altos salários pagos aos atores serão convertidos em altas rendas de bilheteria. Assim, Baumol supõe que o fator trabalho é homogêneo. Quando observamos o campo cultural, o trabalho heterogêneo será desejado como um meio de diferenciação, conseqüentemente sendo atrativo para maiores ganhos. De um modo geral, a heterogeneidade do trabalho é altamente influenciada pela existência de informação e conhecimento nos diferentes processos de produção, gerando uma diversificação da oferta e de suas características qualitativas, traduzindo uma segmentação da demanda. O processo de agregação implica que exista uma unidade de medida comum a todos os objetos culturais e suas características qualitativas sejam postas de lado durante esse processo. Conseqüentemente, os agregados econômicos são cada vez mais questionáveis.

Um último aspecto sobre o modelo de Baumol se dá nas modalidades de concorrência e seus efeitos na valorização econômica. Essas modalidades mudaram ao longo do tempo, influenciadas principalmente pela relação positiva entre a valorização econômica dos bens e a quantidade de informação e conhecimento nelas incorporada. Isto vai ter conseqüências e impactos importantes nas modalidades de consumo, produção e valorização econômica. A valorização econômica passa a depender menos dos custos do trabalho necessários para

produzir os bens, e cada vez mais da informação contida e do conhecimento que esses bens carregam. “A concorrência é cada vez mais dissociada da produtividade dos fatores, o que ressalta o poder explicativo fraco dos agregados dos diferentes sistemas de contabilidade social, hoje” (HERSCOVICI, 2013. p. 32).

A teoria do valor-trabalho não poderá ser considerada nesse tipo de economia. Os preços não são determinados através dos custos diretos e indiretos do trabalho. No âmbito de uma lógica rentista, outras formas de remuneração são desenvolvidas (como já dito), sendo elas particularmente instáveis e aleatórias e, por natureza, incertas.

O valor de um filme não é necessariamente o volume de trabalho necessário para produzi-lo, mas depende das forças que atuam no campo cultural e da interação entre os agentes nesse espaço. A partir da análise de Bourdieu, a remuneração do trabalho artístico está relacionada à lógica de acumulação simbólica e não com a função de produção de Baumol, que depende da quantidade de trabalho. Então, a teoria do valor autorreferencial de Orléan se encaixa para explicar a determinação do valor das produções cinematográficas, porque está diretamente relacionada à conexão entre os agentes e como estes influenciam as expectativas.

### *Os Custos de Manutenção*

Mais uma hipótese do modelo de Baumol que perde validade a partir da economia digital é a da existência de estrutura de custos crescentes para o setor estagnante. Chris Anderson (2004) cunhou o termo “*long tail*” (ou cauda longa) para definir fenômeno que intensifica-se no fim do século XX através da internet. O termo *long tail* é derivado de expressão estatística em que existe uma curva com distribuição decrescente que nunca atinge o eixo (nunca alcança valor igual a zero). A ideia consiste em afirmar que produtos de baixa procura poderiam impulsionar vendas de firmas (pois a área correspondente ao nicho torna-se cada vez mais significativa e com viabilidade técnica e econômica de fornecimento de bens e serviços). O fenômeno é possível graças à reduzida estrutura de custos de produção, estocagem e distribuição envolvidas na economia digital, o que permite maior variedade de bens ofertados. Através desta dinâmica, é viável atender nichos de mercado que antes eram considerados pouco importantes (quando firmas focavam em produtos com maior volume de vendas) e direcionar parte da produção para segmentos de mercado.

Diferente da indústria cinematográfica padrão, a Netflix dá igual destaque e espaço para os grandes filmes de Hollywood e para títulos não tão conhecidos, lançados com menos verba e menos repercussão na mídia padrão. Notamos um conceito que define a base de

negócios da Netflix, onde os filmes ganham espaço não por seu sucesso de bilheteria e sim pela probabilidade calculada pelo sistema de sugestões para que o filme seja do gosto do usuário. E esse conceito só é aplicável à Netflix por ela ser uma plataforma virtual, com baixos custos de armazenamento de produtos, pois, em uma locadora padrão, onde o espaço físico é restrito, jamais seria possível tratar todos os títulos com a mesma importância. Primeiro, porque, quando falamos de um arquivo digital, um mesmo arquivo é acessado por todos aqueles que estiverem consumindo simultaneamente o seu conteúdo, e, em um ambiente físico, para que várias pessoas possam consumir simultaneamente o mesmo título, são necessárias diversas cópias do mesmo, pois é inviável tanto economicamente quanto estruturalmente, adquirir múltiplas cópias de todos os filmes no recinto de uma videolocadora, então a decisão mais recomendada do ponto de vista econômico é justamente a de ter um número de cópias calculado de acordo com o sucesso de cada título.

Outro fator é a facilidade de acesso. Encontrar, em mídia física, um filme de pouco sucesso que foi lançado somente em algum país distante e não tem tradução pode ser um trabalho bastante árduo. Porém, quando falamos de *streaming*, esse filme pode ser acessado de qualquer parte do mundo e ter seu conteúdo traduzido em algum outro lugar do globo, somente inserindo as legendas no sistema como um segundo arquivo.

Atualmente, com a individualização da distribuição de conteúdo foi possibilitada pelos sistemas de recomendação realizarem uma filtragem do conteúdo, sugerindo ao usuário determinadas obras em detrimento de outras. Cada plataforma tem seus próprios critérios para definir o que priorizar em seu sistema de sugestões, no caso Netflix, os algoritmos de avaliação e recomendação se baseiam na análise de um grande volume de dados, *Big Data*, coletados a partir dos padrões de uso dos usuários. *Big Data*, ou Mega Dados, é um termo da tecnologia da informação que se refere a um grande conjunto de dados armazenados, e é amplamente utilizado hoje em dia para nomear conjuntos de dados complexos. Quando um usuário entra na plataforma, ele gera informações, dados, sobre seus hábitos de consumo. Cada ação do usuário gera informações e articular esse conhecimento para fins econômicos é o que está por trás do *Big Data*.

O fenômeno é possível graças à reduzida estrutura de custos de produção, estocagem e distribuição envolvidas na economia digital, o que permite maior variedade de bens ofertados. Através desta dinâmica, é viável atender nichos de mercado que antes eram considerados pouco importantes (quando firmas focavam-se em produtos com maior volume de vendas) e direcionar parte da produção para segmentos de mercado. Isto permite uma maior segmentação da oferta cinematográfica, fazendo com que produção não seja focada

exclusivamente em filmes destinados ao consumo de massa e que, muitas vezes, possuem cunho estético questionável por parte significativa de público que era deixado de lado.

Desta forma, as análises baumolianas só podem se aplicar numa fase essencialmente industrial. Por exemplo, não é mais possível afirmar que, hoje, os custos de manutenção do setor ligado a essas atividades aumentaram: o caso da Netflix e do desenvolvimento intensivo dos mercados de *Big Data* são fatores que ressaltam uma diminuição destes custos. Devido a essas características, os aumentos dos custos artísticos não significa que haja a verificação das teses de Baumol, pois, segundo o autor, as artes tenderiam a custar cada vez mais, enquanto observamos o surgimento de plataformas através da internet, como Netflix, Youtube e Spotify, onde os custos estão diminuindo.

## PARTE II: ANÁLISES EMPÍRICAS: um estudo comparativo

Aqui, evidenciaremos a forma como as indústrias cinematográficas dos Estados Unidos, França, Argentina, Itália e Brasil surgiram e como foi o comportamento delas ao longo do tempo, no intuito de identificarmos em qual tipo de regulação mesoeconômica cada indústria se encontra e, assim, enquadrá-las em uma regulação.

O que analisaremos aqui serão as formas de regulação que os países apresentam, sendo elas estritamente *privadas*, na qual o Estado não participa do fomento das indústrias cinematográficas; *mistas*, tendo o Estado participando com parte significativa do financiamento através de leis de incentivos, subsídios e agências centrais focadas na questão do fomento à cultura; e *públicas*, na qual o Estado participa quase que completamente do financiamento do cinema. Estas definições não são fixas e podem conter variações, como veremos a seguir.

Ao falarmos em ‘participação do Estado’, podemos ressaltar a relevância do financiamento estatal ao cinema em si, porém, existem outras formas mais sutis nas quais a administração estatal fomenta a cultura e, conseqüentemente, as indústrias cinematográficas, como através de leis que garantem a exibição dos filmes nacionais em uma determinada quantidade de sessões ou dias (cotas de tela), leis que garantem que os canais de televisão sejam obrigados a financiar parte dos filmes cinematográficos para continuarem a possuir a concessão da transmissão, entre outras. Analisaremos Estados Unidos, Itália, França, Argentina e Brasil e, por fim, evidenciaremos em qual regulação cada país se encontra.

A tipologia que propomos aqui será no intuito de evidenciar as diferentes formas no fazer cinematográfico de cada país, mostrando as práticas em comum e as diferenças do setor, elucidando seu modo de regulação. Portanto, definimos que a trajetória das indústrias é de primordial importância; como surgiram as indústrias, as leis de incentivo, as agências de fomento e/ou reguladoras, as leis de cota de tela e as relações intermediárias.

Dito isto, analisaremos como cada país está disposto nas questões da regulação que propomos e ao fim faremos um quadro comparativo mostrando as convergências e divergências das indústrias, na qual definiremos em qual tipo de regulação elas se encontram.

### 3. EVOLUÇÃO HISTÓRICA DAS INDÚSTRIAS CINEMATOGRAFICAS

#### 3.1. *Estados Unidos*

Para entendermos o cinema americano e seu modo de regulação, precisamos entender como funciona o sistema de estúdio hollywoodiano. Estes são estúdios que têm a capacidade de distribuir e comercializar um filme em um nível global e essa habilidade depende em grande parte de redes extensas e relacionamentos estabelecidos com exibidores de filmes para que um filme possa aparecer nos cinemas do mundo todo na mesma data e ao mesmo tempo. Além disso, esses estúdios possuem sistemas de marketing para que o público nos diferentes países estejam conscientes acerca dos filmes que estão sendo produzidos, através de estratégias de divulgação em sites, revistas especializadas, canais de televisão etc. Não são muitas as empresas que dispõem da infraestrutura necessária para distribuir e promover filmes em tal escala; portanto, os principais estúdios de Hollywood estão limitados a uma lista relativamente curta, comumente chamada de “*Big Six*”: Columbia, Disney, Fox, Universal, Paramount e Warner (BROOKEY; ZHANG, 2018).

Existem também os chamados “mini-majors” (por exemplo, Lionsgate e Weinstein Company), e há várias produtoras independentes em Hollywood. Mas esses estúdios e empresas de produção menores geralmente dependem dos grandes estúdios para distribuição e suporte de marketing. Consequentemente, a participação de mercado para esses “maiores” compõe a maioria das receitas globais de bilheteria.

Os Estados Unidos romperam intencionalmente com a tradição europeia de apoio às artes e mantiveram um suporte financeiro direto limitado para a maior parte de sua história. Essas circunstâncias resultaram no envolvimento limitado do governo nas artes dos EUA. Esta posição mudou em 1965 com a formação do *National Endowment for the Arts* (NEA), uma agência independente do governo federal dos Estados Unidos que fornece financiamento e apoio para as artes. Enquanto a NEA formalizou um papel para o envolvimento do governo no nível nacional e incentivou o desenvolvimento no nível estadual, os níveis de financiamento público permaneceram limitados e modestos, usando políticas públicas para diversificar as fontes de receita para as organizações culturais e artísticas. As organizações não governamentais de artes e cultura sem fins lucrativos contam com uma combinação de subsídios indiretos e diretos e renda recebida como fontes primárias de receitas.

Globalmente, o mito e a magia do “*Studio System*” dos EUA para filmes são amplamente reconhecidos. Hollywood domina a indústria cinematográfica e é a força com a

qual outros lugares e sistemas de produção devem competir. O sucesso comercial deste sistema levou outros países a apoiar a produção e distribuição de filmes nacionais para competir no mercado.

O “*Studio System*” oferece um mercado funcional para obras com estilos populares. Não funciona, no entanto, para todo o espectro de filmes, particularmente aqueles que não são comercialmente viáveis. Filmes pequenos, de baixo orçamento e independentes muitas vezes lutam para garantir financiamento e distribuição. Em resposta aos méritos dessas produções, organizações de cinema sem fins lucrativos surgiram para preencher o nicho.

A partir dos anos 1980, Hollywood passou ser chamada de “Nova Hollywood” em contraposição ao modo antigo de se fazer cinema nos EUA. Esta nova Hollywood surgiu de uma lenta reestruturação da cadeia produtiva que ocorreu entre 1950 e 1970 e resultou em um novo modelo e nova estética do cinema popular.

Hollywood tem sido identificada ao assumir a forma de uma aglomeração densa de empresas de produção de filmes cinematográficos e serviços auxiliares, juntamente a um mercado de mão de obra peculiar. Assim, quatro principais mudanças tiveram impactos relativamente fortes na indústria hollywoodiana. São eles:

*i)* a penetração de novas tecnologias computadorizadas em todos os estágios do processo de produção e distribuição de filmes; *ii)* a bifurcação do sistema de produção entre grandes estúdios e cinema independente; *iii)* a intensificação da descentralização geográfica das atividades cinematográficas fora do complexo central de Hollywood; e *iv)* a fusão dos principais estúdios (*majors*) em conglomerados de mídia gigantes cuja escala de operação não é nada menos que global.

A regulação do cinema americano se dá em um formato privado, no qual as grandes empresas e conglomerados de cinema se estabeleceram desde o início do século XX e continuam a ditar as regras da indústria, uma vez que subsídios públicos são praticamente nulos.

Filmes pequenos, de baixo orçamento e independentes muitas vezes lutam para garantir financiamento e distribuição. Em resposta aos méritos dessas produções, organizações de cinema sem fins lucrativos surgiram para preencher o nicho. Além disso, o interesse direto dos governos estaduais em atrair produções cinematográficas por meio de incentivos financeiros começou com uma lei tributária do estado da Louisiana, em 2002, que buscava competir com os incentivos à produção cinematográfica canadense. O programa de incentivo fiscal da Louisiana não foi projetado para apoiar a indústria cinematográfica no estado, mas sim para construí-lo, atraindo os *players* de Hollywood com “Incentivos de Produção de

Filmes” (MPI’s), impulsionando o número de estados com MPI’s de 5 para 44 estados entre 2002 e 2010.

Após quase 10 anos de experimentação, muitos Estados que implementaram incentivos à produção cinematográfica não conseguiram obter crescimento econômico de longo prazo como resultado de suas políticas. Embora os contribuintes tenham fornecido aproximadamente US \$ 1,5 bilhão em subsídios para filmes em 2010, as evidências sugerem que esse dinheiro beneficiou desproporcionalmente as empresas de produção, ao mesmo tempo em que produziu custos líquidos para os estados que pretendiam se beneficiar da expansão da indústria cinematográfica. Embora o debate ainda aconteça (particularmente na *Motion Picture Association*), vários estudos mostraram agora que os programas de MPI não se pagam nem criam muitos novos empregos. Como as produtoras tendem a preferir trazer seus próprios funcionários altamente qualificados em vez de contratar novas equipes em seus locais de filmagem, o emprego local relacionado à produção cinematográfica tende a ser mão de obra não qualificada, como cabeleireiro e bufê, que não constrói fundações econômicas fortes. Além disso, os subsídios para filmes têm sido muito mais caros do que os inicialmente orçados, com as receitas de produção de filmes não conseguindo superar o custo dos subsídios fornecidos (GALLAGHER; AUGHINBAUGH; VOSS, 2018).

### 3.2. França

Nenhum outro país do mundo pode afirmar ter desenvolvido um aparato estatal em prol das produções cinematográficas como a França. Ao longo dos anos, uma estrutura de apoio cada vez mais complexa surgiu no país, na qual garantias e subsídios públicos coexistem com incentivos fiscais direcionados a investidores privados. Apoiada por subsídios estatais e parcialmente protegida da hegemonia de Hollywood, a indústria cinematográfica francesa tem sido tradicionalmente um modelo a ser seguido pelos demais países.

É importante ressaltar que o esquema de financiamento público da França é complementado com vários mecanismos destinados a facilitar ou incentivar o investimento privado na produção cinematográfica por meio de esquemas de crédito fiscal para investidores privados ou empresas de produção. O Centro Nacional do Cinema e Animação (*Centre national du cinéma et de l’image animée*) – CNC é o maior responsável pelo subsídio à indústria cinematográfica francesa. Criado em 1946 e reformado em 2009, o CNC é uma instituição público-administrativa, sob a tutela do ministro da Cultura e dirigida por um

presidente. A instituição é dotada de autonomia financeira, sendo a unidade de concepção e implementação de políticas públicas do Estado na área do cinema e do audiovisual.

O orçamento do CNC é financiado, sobretudo, por três taxas: i) *Taxa Especial Adicional (TSA)* - essa taxa corresponde a 10,9% do preço dos ingressos<sup>7</sup>; ii) *Taxa incidente sobre os editores e distribuidores de televisão*, na qual os editores de serviços de televisão têm uma taxa única de 5,5% das receitas de publicidade e apadrinhamento e os distribuidores de serviços de televisão têm uma taxa progressiva, indo de 0,5% a 4,5% das assinaturas de televisão; e iii) *Taxa incidente sobre DVD's*, na qual 2% do valor das vendas ou dos aluguéis são recolhidos pela entidade. É importante ressaltar que tal sistema funciona porque repousa sobre uma bilheteria declarada ao CNC, sobre receitas televisivas reguladas e regulamentadas pelos poderes públicos, sobre o controle do Conselho Superior do Audiovisual (CSA) e sobre o controle individualizado das taxas cobradas sobre os DVD's.

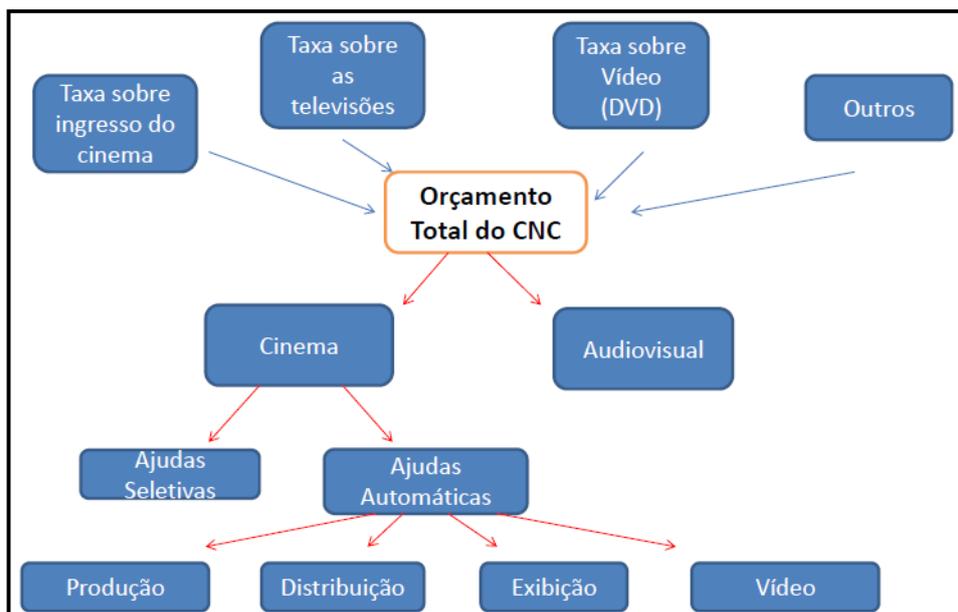
Ao contrário do que se possa imaginar, o cinema francês não está sob tutela de um organismo centralizador e burocrata. Os apoios partilhados pelo CNC são, em sua maioria, apoios automáticos que dependem somente do resultado dos filmes nas salas de cinema e televisão. Esses apoios automáticos podem ser considerados um esquema automático de redistribuição que beneficia a cadeia industrial cinematográfica. No *apoio automático à produção*, a verba é destinada à produção de novos filmes de longa ou curta-metragem, independente do idioma, podendo também ser coproduções. O montante é calculado em função das entradas nas salas de cinema, dos direitos de teledifusão e da exploração em vídeo (dos filmes que obtiveram aprovação de produção do CNC). Existe também o *apoio automático à distribuição, à exibição e à edição de vídeo*, todos com sistemas claros de redistribuição e pouco burocráticos.

Há também os apoios seletivos, que se comportam como fiadores da diversidade cultural e são utilizados no intuito de renovação dos talentos e descoberta de novos artistas. É o caso do “Adiantamento das Bilheterias” (*Avance sur recettes*). A pedido dos roteiristas, diretores ou produtores, o adiantamento pode acontecer antes da realização do filme ou após sua realização. Existem também adiantamentos para roteirização, desenvolvimento, curtas-metragens, distribuição, exibição, coproduções internacionais, apoio para filmagens em locações, etc.

---

7 A título de informação, existem outras duas taxas incidentes sobre os ingressos de cinema: a TVA (taxa sobre o valor agregado), de 5,2 %, e a SACEM (Sociedade dos autores, compositores e editores musicais) onde 1% é destinado aos compositores de músicas de filmes.

Figura 1: Esquema Simplificado do Mecanismo de Financiamento da CNC



Fonte: CNC, 2018. Elaboração própria.

Ferramentas fiscais e bancárias também fazem parte do fomento ao cinema francês, como:

- i) *Créditos de Impostos*, que a partir da Lei das Finanças de 2004, implementou um crédito de imposto beneficiando os produtores de cinema, à título das despesas dos filmes que eram efetuadas em território francês e gerando acesso ao apoio automático à produção. Este mecanismo permite que produtores franceses possam se beneficiar de uma diminuição de impostos no equivalente a 20% do orçamento do filme, com um teto de 500 mil euros por filme, quando a filmagem e a pós-produção acontecem na França;
- ii) as Sociedades de Financiamento da Indústria Cinematográfica e Audiovisuais (*Sociétés pour le financement des industries cinématographiques et audiovisuelles*) – SOFICA, criada em 1985, elas constituem empresas de investimentos destinadas à coleta de fundos privados exclusivamente destinados ao financiamento da produção cinematográfica e audiovisual. A SOFICA tem como objetivo principal facilitar a arrecadação de fundos privados para injetar na indústria cinematográfica em troca de benefícios fiscais, podendo ser gerenciados por e iniciados por profissionais do cinema ou por bancos;
- iii) Instituto de Financiamento do Cinema e das Indústrias Culturais (*Institut pour le Financement du Cinéma et des Industries Culturelles*) – IFCIC, é especializado em acompanhamento dos bancos que trabalham com o cinema, permitindo resolver problemas particularmente cruciais da produção - mais ainda para os produtores independentes, o da

tesouraria por ocasião das filmagens e da pós-produção. Como efeito, a maior parte dos contratos de cofinanciamento dos filmes é paga no ato da entrega da cópia. O IFCIC, graças a um financiamento por parte do CNC e o Ministério da Cultura, garante até 70% do crédito concedido por um banco a uma produção cinematográfica.

Quadro 1: Etapas do desenvolvimento do cinema francês

1944	Criação do CST - Comitê Técnico Superior da imagem e som
1946	Criação do CNC pela lei de 25 de outubro de 1946
1948	Criação do imposto adicional especial (TSA)
1953	Criação de um fundo de desenvolvimento da indústria cinematográfica
1985	Criação da SOFICA
1994	Estabelecimento de apoio financeiro para edição de vídeo
2004	Criação da Lei de Finanças
2006	Lançamento do Fundo de Inovação Audiovisual
2009	Reforma do CNC

Fonte: CNC (2018). Elaboração própria.

### 3.3. Argentina

O cinema da Argentina tem sido historicamente um dos mais desenvolvidos da América Latina. Ao longo do século XX a produção cinematográfica argentina, apoiada pelo Estado e executada através do trabalho de uma longa lista de diretores e artistas, converteu-se um dos principais países produtores de língua espanhola.

Dois anos após a saída do presidente Juan Perón, em 1957, lobistas de interesse da indústria cinematográfica atuaram junto com o Congresso do país no intuito de criar um instituto que administrasse e regulasse a atividade cinematográfica de forma sistêmica. Assim, em 1959, foi criado o Instituto Nacional do Cinema (INC), estabelecido com base na Lei do Novo Cinema. O INC teve como prioridades supervisionar:

i) O desenvolvimento do cinema argentino como indústria, negócios, arte e meio de comunicação e educação;

- ii) A garantia da liberdade de expressão para o cinema, semelhante à da imprensa;
- iii) A criação de uma organização dependente do Ministro da Educação e Justiça que seria transferida para o Diretor-Geral de Entretenimento;
- iv) A categorização de filmes para exibição em termos de qualidade, de acordo com duas categorias: “A”, o que significava que os filmes receberam exposição obrigatória por terem recebido suporte estatal; e “B”, os filmes não eram obrigados a serem exibidos, de financiamento majoritariamente privado;
- v) Um sistema de aprovação de classificação das salas de cinema e uma determinação dos ciclos de exibição e o percentual de pagamento que os expositores receberiam por filme nacional;
- vi) Um sistema de classificação de filmes para proteger crianças menores de idade;
- vii) Um fundo de desenvolvimento cinematográfico que recebeu receitas de um imposto de 10% sobre as admissões de bilheteira, bem como um imposto sobre as importações de filmes;
- viii) A autorização de benefícios econômicos para a indústria (créditos bancários, créditos fiscais, empréstimos especiais para projetos de filmes, equipamentos de filmes, etc.); e
- ix) A distribuição de filmes da categoria “A” para o exterior (FALICOV, 2018).

A criação de outras leis ajudou a fortalecer a indústria cinematográfica argentina, porém, devido às instabilidades políticas, essas leis acabaram não se solidificando, atingindo a administração do INC de 1957 a 1967. Durante esta década volátil, nada menos do que 10 diretores da instituição passaram pelo cargo, criando um ambiente de ceticismo de liderança dentro do setor de produção cinematográfica, bem como uma desconfiança geral da sociedade nesta instituição do Estado, que continuaria ao longo da existência do INC.

Em 1994, foi aprovada pelo Congresso a Nova Lei do Cinema (La Nueva Ley del Cine), construída sobre uma lei existente de 1969 que estipulava que 10% do valor de cada ingresso de cinema comprado nos cinemas seria destinado à produção cinematográfica nacional. Esta nova lei foi constituída e modificada para refletir as mudanças nas práticas de exibição dentro da sociedade na época, como a prevalência da televisão (aberta e a cabo) e do vídeo. Então, a Nova Lei do Cinema surgiu porque a televisão se tornou um consumo de massa, como declarou o diretor de cinema argentino Luis Puenzo: “A televisão tornou-se o novo espaço para assistir a filmes, em vez de cinemas. Então, essa lei de 10% não é mais viável. Queremos corrigir essa situação e compensar esse deslocamento da receita da exposição”. Assim, a nova lei desenvolveu novos mecanismos para obtenção de receita para o setor no intuito de expandir a base de financiamento para a produção cinematográfica nacional. Isso deu uma compensação financeira aos produtores cinematográficos que puderam

garantir acordos de exibição com empresas de televisão, cabo e vídeo para exibirem seus filmes (FALICOV, 2018).

Por fim, na intenção de descentralizar e estabelecer ligação com outros setores do audiovisual, a organização do INC foi dissolvida e, a partir de então, passou a constituir relações com os setores como televisão pública e a cabo, vídeo, etc. Por conta dessa união dos setores, o nome do INC foi mudado para Instituto de Cinema e Artes Audiovisuais (INCAA) em 1996. Paradoxalmente, enquanto o governo adotava uma postura econômica liberal e desregulamentava a economia, mantinha o protecionismo e incentivos à produção cinematográfica.

Quadro 2 : Etapas do desenvolvimento do cinema argentino.

Lei do Cinema Novo, 1959	Criado o Instituto Nacional do Cinema (INC), no intuito de regular e fomentar o cinema na Argentina.
Nova Lei do Cinema, 1994	Construída a partir de uma lei de 1969, desenvolveu novos mecanismos para obtenção de receita para o setor no intuito de expandir a base de financiamento para a produção cinematográfica nacional, como os 10% retidos dos ingressos.
Criação do INCAA, 1996	O INC é dissolvido e passa a constituir relações com os setores como televisão pública e a cabo, vídeo, etc.
Espaços INCAA, a partir de 1996	O INCAA passa a comprar salas de cinema com o objetivo de exibir filmes argentinos, concretizando o objetivo primordial de promover, fomentar, fortalecer e acompanhar a exibição da produção audiovisual argentina.
Lei da Cota, 2006	Lei que exige que cada sala de cinema seja obrigada a exibir pelo menos um filme por trimestre

Fonte: INCAA, 2018. Elaboração própria.

### 3.4. Itália

Em 1965, o Estado italiano reconheceu a indústria cinematográfica como de importância cultural, econômica e social. Foi criada uma lei que estabeleceu o FUS (*Fondo Único per lo Spettacolo*) como a instituição legal exclusiva responsável por apoiar diferentes atividades artísticas e culturais, incluindo ópera, cinema, música, dança, teatro e teatro e artes circenses.

Em 1985, uma lei criou um fundo especial proveniente do Estado, que foi acoplado ao FUS e passou a ser revisado todos os anos pela lei orçamentária, tendo como objetivo financiar as artes performáticas italianas, com uma seção especial para o cinema. De acordo com a lei de 1985, 25% do total do fundo deveriam ser destinados à produção

cinematográfica. A partir de 1990, o FUS diminuiu constantemente em termos reais e em percentagem do PIB. Inicialmente, em 1985, o montante dado à produção cinematográfica era de 150 bilhões de liras (algo por volta de 75 milhões de euros), uma quantidade notável considerando que a receita agregada do cinema italiano no mesmo ano foi de aproximadamente 153 bilhões de liras (80 milhões de euros) (MELONI; PAOLINI; PULINA, 2018).

Em 1990, os percentuais fixos para vários setores foram abolidos. A partir de então, os percentuais para o cinema italiano atingiram uma porcentagem anual de aproximadamente 18% e esses fundos foram principalmente utilizados para financiar novos filmes, com base em um projeto apresentado ao comitê do Ministério da Cultura, onde uma seção foi reservada para novos diretores e produtores. Outra pequena parte foi reservada para filmes curtas-metragens, festivais de cinema e premiações diversas.

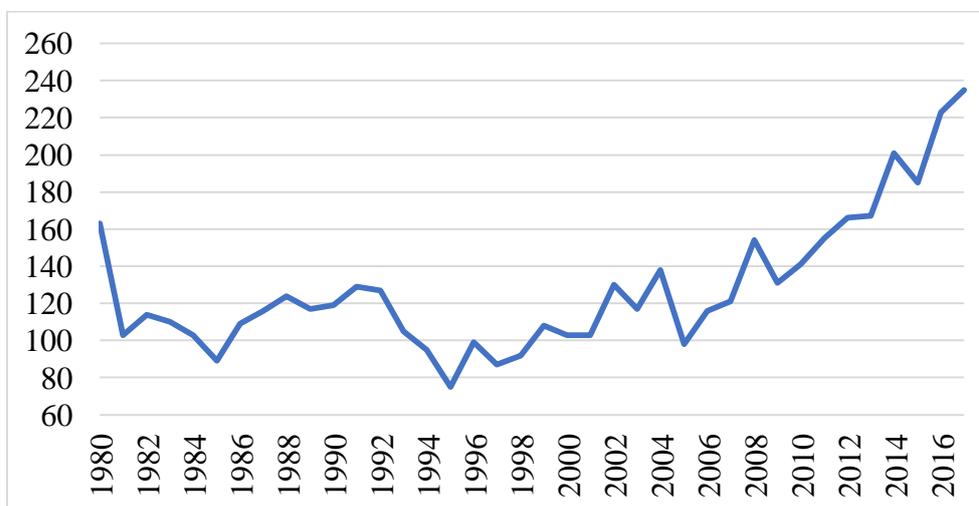
A ajuda financeira para a produção de novos filmes, originalmente, era dada principalmente por empréstimos a uma taxa de juros muito baixa. Mas o financiamento recebido deveria ser reembolsado apenas se houvesse retornos líquidos de produção e apenas parcialmente. Além disso, muitas vezes a empresa produtora do filme foi dissolvida após a produção e nenhuma sanção foi dada pela violação das obrigações de reembolso. Assim, apenas uma pequena parte dos empréstimos foi recuperada. Posteriormente, uma variedade de subvenções foi adicionada aos empréstimos. Os critérios para a atribuição do auxílio sofreram mudanças contínuas na tentativa de melhorar a sua eficácia: de um modo geral, inicialmente os parâmetros relevantes, além da qualidade cultural dos filmes, foram a coerência e articulação do tema, a reputação do diretor e dos artistas e suas características tecnológicas e organizacionais. Em 1997, os Comitês para a atribuição dos fundos foram reformados. Uma grande mudança ocorreu em 2004, com a lei intitulada “Reforma das regras para a matéria das atividades cinematográficas”. Giuliano Urbani, ministro do Ministério do Patrimônio Cultural e Atividades e Turismo, durante o governo de Berlusconi, promoveu essa reforma. A principal mudança nessa lei foi a introdução de uma contribuição sobre as receitas dos filmes para impulsionar a produção de filmes de qualidade (MELONI; PAOLINI; PULINA, 2018).

A partir da década de 1990, principalmente sob o comando do primeiro Ministro Silvio Berlusconi, a Itália passou por um processo de privatizações das empresas públicas e estatais, o que também atingiu o fomento à cultura, inclusive no que diz respeito à indústria cinematográfica. No começo dos anos 1990, o governo italiano empreendeu várias iniciativas para privatizar o patrimônio cultural e as artes. Essa privatização não envolveu somente a simples substituição do ator público por um privado (por exemplo, proprietários ou gerentes).

O processo de privatização foi uma inserção gradual e diferenciada de atores, interesses e objetivos introduzidos dos setores privado e sem fins lucrativos no campo da política cultural. A variedade de iniciativas empreendidas pelo governo pode ser descrita de três maneiras. Em primeiro lugar, a alienação e securitização de imóveis históricos estatais (por exemplo, através de intermediação de propriedade e venda de imóveis históricos estatais na forma de títulos); em segundo lugar, a criação de empresas mistas e entidades para gerir e promover o patrimônio cultural e as artes; e, em terceiro lugar, a introdução de atores privados na formulação e implementação de políticas públicas culturais (PONZINI, 2010).

Prado (1994) mostra que o processo de privatizações na Itália inseriu as empresas estatais em um tipo de articulação público-privada e, particularmente, a combinação de estratégias empresariais, planejamento e fontes de financiamento organicamente articuladas por um padrão de intervenção estatal capaz de responder às exigências de acumulação capitalista, no qual todo o plantel de empresas estatais relevantes se subordinava a duas *super-holdings* públicas, mas de gerência privada, que foram privatizadas nos anos 1990 e dissolvidas em 2002.

Gráfico 1: Lançamentos de Filmes Italianos (1980 - 2017)



Fonte: CINETEL (2018). Elaboração própria.

No Gráfico 1, dos lançamentos de filmes italianos por ano, é possível constatar um declínio na produção a partir de 1992, quando as privatizações entraram em vigor. O setor sofreu uma dura queda e, a partir de então, novas reformas foram feitas para que a produção voltasse a crescer.

Uma reforma no FUS teve como objetivo a distinção entre filmes que eram de ‘interesse cultural nacional’ e filmes que eram ‘produções nacionais’, estabelecendo regimes de financiamento diferente para cada um. De acordo com essa lei, para um filme ser reconhecido como uma ‘produção nacional’ era exigido que fosse feito por uma empresa que fosse registrada, tivesse a maioria do seu capital social, fizesse a maior parte de seus negócios na Itália e pagasse impostos ao Estado italiano. Além disso, um recém-formado “Comitê Consultivo para o Cinema” (*Commissione consultiva per il cinema*) foi encarregado de declarar que os filmes eram de “interesse cultural nacional” e, portanto, tinham direito a um subsídio.

Depois de selecionados, os filmes de ‘interesse cultural nacional’ eram submetidos ao ‘Comitê para o crédito cinematográfico’, que tomava decisões sobre a capacidade de empréstimo dos seus produtores e o empréstimo máximo a que tinham direito. Em termos financeiros, as produções reconhecidas como ‘filmes de interesse cultural nacional’ poderiam tirar proveito do Fundo de Participação (*Fondo di Intervento*), auxiliado pelo Fundo de Garantia (*Fondo di Garanzia*). O Fundo de Garantia foi criado para apoiar os custos dos filmes de ‘interesse cultural nacional’, e sua dotação de capital consistia em contribuições alocadas pelo Estado à indústria. A soma do dinheiro não gasto pelo Fundo de Garantia foi adicionada - através de ajustes de seis meses ao Fundo de Participação, servindo assim como uma reserva para futuras necessidades financeiras. Por meio desse sistema, o Estado garantiu 70% de qualquer financiamento concedido aos produtores não precisavam ser pagos. Um aspecto deste esquema de garantia de empréstimo atendia àqueles filmes de ‘interesse cultural nacional’, que eram a primeira ou segunda obra de diretores italianos (TETI; COLLINS; SEDGWICK, 2018).

Em contraste, ‘produções cinematográficas nacionais’ não foram submetidas à avaliação do Comitê Consultivo para o Cinema. Pelo contrário, esses filmes foram capazes de se beneficiar de facilidades de crédito a juros baixos até um valor de 3,2 milhões de euros (posteriormente aumentados em 2004 até um máximo de cinco milhões de euros). No entanto, ao contrário dos filmes de interesse cultural nacional, as produções nacionais não poderiam se abrigar sob o guarda-chuva do Fundo de Garantia, o que significa que o Estado não subscreveu o empréstimo e o produtor foi obrigado a reembolsar qualquer empréstimo na íntegra (TETI; COLLINS; SEDGWICK, 2018).

Quanto à situação atual, em janeiro de 2016, o atual Ministro da Cultura, Dario Franceschini apresentou um rascunho para uma nova lei do cinema (*Disegno di legge n° 2287 “Disciplina do cinema dell’audiovisivo e dello spettacolo”*). O objetivo desta nova lei é dar à

indústria cinematográfica italiana um marco regulatório mais funcional e menos dispendioso. De acordo com o projeto, é proposto um novo fundo, com uma dotação anual de 400 milhões de euros, destinado a estabilizar os recursos financeiros disponíveis para a indústria audiovisual. O fundo se inspira no modelo francês e será financiado com impostos derivados da indústria audiovisual. A lei tem por objetivo apoiar a produção de quatro maneiras, por meio de: *i*) créditos fiscais, *ii*) subsídios automáticos, *iii*) subsídios seletivos e *iv*) acordos de co-financiamento com instituições culturais selecionadas, como a *La Biennale di Venezia*, o Centro *Sperimentale di Cinematografia* e o *Istituto Luce-Cinecitta* (TETI; COLLINS; SEDGWICK, 2018).

Com referência aos subsídios automáticos (*contributi automatici*), o novo projeto propõe a abolição da infraestrutura existente construída em torno da promoção de filmes de ‘interesse cultural nacional’, e substituí-la por uma em que as empresas produtoras em busca de apoio serão avaliadas por uma mistura de critérios artísticos e econômicos, com avaliação do desempenho anterior de bilheteria nacional e internacional, prêmios conquistados, robustez financeira, rentabilidade e custos médios de produção. Para ser gerido por uma nova comissão (*Gruppo di Esperti*), sob a proposta, apenas 15% do Fundo será dedicado a subsídios seletivos (*Contributi Selettivi*), com o foco no apoio ao cinema artístico e cultural, o primeiro ou segundo trabalhos de diretores, jovens talentos, *start-ups* e pequenas salas de cinema (TETI; COLLINS; SEDGWICK, 2018).

Atualmente na Itália, quatro tipos de créditos fiscais estão disponíveis para produção e distribuição de filmes italianos (a definição de filme italiano é estritamente definida pela lei):

*i*) 15% de crédito fiscal para produção de filmes italianos. As produtoras de filmes italianos podem se beneficiar dele, desde que, pelo menos, 80% dos custos de produção sejam gastos na Itália, e que o montante do crédito tributário não seja superior a 3,5 milhões de euros para cada ano fiscal;

*ii*) 40% de crédito fiscal para investimentos externos em produções cinematográficas italianas. Todas as empresas não relacionadas com a indústria cinematográfica podem beneficiar deste incentivo desde que o crédito não exceda um milhão de euros por ano fiscal e que, pelo menos, 80% do montante investido seja gasto pelo produtor na Itália. O investimento externo não deve exceder 49% do custo total de produção. Se o investidor externo tiver assinado um acordo de colocação de produto no filme, ele deve investir pelo menos 10% nos custos de produção;

*iii*) 25% de crédito fiscal para a produção executiva de filmes estrangeiros. Empresas produtoras italianas que mantêm produção efetiva na Itália de um filme estrangeiro

(principalmente empregando mão-de-obra italiana ou europeia) sob encomenda de produções estrangeiras, podem se beneficiar de créditos fiscais desde que não excedam 5 milhões de euros e que as despesas na Itália não sejam superiores a 60% dos custos totais de produção; e *iv*) 10% de crédito fiscal para distribuição de filmes italianos. As empresas de distribuição italianas podem reivindicar este incentivo para os custos de distribuição, mas o crédito não deve ser maior que dois milhões de euros (TETI, 2019).

Quadro 3: Etapas do desenvolvimento do Cinema italiano.

Lei N° 1213; 4 de novembro de 1965	Estado italiano confirmou seu apoio e compromisso com a indústria cinematográfica .
Decreto N° 26; 14 de janeiro de 1994, revisto em 2004	Distinção entre filmes de 'interesse nacional' e 'produções nacionais', onde o governo atribuiu diferentes funções para cada tipo.
Lei N° 153; 1 de março de 1994, Artigo 8	As categorias 'primeiro filme' e 'segundo filme' são introduzidas aos filmes de interesse nacional.
Lei N° 137, 6 de julho de 2002	Novos procedimentos para melhorar a alocação de subsídios e controle.
Dec. Legislativo N° 28, 22 de janeiro de 2004	Estabelece um novo conjunto de diretrizes para a regulamentação do subsídio público à indústria cinematográfica.
Decreto Ministerial, 27 de setembro de 2004	Prescrições mais rigorosas sobre os subsídios à produção cinematográfica são introduzidas.
Decreto Ministerial, 15 de agosto de 2015	Critérios publicados que definem "interesse cultural", incluindo critérios técnicos necessários para que os filmes sejam considerados elegíveis para financiamento público.

Fonte: TETI; COLLINS; SEDGWICK, 2018. Elaboração própria.

### 3.5. *Brasil*

O primeiro passo da industrialização do cinema brasileiro se deu com as empresas Cinédia, Atlântida e Vera Cruz que podemos considerar o pioneirismo em “cinema de estúdio” na historiografia do cinema brasileiro até a metade dos anos 1950. Segundo Heffner (2009), à época, inexistia uma ação estatal voltada à regulação econômica cinematográfica, e muito menos uma atividade fiscalizadora, ou seja, o Estado ignorava a produção cinematográfica brasileira, impedindo a sua formulação e sustentação. Nota-se que as empresas brasileiras tentaram emular Hollywood no modo de produção, porém com uma visão brasileira, e não como a indústria se estruturou nos EUA. Diferentemente de Hollywood, onde a mesma empresa controlava produção, distribuição, exibição e exportação

dos filmes para o resto do mundo, no Brasil as empresas entregaram a distribuição e exibição de seus filmes para terceiros, o que restringiu as empresas em obter certos montantes de lucro (AUTRAN, 2009).

Mesmo com grandes produções durante alguns anos, a adoção de um modelo de estúdio que não adotava a prática de distribuição e exibição e, em 1954, a situação econômica das principais empresas agravaram-se, levando-as a declararem imprescindível o auxílio do governo. Na ocasião, o preço dos ingressos estava congelado em um valor muito baixo, fazendo com que o retorno lento característico do negócio cinematográfico não fosse capaz de suprir suas dívidas, junto com uma grande parcela de capital empacado e enormes dívidas bancárias. Assim, os estúdios foram à bancarrota, uma vez que ainda não existia uma política cinematográfica por parte do Estado brasileiro (AUTRAN, 2009).

Após alguns anos de ostracismo do cinema brasileiro após a falência dos principais estúdios, surge o movimento *Cinema Novo*, no qual os novos cineastas se engajam na luta social em seus filmes que, no campo da produção, tinham como projeto industrial a negação do sistema de estúdios de Hollywood, considerado dispendioso, cerceador da liberdade criativa e fruto de mecanismos de dominação comercial. O novo modelo visava assumir a precariedade técnica e incorporar o popular como elemento-chave da narrativa; tudo isso configurava uma estética ideal, na chave do realismo crítico, para mostrar o subdesenvolvimento brasileiro com base no movimento *neo-realista* italiano de baixos custos que havia fazia sucesso entre os jovens politizados da época. O Cinema Novo também se inspirou na *nouvelle vague* francesa, que também era uma oposição ao controle imposto pela indústria hollywoodiana (CARDENUTO, 2009).

Anos mais tarde, em 1964, acontece um golpe militar no Brasil, acabando com a democracia vigente e transformando o país numa ditadura. No começo dos anos da ditadura militar (1964 -1985), o movimento cinematográfico brasileiro sofria com muitas censuras aos filmes realizados e gerava, também, duras críticas da parte artística da sociedade ao *modus operanti* do novo regime (CAMPOS, 2004).

Se por um lado a ditadura podou a criatividade do cinema brasileiro em geral, por outro, na segunda metade dos anos 1960, para amenizar as críticas ao regime, sobretudo da classe artística, foram formuladas políticas de incentivo ao cinema que possibilitaram sua fase de maior sucesso no mercado nacional. Um dos marcos desse período foi a criação do Instituto Nacional do Cinema (INC) em 1966, uma autarquia federal que possibilitava a centralização e a administração do cinema no país, podendo editar normas e gerar recursos para o desenvolvimento dessa atividade (MinC, 2016, p.65). Segundo Matta (2010, p. 41),

“além da criação do INC, o principal marco da política intervencionista estatal no cinema foi a criação da Empresa Brasileira de Filmes S.A (Embrafilme), em 1969, cuja ação ditou as bases da trajetória competitiva do cinema brasileiro nas salas de exibição até 1990.”

Para Marson (2012), a Embrafilme, empresa de economia mista com capital majoritariamente estatal, era, desde então, a maior financiadora do cinema brasileiro, além de ser responsável pela sua distribuição quase que total.

Durante mais de duas décadas de atuação, [...] a Embrafilme foi responsável pela regularidade da produção do cinema no Brasil, por meio do financiamento da produção, da garantia da exibição (pela obrigatoriedade instituída via cota de tela para o cinema nacional) e da distribuição dos filmes brasileiros. Além disso, em seu período mais produtivo, a Embrafilme ajudou a proporcionar o encontro do filme nacional com o público, durante meados dos anos 70 e início dos anos 80, quando o cinema brasileiro bateu recordes de público [...] (MARSON, 2012, p.18).

Criada sob a vigência do Ato Institucional nº 5 (de 13/12/1968), quando a ditadura teve seu momento mais repressivo, a Embrafilme foi instaurada como a mais sólida agência estatal para o desenvolvimento da atividade cinematográfica brasileira. Do capital social da empresa, 70% provinham da União (na figura do MEC) e o restante de outras entidades públicas ou privadas. No plano econômico-financeiro, ela foi mantida pelo imposto retido sobre os lucros das empresas estrangeiras do setor instaladas no país. No plano político-administrativo pretendia-se a divulgação do cinema brasileiro no exterior. Cabe lembrar que, naquele momento, o cinema brasileiro mais engajado na luta social tinha grande apreço da comunidade internacional, oriundos ainda do Cinema Novo. Se em uma parte a criação da Embrafilme acalmou a classe artística, por outra desagradou profundamente, pois a criação da estatal tinha como meta o mercado externo, sem que se considerasse a expansão do mercado nacional primeiramente (AMANCIO, 2009).

Alguns pontos principais acerca das políticas implementadas pela Embrafilme durante os anos 1970:

- i) em 1970 começam os primeiros financiamentos da Embrafilme, concedidos à moda bancária: 10% juros pela tabela Price, carência de 12 meses e pagamentos em 24 meses através de promissórias avalizadas;
- ii) em 1972, para atenuar críticas da classe, foram feitas modificações no modelo operacional da empresa, que passou a operar também como coprodutora, associando-se com os riscos do empreendimento;

*iii)* também em 1972 passa a ser uma empresa pública, com autonomia financeira e administrativa;

*iv)* o Estado passa a exigir uma reserva de mercado para os filmes nacionais de 84 dias;

*v)* em 1974 a direção da estatal passa a ser de um grupo associado ao movimento do Cinema Novo; é criada a Fundação Centro Modelo de Cinema (Centrocine). A Embrafilme passa a atribuir novas funções, como: a coprodução, a exibição e a distribuição de filmes em território nacional. Houve também a criação de subsidiárias em todo campo da atividade cinematográfica e o financiamento de filmes e equipamentos da indústria.

*vi)* Com a extinção do INC, em 1975, os bens e as atribuições do instituto foram para a Embrafilme, que teve suas atribuições ampliadas. Com isso, a empresa produziu, financiou, promoveu, distribuiu e premiou os filmes nacionais, além de cuidar do lado cultural do cinema, com orçamentos ampliados por dotações, taxas e receitas diversas, todas advindas da própria atividade cinematográfica. Como era preciso uma instância reguladora, foi criado o Concine em 1976, que era subordinado diretamente ao MEC;

*vii)* Entre 1974 e 1979, a reserva de mercado imposta pelo governo evoluiu de 84 para 140 dias. Em 1977, é criada a Lei da Dobra – mecanismo que permite a manutenção do filme brasileiro em cartaz na segunda semana, caso ele supere ou iguale o índice de frequência semanal do mesmo no cinema, no semestre anterior – e o recolhimento compulsório de 5% da renda do filme estrangeiro para pagamentos dos filmes curta-metragem, tornando obrigatória sua exibição;

Por parte do Estado, durante os anos 1970 houve de modo direto o fomento das principais reivindicações do cinema brasileiro, que pode ser visto como um período de experimentação das políticas propostas pela classe cinematográfica, através de um canal legítimo de representação no interior das agências governamentais (AMANCIO, 2009).

Durante os anos 1980, a Embrafilme passou por algumas crises; de cunho econômico, que o país atravessava e também com a reorganização e redemocratização da sociedade civil, reduzindo o número de filmes produzidos, que necessitava de uma produção de maior padrão para ser mais competitivo e passou ainda por um processo de difamação na imprensa, baseada em supostos favorecimentos e corrupção. Devido a todas essas crises, gerou-se uma crise interna de representação e a essa altura, o diretor-geral da empresa surge na figura de Celso Amorim, um embaixador vindo dos quadros do Itamaraty, invertendo a ordem de continuidade até então. A ideia de um cinema comercial, voltado diretamente para o mercado e associado diretamente ao Estado configurava em um modelo centralizador, no qual haveria

pequenos grupos com grandes investimentos, que ameaçavam a viabilidade dos pequenos produtores, colocando-os à margem da legitimação comercial.

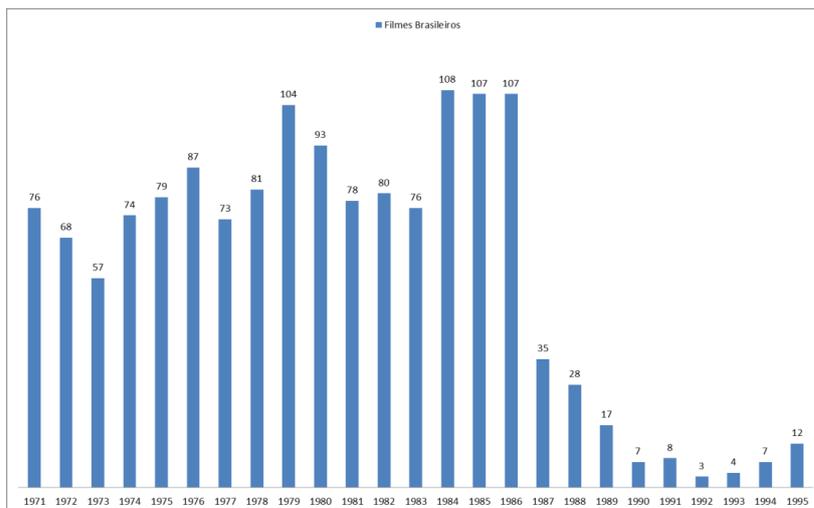
O aumento da inflação fez com que os orçamentos ficassem cada vez mais difíceis e problemáticos, exigindo reajustes constantes. Segundo Amancio (2009, p. 107) “os reajustes vigoravam desde a década anterior e se transformaram num pesadelo para a administração, que via crescer de maneira espantosa o número de aditamentos aos contratos originais. O controle financeiro [...], chegou a ser quase impossível” (AMANCIO, 2009, p. 107).

Em julho de 1986 é criada a Lei Sarney, dispondo sobre a renúncia fiscal para a produção de projetos culturais. Assim, os filmes da Embrafilme começam a ter que competir com outros projetos artísticos e culturais e necessitavam completar seus orçamentos com verbas externas. Em 1988 foi criada a Fundação do Cinema Brasileiro, com o objetivo de operacionalizar os documentários e os curtas-metragens em seu lado cultural (AMANCIO, 2009).

Com a chegada do presidente Fernando Collor à presidência da República, em 1990, acontece a extinção da Embrafilme, do Concine, da Fundação do Cinema Brasileiro e da Lei Sarney, o que é tido como o encerramento de um ciclo da história cinematográfica brasileira. E não somente porque o cinema brasileiro perdeu seu maior financiador e distribuidor, mas principalmente porque perdeu seu mecanismo de proteção frente ao cinema estrangeiro. Collor também promoveu a desregulamentação da atividade, acabou com a cota de tela – ou seja, a obrigatoriedade do filme nacional ficar em cartaz numa quantidade mínima estipulada de dias - e promoveu a abertura irrestrita ao cinema norte-americano, que tomou conta das salas de exibição, confirmando sua hegemonia (MARSON, 2012).

A ruptura da sólida ligação entre Estado e o cinema brasileiro representou um forte abalo no setor, desestruturando-o totalmente. Com isso, as reações do campo cinematográfico não podiam ser diferentes: a ideia de morte do cinema brasileiro, o descrédito em relação à possibilidade do fazer cinematográfico e a solução individual encontrada nas coproduções internacionais (MARSON, 2012). Podemos observar a ascensão e derrocada a partir do Gráfico 2:

Gráfico 2: Lançamentos de Filmes Nacionais – 1971 a 1995



Fonte: FilmeB, 2018. Elaboração própria.

Nota-se que em 1971 o cinema brasileiro já lançava uma quantidade consideravelmente grande de filmes. A chamada Era de Ouro (1971 – 1987) apresentou, em geral, uma grande quantidade de filmes lançados por ano. Fica claro que a Embrafilme era uma peça fundamental da indústria cinematográfica brasileira quando olhamos para os números de lançamentos a partir de 1990, que caiu de 107 filmes nacionais lançados em 1987 para somente sete em 1991, 8 em 1992 e três em 1993, quando o cinema nacional entra em colapso. É possível notar a tendência de queda apresentada a partir de 1988, resultante da crise econômica e social, vista a partir do esgotamento dos Planos Cruzado, Bresser e Verão e, acima de tudo, da crise dentro da própria Embrafilme.

Em 1991 é criada a Lei Rouanet (nos mesmos moldes da Lei Sarney), que tem por objetivo a criação de um mecanismo de fomento à cultura através de deduções de renda tributável que possibilitou empresas e cidadãos a aplicarem parte do imposto de renda em ações culturais, em que o cinema teve que concorrer com todos os outros tipos de arte em financiamento. Em 2001, sob o governo de Fernando Henrique Cardoso, é criada a Agência Nacional do Cinema (Ancine). Trabalhando sobre mecanismos da Lei do Audiovisual, criada em 1993, a agência criou as condições para um novo processo que estava acontecendo, o chamado *Cinema da Retomada*, que no final de sua primeira década, já apresentava uma produção ao nível dos anos 1970. A Ancine desempenhou um papel fundamental no desenvolvimento de uma indústria cinematográfica no Brasil, incorporando investidores privados em esquemas de financiamento e patrocinando competições para roteiristas e cineastas de estreia.

A Agência Nacional do Cinema – Ancine – foi criada através da Medida Provisória nº 2228-1, no dia 06 de setembro de 2001, no âmbito da administração federal como uma agência reguladora independente na forma de autarquia especial vinculada à Casa Civil. Aponta sua emenda:

Estabelece princípios gerais da Política Nacional do Cinema, cria o Conselho Superior do Cinema e a Agência Nacional do Cinema - ANCINE, institui o Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Nacional - PRODECINE, autoriza a criação de Fundos de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional - FUNCINES, altera a legislação sobre a Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional e dá outras providências.” (ANCINE, 2001).

Ou seja, a medida provisória visava estabelecer um novo funcionamento na relação do Estado com os agentes da indústria cinematográfica. Isso significava, dentre outras coisas, em pensar em novas instituições e organismos que fossem capazes de garantir a normatização, financiamento, regulação, fomento, sustentação econômica desse novo aparato e diretrizes para atuação desses órgãos. Para além dos artigos destinados a criar e delimitar o papel e os instrumentos da Ancine, faremos um resumo dos principais tópicos colocados na MP nº 2.228-1 e na Lei 10.454 de 2002 que dispunha especificamente sobre o Condecine. Dentre eles é possível ressaltar:

- a) A delimitação de uma série de conceitos e nomenclaturas visando estabelecer um marco normativo no setor.
- b) Definiu como princípios gerais da Política Nacional de Cinema: a promoção da cultura nacional e da língua portuguesa; garantia da presença de obras cinematográficas e videofonográficas nacionais nos diversos segmentos de mercado; responsabilidade de empresas brasileiras pela programação e pela distribuição de obras audiovisuais de qualquer origem; e respeito ao direito autoral.
- c) Cria o Conselho Superior de Cinema que é um órgão colegiado formado por 7 ministros de Estados e 5 representantes do setor. Esse órgão está ligado diretamente à Casa Civil e suas atribuições principais são de definir o PNC (Programa Nacional de Cultura); aprovar políticas para promover a autossustentabilidade da indústria cinematográfica nacional; estabelecer critérios para a distribuição da Condecine e sua composição.
- d) Alterou a legislação relativa a Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional (Condecine), determinando como fato gerador da contribuição: a veiculação, a produção, o licenciamento e a distribuição de obras audiovisuais com fins comerciais. Além disso, detalha as alíquotas, os prazos de recolhimento e os critérios de isenção. Inicialmente o Condecine se destinaria a custear a própria ANCINE, realizar

atividades de fomento ligadas ao MinC e uma parte destinada ao PRODECINE, no entanto, a partir de 2006, o Condecine passa a ser destinado ao Fundo Setorial do Audiovisual para ser utilizado na atividade de fomento.

e) Dispõe sobre os Fundos de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional (FUNCINES), que foram criados com o objetivo de atender: a projetos de produção de obras audiovisuais brasileiras; construção, reforma e recuperação de salas de exibição; e projetos de comercialização e distribuição de obras cinematográficas e de infraestrutura.

f) Criava o Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Nacional (Prodecine), e posteriormente (em 2006) o Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Audiovisual Brasileiro (PRODAV) e o Programa de Apoio ao Desenvolvimento da Infraestrutura do Cinema e do Audiovisual (PRÓ-INFRA). Os três programas e as fontes de recursos dos programas são: porcentagem da Condecine, arrecadação de multas e juros pela Ancine, remuneração dos financiamentos concedidos, doações, recursos orçamentários e abatimento do imposto de renda na fonte. Os programas eram de apoio e fomento a produção, comercialização, distribuição, exibição brasileiras e de apoio e fomento a infraestrutura técnica demandada pelo setor.

g) A medida provisória também retomava ao Estado a responsabilidade por gerar dados, relatórios e estatísticas do setor. Além disso, ela abria a possibilidade da volta de cota de tela, como previsto no Art. 57. que diz: “Poderá ser estabelecido, por lei, a obrigatoriedade de veiculação de obras cinematográficas e videofonográficas brasileiras de produção independente em outros segmentos de mercado” (ANCINE, 2002). Ainda que a prioridade fosse de autossustentabilidade do mercado, assumia-se que a cota de tela poderia voltar a ser uma estratégia de defesa da produção nacional.

Nesse cenário, a regulamentação dos serviços de comunicação audiovisual de acesso condicionado – comumente denominado de serviços de televisão por assinatura – trouxe importantes dispositivos que objetivam promover o conteúdo nacional e regional, além das produções independentes, trazendo maior eficácia ao artigo 221 da Constituição Federal vigente. A lei nº 12.485/2011 (ou Lei do Serviço de Acesso Condicionado - SeAC) determinou, assim, o que ficou conhecido como cotas de conteúdo brasileiro, prevendo não apenas a exibição de conteúdos nacionais em canais estrangeiros, como também a presença proporcional de canais brasileiros nos pacotes ofertados aos assinantes.

O SeAC unifica as regras para serviços semelhantes, que eram diferenciados por tecnologia, prevendo a transmissão de conteúdo nacional na TV paga durante o horário nobre. A autorização será concedida às empresas que preencherem as condições previstas no

Regulamento do Serviço de Acesso Condicionado, aprovado pela Resolução nº 581 de 26 de março de 2012, publicado no Diário Oficial da União em 28 de março de 2012.

Desde a publicação da referida lei, o impacto positivo na programação televisiva e na própria economia do setor são evidentes. Contudo, com a evolução da internet e acesso ao serviço de banda larga, os serviços de vídeo sob demanda – VOD - e popularização de outros meios de distribuição de conteúdo audiovisual como Netflix, aumentaram as pressões políticas para a regulamentação desses serviços, uma vez que a Lei nº 12.485/2011 não incluiu a obrigatoriedade de cotas de conteúdo para canais de programação ofertados em modalidade avulsa de conteúdo programado.

Buscando sair do eixo Rio-São Paulo, a lei objetiva claramente fomentar a produção regional, preocupação esta não prevista em legislações anteriores. Para esse fim, a legislação prevê um mecanismo de desenvolvimento regional, destinando recursos ao regulamentar as receitas do pagamento da CONDECINE pelas prestadoras. Segundo tal previsão legal, 30% do rendimento da CONDECINE deve ser destinado às produtoras brasileiras estabelecidas nas regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste, favorecendo uma construção descentralizada dos recursos do Fundo Setorial do Audiovisual. Tal disposição mostra a intenção da referida lei em quebrar com as barreiras oligopolistas na prestação do serviço, atraindo novos agentes fora do eixo tradicional e trazendo novo estímulo ao desenvolvimento econômico do país ao estimular a concorrência.

Abaixo, o Quadro 4 com os principais marcos dos ciclos de produção do cinema brasileiro:

Quadro 4: Etapas do desenvolvimento do Cinema Brasileiro.

Anos	Principais Marcos/Eventos.
1896-1914	Estabelecimento das Companhias de distribuição estrangeiras.
1920-1930	Ciclos regionais Movimentos pioneiros fascinados por filmes investiram por conta própria na produção.
1930-1950	Estúdios cinematográficos no Brasil e empreendimentos nacionais. Canídea, empresa criada em 1930. Atlântida Cinematográfica, criada em 1941. Vera Cruz, criada em 1949.
1960-1968	Cinema Novo. Televisão como novo segmento da indústria de comunicação e imagem.
1969-1989	Embrafilme - criada em 1969. 1972 criação da cópiagem obrigatória de filmes estrangeiros
1991-1993	Lei de Incentivo à Cultura: Lei Rouanet (8.313/91) Lei 8.685/93 (do Audiovisual). 1992 criação da empresa Riofilme: Política do Município do RJ.
1993-2007	2001 - Medida Provisória n. 2.228-1: criação da ANCINE, PRODECINE e FUNCINES e da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional – CONDECINE. Lei 11.437/2006 - altera a destinação da CONDECINE e revoga a Lei 8.685 de 1993 – Artigos 1-A e 3-A.

Fonte: PAGNANI; RODRIGUES; VASCONCELOS, 2009. Elaboração dos mesmos.

As produções nacionais somente foram retomadas a partir das possibilidades discutidas durante o Prêmio Resgate do Cinema Brasileiro, lançado no governo de Itamar Franco. O reposicionamento das produções através das leis de incentivo foi o acontecimento responsável por todo processo denominado de Retomada, marcando uma mudança de paradigma, na qual apresentava a intervenção direta do Estado (EMBRAFILME) e foi substituída por uma participação dos departamentos de *marketing* das empresas (STUCKERT, 2013). Os principais mecanismos legais de fomento à produção cinematográfica brasileira são<sup>8</sup>:

i) Lei Rouanet (Lei 8.313/91 ou Lei Federal do Incentivo à Cultura): Lei que permite pessoas jurídicas e físicas a investir parte do imposto de renda devido no apoio a projetos culturais, observando-se o limite anual de abatimento definido em 4% do total de impostos devidos para pessoas jurídicas e 6% para pessoas físicas. O incentivo pode ser na forma de doação ou patrocínio, em que doação seja vedado o uso de publicidade paga para a divulgação do ato. Patrocínio tem a finalidade de promoção e publicidade para o incentivador. Além da possibilidade do abatimento no imposto de renda devido do contribuinte, as empresas investem também em sua imagem institucional e em sua marca. A Lei Rouanet prevê duas modalidades distintas de incentivos:

- *Artigo 18*: Através deste dispositivo, pessoas físicas e jurídicas podem deduzir até 100% do valor destinado ao patrocínio ou doação para projetos audiovisuais de curta e média metragens, preservando a difusão das obras, desde que não seja ultrapassado o limite de 4% para pessoas jurídicas e 6% para pessoas físicas. Não há limite de captação e nem exigência de contrapartida, exceto se o projeto tiver aprovação em mais de um mecanismo de incentivo, quando a contrapartida será de 5% do orçamento do projeto.

- *Artigo 25*: Neste dispositivo as pessoas jurídicas podem deduzir do imposto de renda devido, limitado a 4% do total anual, 30% do valor aportado em patrocínio e 40% dos valores doados. Já as pessoas físicas podem deduzir do imposto de renda devido, limitado a 6% do total anual, 60% do valor aportado em patrocínio e 80% dos valores doados. O contribuinte tributado com base no lucro real poderá deduzir os valores das doações e patrocínios como despesa operacional. Nesse mecanismo não há limite de captação e nem exigência de contrapartida por parte do proponente do projeto audiovisual, exceto se o projeto estiver vinculado a mais de um mecanismo de incentivo. Em ambos os artigos, a aprovação dos projetos se dá na

---

8 As características dos principais mecanismos de fomento foram retiradas de Ancine (2018) e Stuckert (2013).

figura da Secretaria do Audiovisual, exceto quando o projeto for vinculado a outras leis ou no caso de festivais de filmes brasileiros no exterior quando a aprovação passa a ser competência da Ancine.

ii) Lei do Audiovisual (Lei 8.685/93): Estabelece três mecanismos de incentivos fiscais que possibilitam não apenas a produção de obras audiovisuais nacionais de produção independente, como também a realização de projetos nas áreas de exibição, distribuição e infra-estrutura técnica, abrangendo assim toda a cadeia produtiva da indústria cinematográfica.

-*Artigo 1º*: Permite aos contribuintes deduzir do imposto de renda devido as quantias referentes a investimentos feitos na produção de obras audiovisuais cinematográficas brasileiras de produção independente, mediante aquisição de cotas representativas de direitos de comercialização sobre as referidas obras, desde que estes investimentos sejam realizados no mercado de capitais, em ativos previstos por lei e autorizados pela Comissão de Valores Mobiliários, e os projetos tenham sido previamente aprovados pela Ancine. Os investidores pode ser pessoas físicas ou jurídicas, sendo o limite de investimento de 6% do imposto de renda devido de pessoas físicas e 4% de jurídicas.

- *Artigo 1º A*: Contribuintes poderão deduzir do imposto de renda devido as quantias referentes ao patrocínio à produção de obras cinematográficas brasileiras de produção independente, desde que tenham sido aprovados pela Ancine. A dedução prevista segue a mesma lógica: 4% para pessoas jurídicas e 6% para pessoas físicas, referente ao imposto de renda devido, sendo que somente são dedutíveis do imposto devido os valores despendidos a título de patrocínio pela pessoa física no ano-calendário a que se referir a declaração de ajuste anual e pela pessoa jurídica no respectivo período de apuração do imposto. Pessoas jurídicas não poderão deduzir o valor do patrocínio para fins de determinação do lucro real e da base de cálculo da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido. Podem captar através deste mecanismo os projetos específicos da área do audiovisual, cinematográfica de difusão, preservação, exibição, distribuição e infraestrutura técnica.

O limite do aporte de recursos dos incentivos previstos no art.1 e no art.1-A, somados, é de três milhões de reais, sendo obrigatória a contrapartida de recursos próprios ou de terceiros correspondente a 5% do orçamento global aprovado do projeto, comprovados ao final de sua realização.

- *Artigo 3º*: As importâncias pagas, creditadas, empregadas, remetidas ou entregues aos produtores, distribuidores ou intermediários no exterior, como rendimentos decorrentes da

exploração de obras audiovisuais estrangeiras em todo território nacional, ou por sua aquisição ou importação a preço fixo, são sujeitas ao imposto de 25% na fonte. Este artigo autoriza também empresas estrangeiras (distribuidoras internacionais) a abaterem 70% do imposto devido, desde que invista o referido valor em desenvolvimento de projetos de produção independente ou na coprodução de obras cinematográficas brasileiras de curta, média e longas-metragens, filmes para televisão e minisséries de produção independente. Ao aceitarem essa opção, as empresas passam a ficar isentas do pagamento da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional – CONDECINE, incidentes em 11% do crédito ou remessas enviadas ao exterior.

Quadro 5: Comparação entre as Leis Rouanet e do Audiovisual.

	LEI ROUANET	LEI DO AUDIOVISUAL – ART. 1º
<i>investidor</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▫ pessoa física – até 6% do imposto devido</li> <li>▫ pessoa jurídica – até 4% do imposto devido</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▫ pessoa física – até 6% do imposto devido</li> <li>▫ pessoa jurídica – até 3% do imposto devido</li> </ul>
<i>limite de investimentos por projeto</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▫ quando o incentivo se dá apenas através dessa lei – não há limite</li> <li>▫ quando o incentivo se através desta lei combinada com outras de renúncia fiscal – R\$ 3.000.000,00</li> </ul>	R\$ 3.000.000,00
<i>deduções p.j.</i>	Até 40% do valor investido O investimento poderá ser deduzido como despesa operacional	100% do valor investido O investimento poderá ser deduzido como despesa operacional
<i>contrapartidas exigidas do produtor</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▫ quando o incentivo se dá apenas através dessa lei – não há</li> <li>▫ quando o incentivo se através desta lei combinada com outras de renúncia fiscal – 5% do orçamento total do filme</li> </ul>	5% do orçamento total do filme
<i>órgão responsável</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▫ quando o incentivo se dá apenas através dessa lei – SAV</li> <li>▫ quando o incentivo se através desta lei combinada com outras de renúncia fiscal – ANCINE</li> </ul>	ANCINE

Fonte: Ancine (2018); STUCKERT (2013).

iii) **FUNCINES**: Trata-se de fundos de investimento de mídia amplamente definidos (semelhantes ao francês “Sofica”) que captam recursos a partir de uma combinação do Artigo 1 e fontes de *private equity* (modalidade de investimento em que um fundo levanta capital para adquirir participação em empresas já desenvolvidas e obter lucro a médio ou longo prazo com a venda). O dinheiro é investido como patrimônio líquido total no filme e é, na maioria das vezes, 100% recuperável das receitas líquidas do filme (embora não seja reembolsável no caso do fracasso comercial do filme). A Ancine deve aprovar previamente as regras para recuperação. Após o ressarcimento, o investidor mantém uma participação geralmente pequena nas receitas líquidas do filme. O projeto de capitalização por filme é de R\$ 7 milhões e os investidores são, geralmente, corretoras e seguradoras que gerenciam o Funcines. Todos os mecanismos acima podem ser combinados e usados em conjunto em um projeto de filme. No entanto, o limite global para todos os mecanismos combinados é de R \$ 7 milhões.

Os mecanismos de captação de recursos através das leis de fomento obrigam os produtores a percorrer os departamentos de *marketing* e controladoria fiscal de empresas em busca de recursos que financiem a produção. A expectativa é de que os produtores tenham um bom relacionamento com empresas para conseguir captar os valores necessários, uma vez que somente empresas de grande porte têm capacidade de investir quantias significativas quando o limite do investimento é de 4% do valor que será pago à Receita Federal. Por isso, um único investidor não consegue cobrir um orçamento de produção de longa-metragem. Assim, o produtor se torna um agente no trânsito entre a produção cinematográfica e os departamentos de *marketing* e financeiro das empresas.

Com o crescimento da produção a partir da Retomada, os mecanismos de incentivo fizeram com que algumas medidas fossem tomadas para que a exibição fosse efetuada. Assim, após um período de desuso, a Cota de Tela (ou Lei de Obrigatoriedade de Exibição de Filmes Nacionais) voltou a entrar em vigor a partir da criação da Ancine, em 2001. Em 2017 a lei foi formulada para que os complexos de uma sala devam exibir filmes brasileiros por, pelo menos, 28 dias no ano. O número mínimo de títulos brasileiros diferentes também aumenta progressivamente até chegar aos 24, para complexos com 16 ou mais salas.

Atualmente, com o parque exibidor brasileiro com 773 complexos e 3.143 salas, o mecanismo de Cota de Tela possibilitará um mínimo de 166,6 mil dias de exibição de filmes brasileiros em 2017, com uma média de 53 dias por ano para cada sala de cinema. Isso equivale a 14,5% de espaço para exibição de filmes nacionais. Está mantido o Compromisso Público, firmado por exibidores e distribuidores com a Ancine, de estabelecer uma quantidade máxima de salas de um complexo exibindo o mesmo título.

Neste capítulo observamos como cada país lidou com o processo de criação e desenvolvimento da indústria cinematográfica, o surgimento das agências de fomento, a criação de leis de incentivo etc. Este processo é de grande valia para o entendimento de como cada país regula sua indústria, porém, não é suficiente. No próximo capítulo abordaremos as análises empíricas de cada país e faremos a comparação entre eles, no intuito de identificarmos a qual regulação cada país pertence.

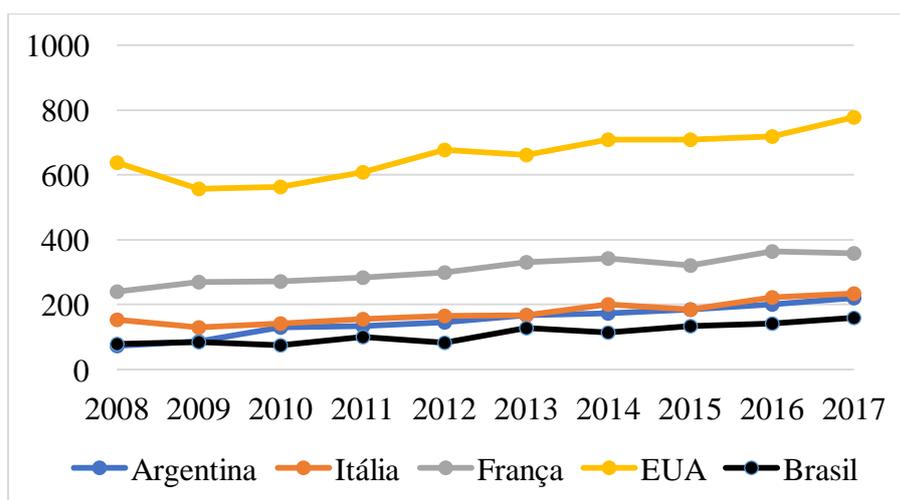
#### 4. ANÁLISE COMPARATIVA DA REGULAÇÃO DE CADA PAÍS

Tendo visto como são organizadas as indústrias cinematográficas em termos de cadeia de produção e os modos de financiamento, temos os aparatos essenciais para comparar o modelo de regulação nos EUA, França, Argentina, Itália e Brasil; observaremos e compararemos os dados cinematográficos dos cinco países e definiremos a regulação em que cada um se encontra, através de uma tipologia discricionária.

Nosso primeiro exame será a comparação entre os filmes produzidos e lançados nos cinemas de cada país de 2008 a 2017. Os Estados Unidos produziram 6.618 filmes nesse período, seguidos de 3.081 na França, 1.758 na Itália, 1.513 na Argentina e 1.098 no Brasil. Embora o Brasil tenha a menor produção ao longo do tempo, sua taxa média de crescimento é a segunda maior entre os cinco países, tendo um aumento médio de 10,2% em 2008 e 2017, perdendo apenas para a Argentina, que teve um aumento médio no mesmo período de 20,5%, enquanto a Itália cresceu 5,2%, a França 4,96% e os Estados Unidos 2,2%.

Ao compararmos o início e o fim da série no Gráfico 3, podemos perceber que a Argentina triplicou sua produção de 2008 até 2017. O Brasil vem em seguida, duplicando sua produção de filmes. Depois vem a Itália (1.52 vezes mais), França (1.49 vezes) e, por fim, os Estados Unidos, que produziram 1.21 vezes mais em 2017 do que em 2008.

Gráfico 3: Lançamentos de filmes nos EUA, França, Itália, Argentina e Brasil (2008 – 2017)



Fonte: (MPAA; CNC; INCAA; CINETEL; ANCINE; 2018); Elaboração própria.

No entanto, esse salto nas produções brasileiras não é tão bom quanto os números acima mostram. O Brasil se encontra muito aquém perto da produção dos outros países.

O circuito de exposições no Brasil ainda é muito concentrado, favorecendo uma pequena porcentagem dos filmes brasileiros. Ao observarmos o Quadro 6, podemos perceber que a quantidade de salas per capita é um dos grandes problemas brasileiros. Fica nítido que Estados Unidos, França, Itália e até mesmo a Argentina possuem um parque exibidor maior proporcionalmente, o que torna mais provável a exibição de filmes produzidos nacionalmente sem a concorrência dos filmes hollywoodianos (exceto nos EUA).

Embora os países tenham um sistema de financiamento predominantemente público (a exceção dos EUA), todos são mais bem-sucedidos em termos de fomentar produções do que o arcabouço legal do Brasil. Em termos de exposição, de acordo com o Quadro 6, o número de pessoas por tela é díspar ao comparar o Brasil com os outros países. Enquanto no Brasil é de 65.200 pessoas para cada tela de cinema, esse número é significativamente melhor para os EUA, França, Itália e Argentina, respectivamente, 8.021, 11.468, 12.474 e 47.159 pessoas por sala de cinema. Quanto menor o número, melhor o índice, porque mostra que o número de telas está aumentando mais rapidamente do que o crescimento da população.

Quadro 6: Comparativo entre EUA, França, Argentina, Itália e Brasil (2016)

2016	EUA	FRANÇA	ARGENTINA	ITÁLIA	BRASIL
População <sup>1</sup>	324	67	44	60.8	206
PIB per capita (dólares)	57 294	38 537	12 425	30 294	8 587
Receita de Bilheteria (milhões US\$)	10.280bi	1.54 bi	267.4	762	744.7
Ingressos (em milhões)	1.2bi	213.1	50.9	112.5	184.3
Preço Médio do Ingresso (dólares)	8.6	7.2	5.3	6.8	4.0
Média de Ingressos per capita	3.7	3.2	1.2	1.9	0.9
Market Share do filme nacional	93,60%	35,80%	14,40%	29,1%	16,50%
Número de salas de cinema	40392	5842	933	4874	3160
Habitantes por Sala de Cinema (em milhares)	8021	11468	47159	12474	65200

Fonte: (MPAA; CNC; INCAA; CINETÁ; ANCINE; 2017); Banco Mundial (2018). Elaboração própria.

<sup>1</sup> Estimativas de 2016, em milhões.

Como a produção do cinema brasileiro ainda é muito dependente das cadeias produtivas e não há uma diversificação como nos Estados Unidos, ou legislações que englobem a participação dos canais de televisão na produção cinematográfica, o fato de possuir poucas telas de cinema reduz as chances de se exibirem filmes nacionais no país todo. Além disso, há uma concentração dessas salas de cinema em determinadas regiões do país, o que torna ainda mais preocupante a situação do cinema nacional. Segundo dados da Ancine (2018), 53,4% das salas de cinema de todo Brasil estão concentradas na região Sudeste, enquanto na região Norte está somente 6,3% do total de salas. Como há poucos lugares disponíveis para exibir os filmes, os empresários preferem os que vão lhe garantir um melhor

retorno, ou seja, os de caráter comercial e, preferencialmente, hollywoodianos. Para se ter uma ideia, em 2017 o filme ‘Thor: Ragnarok’ ocupou simultaneamente 2073 salas de exibição, recorde da série histórica (ANCINE, 2018).

Em 39 das 52 semanas cinematográficas do ano de 2017, havia, pelo menos, um título estrangeiro ocupando simultaneamente mais de 30% das salas do parque exibidor. Desde 2014 essa quantidade de semanas vem aumentando. Apenas em uma semana um título brasileiro chegou a ocupar essa quantidade de salas (ANCINE, 2018). Conseqüentemente, um filme que fica menos tempo em cartaz terá uma receita menor do que os que ficaram mais tempo em tela. Isso nos mostra que a valorização dos filmes passa, primeiramente, pela sua exibição, pois é preciso que o filme seja exibido de alguma forma para que possa conferir algum valor à obra. Mas também, o valor dos filmes vai depender da validação social da obra, que neste tipo de produto, é intrinsecamente aleatória. Vejamos alguns exemplos de valorização aleatória neste tipo de indústria.

Quadro 7: Valorização aleatória dos filmes; em dólares

Filme	Orçamento	Bilheteria	Rendimento
Halloween (1978)	325 mil	107 milhões	32900%
Mad Max (1979)	300 mil	99 milhões	33000%
O Massacre da Serra Elétrica (1974)	83 mil	30.8 milhões	37108%
Tarnation (2003)	218	590 mil	270600%
A Bruxa de Blair (1999)	60 mil	248 milhões	413300%
Atividade Paranormal (2009)	15 mil	197 milhões	1313300%
Sahara (2005)	240 milhões	120 milhões	- 50%
O 13º Guerreiro (1999)	160 milhões	60 milhões	- 62.5%
O Álamo (2004)	145 milhões	25 milhões	- 82.7%
A Ilha da Garganta Cortada (1995)	110 milhões	10 milhões	- 90.9%
Pluto Nash (2002)	120 milhões	7 milhões	- 94.1%

Fonte: MPAA (2018). Elaboração própria.

De acordo com o Quadro 5, podemos analisar que existe certa aleatoriedade no que diz respeito ao rendimento dos filmes. Filmes que custaram algumas dezenas de milhares de dólares acabam faturando milhões nos cinemas com bilheterias enquanto alguns filmes que custaram milhões de dólares fracassam e não conseguem nem ao menos pagar os custos de produção. Assim, esse tipo de indústria contém um alto grau de valorização aleatória.

A justificativa encontrada nesta análise se dá pela população do país e sua produção. O Brasil, com 206 milhões de habitantes, produz muito menos filmes que os outros países comparados. A Argentina, menor população dos países comparados, produz mais que o Brasil,

com França e Itália tendo uma das maiores produções. Um fato que pode ser explicado a partir destas constatações é de que o PIB per capita do Brasil também é menor do que o dos outros países, que de fato é um problema estrutural brasileiro. Além deste problema, podemos constatar que, segundo dados da FGV (2018), o preço médio dos ingressos brasileiros é o quarto mais caro do mundo proporcionalmente à renda da população. Como os ingressos são caros, o público tende a ir menos aos cinemas e procura lazer em eventos mais baratos ou gratuitos.

Em termos de entradas de cinema, o Brasil fica muito aquém em comparação aos outros países. Em média, em 2016, os ingressos como porcentagem da população chegaram perto de um por habitante, enquanto na Argentina, país mais próximo à realidade brasileira, teve mais de um ingresso vendido por habitante (1,2 ingressos). A Itália chega a quase dois ingressos por habitante, enquanto a França e os EUA passam dos três. O investidor brasileiro, ao notar essa tendência de baixa demanda por cinema, acaba destinando seu dinheiro para outros investimentos, nos quais ele acredita ser mais vantajoso economicamente. Assim, o governo tem que se fazer presente no financiamento do cinema, como principal agente no fomento da indústria.

#### *4.1. Análises de Mercado e Financiamentos nos países*

##### *EUA*

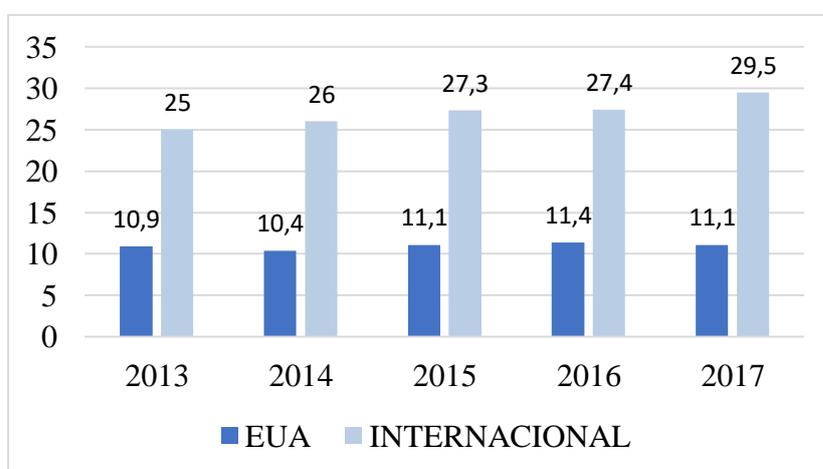
As receitas globais do cinema americano em 2017 bateu um novo recorde de 40,7 bilhões de dólares arrecadados em bilheteria, 5% a mais que em 2016. As receitas internacionais cresceram 7% em 2017, totalizando 29.5 bilhões de dólares, em grande parte pelo aumento do mercado chinês. No mercado doméstico, enquanto as bilheteria não alcançaram a alta recorde de 11,4 bilhões ocorrida em 2016, igualaram ao ano anterior, 2015, apresentando um montante de 11.1 bilhões de dólares. A quantidade de telas de cinema aumentou cerca de 8% em comparação a 2016, mesma proporção de aumento de filmes americanos lançados, totalizando 777 obras (MPAA, 2018).

De acordo com o Gráfico 4, podemos constatar que os EUA seguem uma tendência de financiamento global, onde cerca de 70% de suas receitas provém do mercado internacional. Isso nos mostra a relação do país com o modelo de exportação de seus filmes, atingindo os mercados do mundo todo através de mecanismos de *marketing* e diversificação das obras. Assim, mesmo que obras que não apresentem lucros no mercado interno que sejam capazes de

absorver os custos de produção, os filmes têm uma sobrevida internacional, gerando novas receitas no mercado externo.

Deste montante internacional, no ano de 2017, cerca de 55% (16 bilhões) são provenientes da Ásia, 35% (10 bilhões) são provenientes da Europa, África e Oriente Médio e cerca de 10% (3 bilhões) da América Latina. Fica claro que a diversificação das obras e uma estética abrangente acabam influenciando o mercado americano, num movimento de atingir o maior espaço possível dentro das cadeias globais e, assim, atingir maiores montantes de lucro.

Gráfico 4: Receitas de bilheteria globais; em bilhões de dólares



Fonte: MPAA (2018). Elaboração própria.

### *França*

O ano de 2017 foi um dos melhores anos para a produção cinematográfica francesa, tendo 300 filmes aprovados pelo financiamento público, contra 283 em 2016 e igualmente 300 filmes em 2015. Um número de 222 em filmes majoritários franceses (Filmes de Iniciativa Francesa ou FIF's) com mais de 50% do seu orçamento financiado por recursos franceses, sendo 78 coproduções francesas minoritárias ou filmes majoritariamente estrangeiros. Destes, a maioria era filmes de ficção, tendo além destes, 43 filmes documentários e cinco filmes de animação. 123 filmes do total aprovado foram coproduções com 48 diferentes investidores estrangeiros. Também vale notar a alta proporção de filmes de estreia e segundos filmes, sendo 72 e 40, respectivamente, em 2017 (CNC, 2018, pp. 88-99), sugerindo a boa saúde da indústria francesa.

Outro sinal positivo é o renovado compromisso financeiro com o cinema exibido pelos canais de TV, que investiram 379,47 milhões de euros em 2017 (17,8% a mais em relação ao ano anterior) em pré-compras e coprodução para 193 FIF's. Canal+ ainda lidera com 211

milhões de euros gastos em pré-compras para 177 filmes, incluindo 154 FIFs, enquanto os outros canais de TV por assinatura marcando essa paisagem são Ciné+ (20,21 milhões de euros para 114 filmes) e OCS (20,93 milhões de euros para 37 filmes). O ano de 2017 registou um dos maiores níveis de investimento dos canais gratuitos na última década, com 151 milhões de euros (um aumento 21,9% com relação ao ano anterior), financiando 128 filmes. TF1 contribuiu com 46,9 milhões de euros em 17 filmes, França2 38,9 milhões de euros por 32 títulos, França3 27,5 milhões de euros por 35 filmes, M6 15,3 milhões de euros por dez filmes, Arte France 10 milhões de euros por 24 filmes e o conjunto de canais TNT 13,2 milhões de euros para 43 filmes. O restante do financiamento vem de contribuições de produtores franceses (34,8%) e mandatos para distribuição teatral na França (16,1%), enquanto fundos recebidos antecipadamente de mandatos de edições de vídeo e de vendas internacionais continuam a subir, desde seu pior ano na década, 2015 (BILAN, 2018).

Ao analisarmos os números da produção cinematográfica francesa na Tabela 1, podemos deduzir alguns fatos. Primeiramente, os custos totais são maiores que as receitas com bilheteria (*market share*). Cerca de um terço dos custos é coberto pelas bilheterias em filmes franceses, o que leva à necessidade dos financiamentos públicos nesse tipo de indústria. Mesmo que a bilheteria não pague os custos de produção inteiramente, as externalidades positivas geradas por esse bem cultural valem o esforço público de financiá-las, trazendo maior bem-estar à sociedade.

O financiamento da produção mostra que grande parte vem do financiamento público, como vimos. Fica claro que o financiamento dos canais de televisão representa grande parte do montante. Juntamente aos fundos públicos, representam quase metade da produção. Apesar dos canais de televisão ser privados, a obrigação de pré-compra e produção são políticas de Estado, caracterizando o caráter público desta parcela. A estratégia de diversificação da indústria cinematográfica francesa aliada a instrumentos reguladores, especialmente o investimento obrigatório por canais privados de TV, é o que possibilitou seu sucesso em termos de aumento da quantidade e diversificação estética dos filmes produzidos ao longo do tempo. Na França o filme é lançado pela primeira vez em cinemas, depois é transmitido na televisão e, finalmente, é lançado em DVD. É a lei que regula todas essas temporalidades.

Conforme indicado na Tabela 1, o financiamento do cinema francês, vistos através dos custos totais, cresceu por volta de 6% entre 2013 e 2017. Esse aumento está diretamente relacionado ao aumento nos orçamentos de filmes. Portanto, como as produções são mais caras com o tempo, a necessidade de financiamento aumenta. A França desenvolveu uma série de mecanismos para lidar com esse cenário. É interessante analisar a evolução da distribuição

desses dispositivos de financiamento ao longo do tempo. Ainda de acordo com a Tabela 1, o suporte de canais de TV oscila ao longo do tempo, mas se mantém por volta de um terço do financiamento do cinema francês.

Ao oferecer financiamento seletivo para a distribuição de filmes, o CNC está tentando apoiar empresas independentes cuja atividade favorece o aumento da diversidade do espectro cinematográfico. Por exemplo, eles oferecem um subsídio para empresas de distribuição independentes, o que pode permitir a ampla distribuição de filmes de qualidade cuja divulgação no mercado representaria um risco financeiro significativo. Financiamentos estrangeiros de filmes franceses representaram, ainda com oscilações, por volta de 13% das receitas dos financiamentos, enquanto os *mandats* (distribuição teatral, edição de vídeo, exploração no exterior) diminuíram cerca de 65% entre 2013 e 2017.

Tabela 1: Financiamento do setor cinematográfico francês

FRANÇA	Custos Totais	Financiamentos (em %)						Número de Filmes	Market share Filmes Franceses	Receita Total**
		<i>Mandats</i> *	Privados	Televisão	Fundos Públicos	Estrangeiros	Outros			
2013	912,8	21,9	15,4	34,3	13,4	13,7	1,3	330	393,3	1232,7
2014	924,5	21	19,4	32,2	14,1	11,9	1,4	343	564	1307,4
2015	765	21	18,3	35,1	16,7	7,5	1,4	321	442,9	1309,7
2016	733,6	16,5	18,9	32,9	16,9	11,2	3,6	364	471,4	1366,5
2017	968	13,1	16,9	36,6	18,7	13,1	1,7	359	491,6	1357,9

Fonte: CNC, (2018). Elaboração própria. Custos totais, Market share e Receita Total em milhões de euros.

\**Mandats*: distribuição teatral, edição de vídeo, exploração no exterior.

## Argentina

O Observatório da Indústria Audiovisual Argentina do INCAA publicou em seu Relatório Anual dados dos principais indicadores deste setor ao longo do ano. O relatório indica que até 31 de dezembro de 2018 foram lançados 223 filmes nacionais, o que representa um crescimento em relação ao número registrado em 2017, com 220 estreias nos cinemas. No país, foram produzidos 167 filmes, incluindo pré-produções, filmagens e pós-produção, contra 100 produzidos em 2017. O total de espectadores nos cinemas foi 44.905.716 (excluindo festivais e exposições), dos quais 6.821.139 escolheram filmes argentinos, mais de 318.328 espectadores a mais que em 2017. A percentagem de participação de vendas de ingressos de cinema argentino foi de 14,77%, o maior desde 2014. Esse fato também significa que 1,61 p.p. a mais que em 2017, quando o *market share*, ou seja, a parte dos telespectadores nacionais de cinema em todos os bilhetes vendidos nos cinemas do país foi 13,16%. Em 2016,

foi de 14,41%. Além disso, o número de espectadores do cinema nacional cresceu 4,89% em relação a 2017 (INCAA, 2018).

Por sua parte, a Tabela 2 mostra que o INCAA executou cerca de 1,3 bilhão de pesos em promoção direta ao cinema, o que significa 54% de sua execução orçamentária. É o maior dos últimos oito anos e excede em 4,2 pontos o percentual de execução orçamentária que a Lei do Cinema exige que se aplique diretamente à produção audiovisual (50%). No total, foram 968 projetos que receberam algum tipo de apoio em 2018. Destes, 348 obtiveram subsídios ou adiantamentos de subsídios líquidos à produção, enquanto 225 receberam prêmios por concursos para documentários digitais, 171 para concursos de conteúdo para televisão e outros meios, através de concursos de filmes curtos ou desenvolvimentos de projetos, e 79 receberam créditos de produção (INCAA, 2018). O crescimento do subsídio argentino ao cinema foi por volta de 1200% entre 2007 e 2017, saltando de 103 milhões de pesos para 1.345 bilhão de pesos. Lembrando que neste período a taxa de inflação média foi por volta de 20%. Mesmo com a ressalva de uma inflação relativamente alta, o aumento dos subsídios ainda é consideravelmente significativo. Esse aumento está diretamente relacionado ao aumento nos orçamentos de filmes e na quantidade de filmes produzidos, como visto no Capítulo 2. Portanto, como as produções são mais caras ao longo do tempo, a necessidade de financiamento aumenta.

Tabela 2: Financiamento cinematográfico argentino; em milhões de pesos

ARGENTINA	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
INCAA	103.6	119.8	186.2	209.8	269.6	360.6	518	727.1	1.212 bi	1.218 bi	1.345 bi

Fonte: INCAA, 2018. Elaboração própria.

### *Itália*

Em 2017, na bilheteria italiana, foram arrecadados 584 milhões de euros para 92 milhões de ingressos vendidos. Em comparação com 2016, houve uma redução nas receitas de bilheteria de 11,63% e um decréscimo de presença de 12,38%. Em 2017, 536 filmes foram distribuídos nos cinemas (-18 em comparação com 2016), dos quais 235 foram produções ou co-produções italianas.

Na Itália, de acordo com a Tabela 3, podemos concluir que grande parte de sua produção também vem do Estado. Ao separar o financiamento em privado e público, a produção italiana mostra certa constância na parte pública, enquanto a privada oscila de

acordo com o ano. Isso mostra que o fundo público, por ter mais estabilidade, permite uma espécie de garantia na produção, enquanto o privado é mais suscetível às volatilidades do sistema. Portanto, o setor público funciona como uma espécie de âncora para a expectativa dos produtores, mostrando que o auxílio à produção permanece constante. Embora o item ‘*Outros*’ não seja divulgado desagregado, apresentam direitos de pré-venda e fundos locais, o que também caracterizaria uma parte do Estado atuando no fomento à produção.

Os custos totais da produção cinematográfica seguiam uma tendência até 2016, quando houve uma queda que, ao que tudo indica, foi provocada pela diminuição da parcela no financiamento referente ao setor privado. A receita proveniente dos ingressos vendidos para filmes italianos segue uma tendência de cobrir entre 40% e 60% dos custos da produção, o que mostra a solidez do mercado italiano para filmes nacionais.

Tabela 3: Financiamento cinematográfico italiano

ITÁLIA	Custos Totais	Financiamentos (em %)			Número de Filmes	Market Share Filmes Italianos	Receita Total
		Privados	Fundos Públicos	<i>Outros</i> *			
2013	334,96	17,87	21,26	60,87	167	189,5	618,9
2014	323,46	30,38	22,03	47,59	201	157,3	565,2
2015	338,82	38,09	23,24	39,21	185	132,1	637,2
2016	334,87	34,92	21,02	44,1	223	192,2	661,1
2017	263,35	19,75	23,43	56,82	235	103,1	584,8

Fonte: CINETEL, 2018. Elaboração própria. Custos totais, Market share e Receita Total em milhões de euros.

\**Outros*: outros fundos locais, contribuições corporativas, direitos de pré-venda, emissão de investimentos.

## *Brasil*

Apesar de apresentar uma redução do público em salas de cinema em relação ao ano anterior, em 2017 o Brasil obteve cerca de 180 milhões de ingressos vendidos. Já a renda bruta auferida em salas de cinema, em valores absolutos, teve um aumento de 4,6% em 2017, comparado a 2016. Foi lançado um número recorde de títulos brasileiros (160) dentro da série histórica (2009-2017). Esses títulos venderam mais de 17 milhões de ingressos, o que representou uma participação de público de 9,6% (*market share*).

Em 2017, o mercado brasileiro esteve entre os 15 maiores geradores de receita de bilheteria de cinemas. Em 2018, no entanto, conforme resultados apontados pelo Informe Anual Preliminar do Observatório Brasileiro de Cinema Audiovisual (OCA), da Agência Nacional de Cinema (Ancine), as salas de exibição do Brasil tiveram um público 12,6% inferior ao de 2017, na casa dos 161 milhões de espectadores. Tal queda é superior àquela

apresentada em 2017 (1,6%), tratando-se do segundo ano de retração após um crescimento contínuo que se estendeu desde 2009 até 2016.

A renda bruta de bilheteria, que também vinha em um crescimento contínuo desde 2005, mantido em 2017 graças ao aumento do preço médio do ingresso, também apresentou queda de 11,6% em 2018, totalizando aproximadamente 2,4 bilhões de reais. Entre os principais fatores para essa queda pode estar a crise econômica que o Brasil enfrenta e da qual ainda não se recuperou totalmente.

No entanto, apesar dos indicadores gerais apresentarem variações negativas em 2018, os resultados referentes a filmes brasileiros apontaram na direção oposta. Tanto o público como a renda dos filmes nacionais exibidos em salas de cinema no ano de 2018 demonstraram significativos aumentos de 25,3% e 14,8%, respectivamente. No total, os filmes nacionais alcançaram mais de 23 milhões de ingressos vendidos, enquanto a renda gerada pela bilheteria ultrapassou os 282 milhões de reais. Com isso, a participação do cinema nacional no mercado chegou a 14,4% (em público), um aumento significativo em relação aos 9,6% alcançados em 2017.

No campo das grandes bilheterias, a atuação do FSA ajuda a consolidar um fenômeno que já vinha se desenhando: o ressurgimento de filmes brasileiros com grande capacidade de comunicação com o público. A comédia, um gênero de forte tradição, volta com força, e algumas delas chegam a atrair pequenas multidões aos cinemas – entre o fim 2016 e o começo de 2017, por exemplo, “Minha mãe é uma peça 2” alcançou a impressionante marca de nove milhões de ingressos. Curiosamente, o sucesso das comédias locais não se restringe ao Brasil. Em vários países, diante da forte concorrência estrangeira e do processo de globalização do audiovisual, a comédia local é o gênero que mais costuma encontrar espaço e bons resultados junto às plateias locais (ANCINE,2018). A partir do FSA, as distribuidoras independentes brasileiras tiveram condições de assumir o lançamento da maior parte dos títulos brasileiros. Como consequência, sua participação na receita dos filmes nacionais, até então minoritária, cresce exponencialmente.

A Tabela 4 mostra o montante total arrecadado de mecanismos de incentivo para filmes brasileiros lançados em salas de exibição e a distribuição entre os diferentes mecanismos. De 2007 a 2015, o valor total passou de 170 para 439 milhões de reais, um aumento de 155%. É nítida a evolução da participação do FSA no financiamento cinematográfico, saindo de 25 para 180 milhões de reais em 2015, com um pico de 214 milhões em 2014. Uma vez que os custos de produção estão subindo, mais financiamento é necessário para concluir um filme, o que é evidenciado pelo crescimento dos valores repassados ao fomento cinematográfico. O

aumento do FSA também evidencia a diminuição dos outros mecanismos de incentivo, como a Lei Rouanet, que saiu de 9.1 milhões de reais em 2007 para somente 1.7 milhão em 2015.

Tabela 4: Financiamento cinematográfico brasileiro; em milhões de reais.

Mecanismos de Incentivo	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Artigo 1º da Lei 8.685/93	40.6	38	31.4	28.5	24.6	22.8	27	14.8	10,3
Artigo 1º A da Lei 8.685/93	35.2	49	44.7	68.6	76.6	66.5	71.6	68.2	69.9
Artigo 3º da Lei 8.685/93	37.8	32.6	23.5	29.2	18.9	18.3	22	34.4	33
Artigo 3º A da Lei 8.685/93	-	-	2.5	29.1	25.8	15.7	31.5	66.8	91.4
Artigo 39 da MP 2228-1/01	21	16.9	11.8	13	20.6	19.6	27.9	60.1	39
Funcines - Art. 41 da MP 2228-1/01	1.9	8.1	1.8	9.7	6.5	1.5	3.3	3.5	13.7
Lei 8.313/91 (Lei Rouanet)	9.1	6.5	8.4	2.8	5.5	2.6	0.58	1.6	1.7
FSA(Produção de Longas-metragens)	25	61.7	59	112.6	120	120.3	95	214.2	180
<b>TOTAL</b>	<b>170.9</b>	<b>213.1</b>	<b>183.3</b>	<b>293.9</b>	<b>298.7</b>	<b>267.6</b>	<b>279</b>	<b>464</b>	<b>439</b>

Fonte: ANCINE, 2018. Elaboração própria

#### 4.2. Relações Intermediáticas nos países

##### *EUA*

A questão intermediária nos Estados Unidos ocorre de acordo com as práticas globais de acumulação, tendo mecanismos e a relação entre as mídias de forma orgânica e obedecendo as lógicas de acumulação capitalistas. Canais de televisão, tanto abertos quanto a cabo, produzem material cinematográfico de acordo com as necessidades de seus telespectadores. Por conter um amplo aparato de canais, a televisão americana como um todo consegue produzir por nichos, o que aumenta a diversidade da produção audiovisual do país. A televisão americana também é exportada para o mundo todo através de sinais de satélite, sendo transmitidos ao vivo em diversas localidades. Este aspecto reflete na bilheteria dos filmes americanos no mundo todo, pois a maioria dos estúdios cinematográficos possui também uma plataforma na televisão, como a Disney, Fox etc., e assim, conseguem viabilizar um marketing de seus filmes de forma natural no mundo todo.

Mesmo tendo uma regulação privada, a regulamentação americana possui um órgão regulador para as telecomunicações, a Comissão Federal de Comunicações (*Federal Communications Commission*), FCC, agência independente do governo criada em 1934, que engloba em sua alçada rádio, televisão aberta e a cabo, internet e telefonia. Esta agência tem sua principal atribuição regular o mercado, com foco estritamente em questões econômicas, responsável também por outorgar concessões.

A propriedade cruzada de meios de comunicação é proibida em partes. Assim, uma mesma empresa não pode ser proprietária de um jornal e de uma estação de TV ou de rádio na

mesma cidade. Há também regras que impõem certos limites sobre o número de estações de TV e rádio que uma mesma empresa pode controlar em determinado mercado. Esses limites variam de acordo com o tamanho do mercado e têm o objetivo de impedir que um mesmo grupo controle totalmente a audiência em determinado local. No caso do conteúdo, há no país o entendimento de que este deve ser regulado pelo próprio mercado e pela opinião pública.

### *França*

Como parte do fomento ao cinema, os canais de televisão também têm seu papel de destaque neste quesito, possuindo algumas obrigações para a realização cinematográfica. Além da participação no orçamento do CNC, como já mencionado, as emissoras de televisão constituem um parceiro importante na produção e difusão de filmes franceses.

As emissoras de televisão devem destinar uma porcentagem de suas receitas para a coprodução e pré-compra de filmes. Essas obrigações diferem em função do método de transmissão dos canais: difusão terrestre analógica não codificada (abertos), emissão terrestre analógica codificada (fechados, a cabo) ou radiodifusão por meios digitais terrestres:

*i) As obrigações dos canais de difusão terrestre analógica não codificada:* quando exibem no mínimo 52 filmes por ano, a empresa é obrigada a destinar pelo menos 3,2% de sua receita para a produção de filmes europeus, sendo que desses 3,2%, pelo menos 2,4% deve ser obras originais em língua francesa. Fica a critério do canal em alocar esses recursos através de direitos de transmissão em pré-compra (direitos exclusivos adquiridos antes do fim das filmagens), compra de ações de produtores e auxílio à distribuição nos cinemas. Além disso, 3/4 desse valor deve ser dedicado ao desenvolvimento da produção independente;

*ii) As obrigações das emissoras com emissão terrestre analógica codificada:* Esses canais tem a obrigação de dedicar à aquisição de no mínimo 12 % e 9 % de seus recursos totais, respectivamente, em direitos de difusão de obras cinematográficas europeias e de expressão original francesa. Além disso, esses canais também são obrigados a investir 3/4 desse montante em produções independentes;

*iii) As obrigações de produção dos Canais de Radiodifusão Terrestre:* os primeiros canais de filmes e radiodifusão devem dedicar pelo menos 26% das suas receitas totais em compras de direitos de transmissão de filmes europeus que, no mínimo, 22% dos recursos devem ser filmes originais de língua francesa. Essa modalidade também dedica 3/4 de suas despesas à produção.

### *Argentina*

Ao contrário do Brasil, a legislação argentina conquistou um grau de integração mínimo entre o cinema e a televisão, ou seja, as relações intermediárias passaram a ter um espaço importante no financiamento público do cinema ao garantir que se destinasse ao Fundo de Fomento Cinematográfico o total de 25% da taxa já arrecadada pelo Comitê Federal de Radiodifusão (COMFER) sobre a renda das emissoras. Com esses recursos, a nova lei criou um sistema de créditos e subsídios para o fomento à produção cinematográfica. Cada mecanismo funciona de uma forma: os créditos são empréstimos concedidos a taxas mais baixas que as de mercado, outorgados ao produtor que deseja realizar um filme nacional de longa-metragem e que já possui um projeto concreto da obra. O montante do empréstimo é definido de acordo com o orçamento total do filme e não pode exceder o custo médio, um valor referencial estabelecido anualmente pelo INCAA com base nas previsões de custo apresentadas pelos produtores em seus projetos.

A partir disto, o INCAA passa a comprar salas de cinema com o objetivo de exibir filmes argentinos, concretizando o objetivo primordial de promover, fomentar, fortalecer e acompanhar a exibição da produção audiovisual argentina em cada sala Espaço INCAA, garantindo o acesso do público em cada região do país. Assim, no ano de 2016, o programa atingiu um total de 79 Espaços INCAA, distribuídos em cidades que até então não tinham cinema, ou então seus cinemas só exibiam filmes predominantemente hollywoodianos (FALICOV, 2018; INCAA, 2017).

Em 2009, o Congresso argentino sancionou a Lei de Serviços de Comunicação Audiovisual, também conhecida como Lei da Mídia, que obriga os canais de TV a cabo a comprarem os direitos de exibição de, pelo menos, oito filmes argentinos e exibi-los no horário nobre, entre 21h e 23h. Outra importante política adotada pelo INCAA foi a revisão da lei sobre as cotas de telas, exigindo que cada sala de cinema seja obrigada a exibir pelo menos um filme por trimestre. Por exemplo, um multiplex com 15 salas de cinema passa a ser obrigado a exibir 15 filmes nacionais por trimestre. Isso dá a chance dos filmes nacionais serem exibidos em grandes redes de cinema que, geralmente, preferem ofertar *blockbusters*.

### *Itália*

Em 1990 foi criada uma lei (Lei 223/90) na qual implementava uma cota de 51% (40% nos primeiros três anos de aplicação) do tempo de transmissão de televisão reservado para obras europeias. Cinquenta por cento dessa cota destinava-se a filmes de expressão italiana original e um quinto da cota nacional era reservada a filmes produzidos nos últimos

cinco anos. A lei 122/1998 eliminou essa cota e confirmou a obrigação de reservar mais de metade do tempo total de emissão de obras europeias e, pelo menos, metade da cota europeia de obras produzidas nos últimos cinco anos. Além disso, a lei 122/1998 implementou a disposição que exige uma cota de difusão de 10% a favor de obras europeias feitas por entidades independentes e fixou essa cota em 20% para a companhia de televisão pública. Essas ações devem ser respeitadas também durante o horário nobre.

Uma cota adicional foi imposta às empresas de televisão por satélite e digital, que são obrigadas a reservar 20 minutos por semana para a promoção e publicidade de obras europeias. Pelo contrário, as empresas de televisão locais estão isentas de cotas de radiodifusão e os canais podem pedir uma derrogação. O acompanhamento das regras relativas à promoção de obras europeias é realizado pela Autoridade Regulatória de Comunicação (AGCOM), através de um sistema complexo de controles administrados com a ajuda de peritos externos e de empresas especializadas. No entanto, existem vários graus de flexibilidade na aplicação das regras e não está prevista nenhuma sanção específica para as empresas de televisão que não cumpram as cotas de radiodifusão.

A lei 122/98 estabeleceu uma ‘cota de investimento’ sobre as receitas de publicidade das empresas de radiodifusão: pelo menos 10% das receitas de publicidade das empresas de radiodifusão devem ser reservados para a compra ou produção de obras audiovisuais europeias, incluindo produções para crianças e obras de produtores independentes. Nada menos que 40% dessa cota deve ser reservada para produção de filmes cinematográficos.

Uma outra cota de investimento foi imposta à companhia de televisão pública, na forma de uma parcela mínima das receitas geradas pela taxa de assinatura do serviço público. Esta cota foi fixada em 20% no contrato de serviços e deve ser reservada para a produção de obras europeias, incluindo as efetuadas por produtores independentes. Parte dessa parcela deve ser destinada à produção de desenhos animados infantis, com cunho educacional. As cotas de investimento podem ser vistas como uma compensação pelas rendas de monopólio concedidas a certas emissoras, o que revela a verdadeira natureza desses monopólios: um imposto sobre os telespectadores para financiar a produção cinematográfica.

### *Brasil*

Um elemento crucial do cenário audiovisual brasileiro tem sido a centralidade da TV aberta no setor, que constituiu historicamente um obstáculo para a intermediatização entre o cinema e a televisão. Embora a corporação cinematográfica tenha reivindicado a regulamentação dessa integração em momentos de crise, como no fim dos anos 1990 por

ocasião do III Congresso Brasileiro de Cinema, a TV conseguiu manter-se absoluta no cenário audiovisual do país. Essencial à manutenção de uma elite política oligárquica, proprietária das concessões de rádio e TV, a radiodifusão permanece regulada pelo Código Brasileiro de Televisão de 1962 e não sofreu mudanças desde sua criação.

Detentora do padrão tecno-estético hegemônico no mercado brasileiro desde sua criação, a Rede Globo hoje também dita a estética de outras formas de cultura no Brasil. Focando no cinema, um cenário de incentivos fiscais e retomada da produção cinematográfica brasileira após anos de inanição promovidos depois da extinção da Embrafilme em 1991 pelo presidente Fernando Collor, em 1998 é criada a Globo Filmes, que passa a atuar por meio de parcerias com produtores independentes e distribuidores nacionais e estrangeiros.

O avanço da classificação desses padrões tecno-estéticos passa a diferenciar os atores do oligopólio televisivo no Brasil, um mercado altamente concentrado de capital centralizado, que produz e distribui objetos culturais em escala. Portanto, a televisão deixa de ser uma produtora de audiência vendável no mercado de propaganda para se tornar uma detentora do padrão estético vigente no país, ultrapassando as barreiras de sua própria mídia.

Essa empresa do Grupo Globo passa a beneficiar-se de incentivos fiscais para a realização de suas produções, sendo favorecida também pela promoção de seus filmes por intermédio direto em publicidade nos veículos de comunicação da própria organização, incluindo televisão, revistas, rádio, jornais etc. Outra vantagem que essa nova empresa vai utilizar será seu “*star-system*” – sistema socialmente construído onde se propaga a imagem de um artista, no caso do cinema pode ser um ator ou diretor, como fonte de qualidade simbólica -, incluindo artistas que se mostrarão vantajosos no mercado cinematográfico. A sinergia também atinge a parte técnica da produção, na qual a mesma câmera que filma a novela vai rodar o filme (BOLAÑO, MANSO, 2012).

Essa integração de elementos faz parte do modo de operar de uma indústria cultural. O filme, o livro, a minissérie, os subprodutos dos filmes, tudo integrado. O consumidor vê na novela o *merchandising* do filme que estreia no cinema, ao mesmo tempo que lê críticas sobre a relação do livro com o filme e assim por diante (SANGION, 2005).

Após dez anos de sua fundação, a empresa já se torna a maior coprodutora de filmes nacionais, e hoje está entre as 5 maiores produtoras do país. A Globo Filmes, aproveitando das sinergias que lhe dão vantagem, consegue manter um padrão de produção homogêneo que se beneficia do padrão tecno-estético televisivo, uma vez que nos últimos 50 anos esse padrão condicionou fortemente o formato do consumidor. Assim, vale ressaltar que a Rede Globo

passando por uma fase de multiplicidade da oferta, tende a aumentar seu leque de produções, inclusive produções individuais e com padrões diferentes. Esses novos produtos se tornam um trunfo, mas também um risco para a empresa, que acaba perdendo o controle de alguma parte de seu padrão na realização da obra. Neste caso, ela exerce seu poder financeiro e de divulgação em seus canais, ou seja, a empresa se coloca em posição estratégica de líder da produção (BOLAÑO, MANSO, 2012; ANCINE, 2018).

Na fase da multiplicidade da oferta, a empresa se vale de seu posicionamento em estratégias empresariais, fortemente centrada na televisão de massa, no aspecto produtivo. Porém, seu grande trunfo se dá pela vantagem estratégica em que pode explorar toda a capacidade sinérgica entre cinema, televisão, com produtos que podem ser reaproveitados em forma de séries de TV, DVD etc. “Isso exige, paradoxalmente, um aperfeiçoamento (ou ampliação) do padrão tecno-estético da empresa, mas também, a longo prazo, o seu enfraquecimento (ou disseminação)” (BOLAÑO, MANSO, 2012, p. 93).

Do ponto de vista do padrão tecno-estético, a Globo transforma o modo de fazer cinema no Brasil, utilizando uma lógica mais global de rentabilização e controle de audiências. Deste modo, de acordo com a lógica televisiva padrão, a empatia do público com suas obras, assim como a reutilização das produções em outros formatos, fazem com que a Globo Filmes se utilize de elementos tipicamente televisivos na estética de seus filmes. A transposição de obras da televisão para o cinema é outra forma de atrair o público ao cinema: em 2007 o seriado *A Grande Família*, que era exibido pela TV, teve uma versão cinematográfica; mesmos atores, figurinos, utilização de cenários, fazendo com que a produção seja mais enxuta economicamente. Acontece também o relançamento de séries em formato de filmes no cinema, outra estratégia de baixo custo com eventuais retornos econômicos.

#### 4.4. A Regulação Setorial dos Países

Após compararmos os números acerca do mercado cinematográfico dos países, trataremos de definir a qual regulação cada país pertence através das convergências e divergências de suas indústrias.

Quadro 8: Comparação da Regulação dos países

REGULAÇÃO	Agência Reguladora	Financiamento	Cota de Tela
EUA	FCC	Caráter privado, obedecendo as leis de mercado	Não possui
FRANÇA	CSA	Orçamento CNC Apoios automáticos à produção e distribuição Adiantamento de bilheteria Ferramentas fiscais e bancárias	Sim
ITÁLIA	Ministério da Cultura	FUS Fundo de Participação Fundo de Garantia Subsídios automáticos Créditos Fiscais	Sim
ARGENTINA	INCAA	Orçamento INCAA Fundo de Fomento Cinematográfico	Sim
BRASIL	ANCINE	Artigo 1º da Lei 8.685/93 Artigo 1º A da Lei 8.685/93 Artigo 3º da Lei 8.685/93 Artigo 3º A da Lei 8.685/93 Artigo 39 da MP 2228-1/01 Funcines - Art. 41 da MP 2228-1/01 Lei 8.313/91 (Lei Rouanet) FSA ANCINE	Sim

	Relação Intermediária	Principais marcos históricos da indústria
EUA	Sim, de maneira orgânica	Criação de Hollywood Nova Hollywood Caráter privado
FRANÇA	Obrigações de difusão em canais de TV aberta e a cabo Obrigação de Produção cinematográfica pelos canais de TV Obrigações de pré-compra	Criação do CNC Noville vague Forte caráter público e institucional
ITÁLIA	Obrigações de difusão em canais públicos Obrigações de promoção e publicidade do cinema em canais a cabo Cota de investimento sobre receitas de publicidade das TVs Taxa sobre assinatura de TV a cabo	Criação do FUS Neorealismo Privatizações dos meios de comunicação Forte caráter público-privado
ARGENTINA	Obrigações de promoção e publicidade do cinema em canais a cabo	Criação do INC Criação do INCAA Lei da Mídia Forte caráter público por parte do INCAA
BRASIL	Obrigações das TVs a cabo transmitir 20% de conteúdo nacional no horário de pico (Lei SeAC)	Tentativa de industrialização privada do cinema Cinema Novo Criação e dissolução da Embrafilme Criação da ANCINE Criação do FSA Lei SeAC Caráter público por parte das leis de incentivo

Fonte: MPAA; CNC; CINETEL; INCAA; ANCINE; 2018. Elaboração própria.

Através desta análise sobre como as indústrias se formaram e do Quadro 8, podemos concluir que:

i) Os Estados Unidos possuem uma *regulação privada*; obedecendo as lógicas de acumulação globais;

Nos Estados Unidos, o financiamento depende de variáveis de mercado, como as bilheteria nacionais e internacionais, diversificação, investimentos em publicidade, *merchandising*. Isto é, quase exclusivamente movimentos de mercado. Portanto, a regulação

do cinema americano pode ser considerada como privada, uma vez que não existem formas de financiamento relevantes por parte dos governos federal e estaduais, tornando o seu modo de financiamento estritamente privado.

ii) A França possui uma *regulação mista, de caráter público e fortemente institucional*;

Ao apresentar as características da indústria cinematográfica francesa, colocaremos a França no patamar de regulação mista. As instituições francesas são encarregadas do fomento da cultura, e o cinema é uma das artes que mais dispõe de recursos estatais, e ainda obrigam as empresas de televisão a divulgar, exibir e produzir cinema. Note que não a definimos como estritamente pública, pois a iniciativa privada também participa do financiamento das obras cinematográficas, porém são as instituições que garantem o bem estar da indústria através de seus fomento e da pouca burocracia que é para obtê-los, gerando assim uma indústria crescente e constante.

iii) A Itália possui uma *regulação mista, de caráter público-privado*;

A regulação da indústria cinematográfica italiana pode ser descrita como mista, de caráter público-privado, justamente pelo seu caráter de financiamento. A partir das privatizações, com as reformas no FUS e leis de incentivo criadas, a produção cinematográfica italiana tem crescido vertiginosamente a partir de 2005, grande parte por contas das diretrizes e novas formas de subsídios públicos criados no começo dos anos 2000.

iv) A Argentina possui uma *regulação mista, de caráter concentrador, na figura do INCAA*;

A Argentina é considerada uma das melhores e maiores produtoras de cinema da América Latina, e conta com um aparato estatal para seu financiamento através da figura do INCAA que, além de fomentar o cinema, exige uma cota de tela para os filmes argentinos ficarem em cartaz e ainda que as televisões a cabo comprem filmes para exibirem no horário de pico. O INCAA também participa da exibição cinematográfica com as salas de cinema que possui e exibe em determinadas localidades os filmes nacionais, além de um fundo de arrecadação das televisões para o financiamento ao cinema. Com uma produção crescente ao longo dos anos, podemos enquadrar a Argentina numa regulação mista, onde tanto o Estado, na figura do INCAA, quanto a iniciativa privada fazem parte da produção cinematográfica de forma conjunta e constante.

v) O Brasil possui uma *regulação mista, com caráter normativo descentralizado e pouco eficiente*.

A atual regulamentação brasileira fomenta a indústria cinematográfica; dobrou o número de filmes lançados entre 2008 e 2017, porém isto não garantiu uma mudança na variedade estética da produção e o financiamento continua fadado aos mesmos nichos da

produção, dificultando novos gêneros e diversificação no setor e, assim, delimitando o campo para os investidores privados que preferirão apostar em outras formas de obter ganhos econômicos.

Portanto, o problema principal da indústria cinematográfica brasileira se dá pela falta de uma regulação que consiga manter a produção crescente e contínua. Como vimos, os EUA praticam uma regulação privada, estabelecida em normas globais de financiamento e tem uma relação intermediática com os sites de *streaming*, que permite sua diversificação e crescimento contínuo, distribuindo suas obras mundialmente. O Brasil tentou internalizar o mesmo método industrial até o começo dos anos 1960, na fase do cinema de estúdio, mas fracassou por não pensar na cadeia produtiva como um todo, articulando produção, distribuição e exibição. A comparação com os Estados Unidos nos mostra que o tipo de estrutura adotada lá é diferente da adotada aqui, uma vez que, por possuir uma vasta e consolidada indústria, os EUA focaram em diversificar e exportar suas produções. E ao exportar, os investidores americanos diminuem as incertezas quanto à valorização dos bens porque conseguem fazer globalmente, alcançando o maior número possível de mercados. A diversificação tem como condutor os sites de *streaming*, como a Netflix, que transformam filmes em outros produtos para conseguir uma sobrevida econômica nas novas realizações. A disseminação das obras através destes novos tipos de mídia abriu um leque de possibilidades aos produtores e novas formas de fazer cinema, por exemplo, produções antigas que entram na plataforma e ganham um novo ciclo de vida econômica.

França, Itália e Argentina possuem uma relação intermediática forte, o que ainda não ocorre no Brasil, especialmente porque os canais de televisão exercem influência nos poderes econômico e político. Portanto, fica difícil implementar regras legais mais rígidas a esses agentes. As leis no Brasil, comparadas com os outros países que possuem financiamentos públicos, ainda são bastante descentralizadas e burocráticas, porém, é a única forma de se conseguir apoio estatal ao cinema brasileiro, pois não temos a estrutura presente nos EUA para abdicá-las e tornar nossa produção diversificada e distribuída em modo global. Na França, Itália e Argentina o Estado tem um papel fundamental na inter-relação das mídias, ou seja, há todo um esforço para que as mídias televisivas participem da produção cinematográfica como um meio de devolver à sociedade o benefício da concessão dos canais. Principalmente na França, onde o financiamento de co-produção e pré-compras é a maior porcentagem de financiamento (CNC, 2018). O aparato de leis nesses países obriga e regula os canais de televisão, impondo um conjunto de obrigações legais como o de transmissão de conteúdo nacional em determinados horários ou diretamente na produção de filmes.

Ao compararmos o modelo argentino com o brasileiro, podemos observar o quanto o INCAA é necessário na produção do país. A questão aqui passa pelo método de fomento direto, sem a burocracia encontrada no Brasil, o que acontece na França e Itália também. No Brasil, a busca por investimentos através das leis de incentivo toma um grande tempo da pré-produção cinematográfica, encarecendo-a e burocratizando o modo de fazer cinema.

Hoje, com o desenvolvimento tecnológico, principalmente o *streaming*, é possível que o produto chegue ao consumidor, facilitando a intermediação e permitindo atingir uma quantidade maior de pessoas. A Netflix é um exemplo desse tipo de instalação. No entanto, se analisarmos o número de filmes brasileiros disponíveis, ainda é muito pequeno em comparação com a coleção total. Além disso, o catálogo é diferenciado por país, pois os direitos de exibição são regionalizados, o que dificulta a divulgação dos filmes e seu acesso por diferentes usuários. A questão do *streaming* nos países ainda é parte irrisória na produção. Embora a produção neste tipo de plataforma venha crescendo ao longo do tempo, os países ainda não estipularam leis que estimulem a produção local, como pré-compra ou obrigações na produção. Quando as plataformas produzem, o fazem para fidelizar o público com conteúdos originais, falados na língua nacional, porém sem obrigação alguma por parte do Estado.

Mesmo que a produção brasileira tenha crescido nos últimos 25 anos, ela não se sustenta caso algum mecanismo deixe de existir (por razões econômicas ou políticas), fadando a indústria ao fracasso. Deste modo, através da comparação entre os países, fica claro que o Brasil necessita de mecanismos pouco burocráticos na produção, como mecanismos automáticos exercidos na França e Itália. A produção cinematográfica francesa, italiana e argentina foram bem-sucedidas porque consideram toda a cadeia e não apenas a produção. Não faz sentido aumentar a produção se o público não estiver interessado nesse conteúdo e não tiver acesso a ele. A estrutura americana, por outro lado, teve sucesso porque encontrou uma maneira de diversificar os tipos de receita, principalmente com as receitas internacionais. O Brasil ainda é muito preliminar em sua regulação, os modos de diversificação e financiamento estão concentrados e para progredir, precisamos reformular a estrutura regulatória cinematográfica, focalizando as relações intermediárias e fomentando a produção por meio de suas ligações com a distribuição e a exibição.

## 5. CONCLUSÕES

A comparação entre os diferentes tipos de regulação na indústria cinematográfica dos Estados Unidos, França, Itália e Argentina tornou possível compreender o porquê da produção brasileira se encontrar muito aquém da produção dos outros países. Os modos de regulação de cada país obedecem a regras e estratégias desenvolvidas ao longo do tempo que os levaram a serem expoentes no fazer cinematográfico, tornando-os parâmetros para nosso estudo.

Primeiramente, esta dissertação teve como objetivo analisar os aspectos teóricos da Economia da Cultura e como eles se relacionam com o objeto de estudo: o cinema. Assim, como vimos, a produção cinematográfica tem dificuldades de financiamento devido à valorização aleatória que um filme possui, o que também ficou claro na análise de Baumol, apontando os percalços pelos quais as artes passam, e também pela predominância do cinema hollywoodiano nos cinemas brasileiros. O fazer cinematográfico é um segmento peculiar e único, onde a subjetividade do público é determinante para o sucesso de seu produto final. Desta forma, os produtores buscarão produzir filmes com uma linguagem simbólica universal, a fim de aumentarem as receitas de suas obras, nacional ou globalmente. Contudo, na maioria dos casos, o Estado precisa interferir e fomentar este tipo de indústria, pois como vimos, elas geram externalidades positivas, beneficiando a sociedade como um todo.

A questão da regulação tornou-se primordial para entender como cada país elaborou estratégias para que suas indústrias alcançassem um patamar de prestígio, tanto na questão da produção quanto na qualidade das obras. Acerca das estratégias adotadas, os *Estados Unidos*, como vimos, apresentam uma produção com *regulação privada*, desenvolvida através de mecanismos globais de acumulação. Desta forma, a partir do surgimento de Hollywood, a produção americana conseguiu se consolidar através de mecanismos de verticalização da cadeia, controlando a produção, a distribuição mundial e a exibição de seus filmes, o que tornou a indústria americana a maior do mundo em termos de arrecadação de bilheteria.

A *Itália* moldou seu modo de produção a partir das privatizações que ocorrerem no país nos anos 1990. A partir de então, percebeu-se que seria necessário algum tipo de incentivo ao cinema local e, através de políticas públicas impostas ao setor, principalmente ao televisivo, a exemplo da França, o país viu sua produção crescer vertiginosamente a partir de 1995, tendo como estratégia a *regulação mista, de caráter público-privado*, com forte presença do setor privado em parceria com o setor público.

A *Argentina* viu seu cinema crescer a partir da criação do INCAA, o que remete ao aparato estatal que o país desenvolveu em termos de instituições. Com o instituto, que

permitiu em grande parte a desburocratização do fazer cinematográfico, também apoiou o surgimento de salas de cinema em localidades que, para a iniciativa privada, não eram rentáveis. Com estratégias de caráter *misto e concentrador*, a Argentina conseguiu ser um dos maiores produtores de filmes cinematográficos da América Latina, com um cinema diversificado, pujante e premiado internacionalmente.

Um dos maiores produtores europeus de cinema, a *França*, se mostrou um exemplo a ser seguido. Através de mecanismos de subsídios diretos e com pouca burocracia, o país se tornou um dos maiores produtores da Europa, mostrando que a produção cinematográfica é parte importante das políticas públicas geradas pelo Estado.

Em todos os países comparados, a televisão faz parte da produção cinematográfica, ou como contrapartida à concessão dada para sua exibição pública ou de maneira orgânica, obedecendo as normas globais de acumulação (caso dos Estados Unidos). Assim, países em que existe essa relação entre os diferentes tipos de mídia, apresentam uma produção maior, mais robusta e mais diversificada.

O Brasil não se mostrou aquém apenas na produção, mas também em quase todos os aspectos que fazem com que os outros países sejam expoentes em seus determinados tipos de regulação. O cinema brasileiro ainda é muito burocrático e dispendioso no quesito de leis de incentivo, o que leva os investidores a procurarem outras formas para alocar seus recursos, no intuito de rentabilizar melhor o investimento. Outro ponto crucial são os diferentes tipos de leis de incentivo que se apresentam para os produtores, nos quais as leis se dispõem em vários órgãos diferentes, aumentando a burocracia nesse tipo de fomento.

A questão do financiamento do cinema por parte das receitas das televisões mostrou-se de grande eficácia nos países que dispõem deste tipo de aparato. No Brasil, as televisões, tanto públicas quanto privadas, não são obrigadas a investir na produção cinematográfica, principalmente por conta do peso político que elas exercem dentro das instituições, influenciando as regras do jogo. Poucos produtores são priorizados, através de bilheterias futuras, e há pouca diversidade estética, levando à falta de diversificação na produção, pois as regras do jogo beneficiam sempre os mesmos *players*. Caso contrário da França, da Argentina e da Itália, onde as regras são claras e os marcos regulatórios orientam todo o caminho que um filme percorre até chegar às salas de exibição.

Portanto, chegamos a conclusão de que o Brasil pratica uma regulação mista, de caráter descentralizado e pouco eficiente; a indústria cinematográfica não consegue crescer de forma coerente e constante. Um dos principais problemas desta abordagem, além da falta de uma intermedialidade com as televisões, é a submissão das instituições aos ventos políticos

que chegam ao poder no Brasil. Essas instituições estão, em sua maioria, sob influência do Poder Executivo nacional, sendo que a qualquer momento podem sofrer cortes em seus orçamentos e levar a produção a níveis baixíssimos, como visto nos anos 1990.

Um dos caminhos a ser seguido para remediar as falhas que o cinema brasileiro apresenta poderia partir de uma nova política pública que abordasse os exemplos internacionais de sucesso. Primeiramente, seria necessária uma diminuição da burocracia no fazer cinematográfico, alocando todas as leis e diretrizes estatais somente em um órgão, a exemplo do CNC francês ou INCAA argentino; desta forma, além da já citada desburocratização na produção, que aumentaria os ganhos de produtividade do setor e haveria maiores incentivos para que o setor privado investisse no desenvolvimento da indústria. Outro ponto seria a obrigação de investimentos no ramo cinematográfico pelas televisões de concessão principalmente pública, onde cotas das receitas com publicidade fossem destinadas ao setor, o que aumentaria a produção e, conseqüentemente, a diversidade e novos padrões tecno-estéticos no desenvolver desta indústria. Por fim, seria necessária a total independência dos órgãos públicos que fomentam e investem no setor, o que poderia ser feito através de fundos públicos com gerência pública e não estatal, gerenciado através de mecanismos diretos e automáticos, como feito na França, livrando o ramo das influências políticas que exercem poder sobre os investimentos, tornando nossa indústria pujante, diversificada e coerente com os modos de acumulação.

## 6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMANCIO, T. **Pacto cinema-Estado: os anos Embrafilme**. In: FREIRE, R. de L.; GATTI, A. P. (org). Retomando a questão da Indústria Cinematográfica Brasileira. Editora Tela Brasilis. pp. 101 – 117. São Paulo. 2009.

ANDERSON, C. **The Long Tail**. *Wired*. 2004. Disponível em: <http://www.wired.com/2004/10/tail/>. Acesso em: abril/2019.

AUTRAN, A. **Ilusões, dúvidas e desenganos: a Vera Cruz e o Cinema Independente frente à questão da indústria**. In: FREIRE, R. de L.; GATTI, A. P. (org). Retomando a questão da Indústria Cinematográfica Brasileira. Editora Tela Brasilis. p. 45 – 57. São Paulo. 2009.

BAHIA, L. **Discursos, políticas e ações: processos de industrialização do campo cinematográfico brasileiro**. [S.l.]: Itáu Cultural, 2012.

BAUMOL, William; BOWEN, William. **Performing Arts The Economic Dilemma**. MIT Press, Cambridge, 1966.

BAUMOL, William; BLACKMAN, Sue Anne Batey; WOLFF, Edward. Unbalanced Growth Revisited: Asymptotic Stagnancy and New Evidence. **The American Economic Review**, Vol. 75, No. 4 (Sep., 1985), pp. 806-817.

BLS - U.S. Bureau of Labor Statistics Latest Numbers. Estados Unidos. Disponível em: <[www.bls.gov](http://www.bls.gov)>.

BOLAÑO, César. **Indústria Cultural, informação e capitalismo**. Editora Hucitec, São Paulo, 2000.

BOLAÑO, César; MANSO, Ana Carolina. **Para uma economia política do audiovisual brasileiro. Cinema, Televisão e o novo modelo de regulação da produção cultural**. In: MALEIRO, Alessandra (Org.). Cinema e Economia Política. Editora Escrituras, pp. 87 – 100. São Paulo. 2012.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2007.

BOYER, Robert. (Org.). **Régulation Theory. The State of the art**. Editora Routledge. Paris, França. 1995.

BROOKEY, Robert Alan; ZHANG, Zeyu. **How Hollywood applies industrial strategies to counter market uncertainty: The issue of financing and exhibition.** In: MURSCHETZ, Paul Clemens; TEICHMANN, Roland; KARSMASIN, Mathias (orgs.) Handbook of State Aid for Film – Finance, Industries and Regulation. Editora Springer. Viena, Áustria, 2018.

BURKE, Peter. **A Fabricação do Rei – A construção da Imagem pública de Luís XIV.** Editora Zahar. 2ª edição. Rio de Janeiro, 2009.

CAMPOS, R. M. M. de. **História do Cinema Brasileiro – Os Ciclos de Produção Mais Próximos ao Mercado.** In: II Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho. Florianópolis, 2004.

CARDENUTO, R. **A economia do cinema nacional-popular (comentários em torno dos anos 1960).** In: FREIRE, R. de L.; GATTI, A. P. (org). Retomando a questão da Indústria Cinematográfica Brasileira. Editora Tela Brasilis. p. 76– 89. São Paulo. 2009.

CINETEL. Itália. Disponível em: <<http://www.cinetel.it>>.

CNC - Centre National du Cinéma et de l'Image Animée. França. Disponível em: <[www.cnc.fr](http://www.cnc.fr)>.

CORIAT, Benjamin. **La théorie de la régulation: origines, spécificités et perspectives.** In: SEBAÏ, F; VERCELLONE, C (Eds.). Ecole de la régulation et critique de la raison économique. Paris, L'Harmattan (número especial da Futur Antérieur), 1994.

CORTELAZZO, Patrícia Rita. **A História da Arte por meio da leitura de Imagens.** Editora Intersaberes. Curitiba. 2012.

FALICOV, Tamara L. **Diversifying Public Film: Funding Policies in Latin America.** In: MURSCHETZ, Paul Clemens; TEICHMANN, Roland; KARSMASIN, Mathias (orgs.) Handbook of State Aid for Film – Finance, Industries and Regulation. Editora Springer. Viena, Áustria, 2018.

FILMEB. Revista eletrônica sobre estatísticas do mercado de cinema. Disponível em: [www.filmeb.com.br](http://www.filmeb.com.br) .

GALLAGHER, B. Kathleen; AUGHINBAUGH, Amy; VOSS, Zannie. **Beyond the “Studio System”: Public Support for Films in the United States.** In: MURSCHETZ, Paul Clemens;

TEICHMANN, Roland; KARSMASIN, Mathias (orgs.) Handbook of State Aid for Film – Finance, Industries and Regulation. Editora Springer. Viena, Áustria, 2018.

GATTI, André. **Distribuição e Exibição na Indústria Cinematográfica Brasileira (1993-2003)**. Tese (Doutorado) - Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2005.

GETINO, Octávio. Entrevista. **Revista Eptic Online**, n. 2, p. 8-15. 2006.

GRILICHES, Z. Productivity, R&D, and the Data Constraint. **American Economic Review** 84, no. 1 (March): 1-23, 1994.

HEFFNER, H. **Aproximações a uma antiga economia do cinema**. In: FREIRE, R. de L.; GATTI, A. P. (org). Retomando a questão da Indústria Cinematográfica Brasileira. Editora Tela Brasilis. p. 19 – 33. São Paulo. 2009.

HERSCOVICI, Alain. **Economia da cultura e da comunicação: Elementos para uma análise socioeconômica da cultura no capitalismo avançado**. Vitória: Editora Fundação Ceciliano Abel de Almeida, 1995.

\_\_\_\_\_. **Redes eletrônicas e economia digital: economia da dádiva ou novas estratégias concorrenciais?** In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO DOS PROGRAMAS DE PÓS- GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 17., 2008, São Paulo. Anais do XVII Encontro da Compós, São Paulo: UNIP, 2008.

\_\_\_\_\_. Contribuições e limites das análises da escola francesa, à luz do estudo da economia digital. Uma releitura do debate dos anos 80. **Eptic On-Line** (UFS), v.11, 2009.

\_\_\_\_\_. Progresso técnico, crescimento econômico e desindustrialização: a lógica kaldoriana revisitada à luz da “nova economia”. **III Encontro da AKB**, 11 – 13 de agosto de 2010.

\_\_\_\_\_, *et al* (2010b). **Enciclopédia INTERCOM de comunicação**. – São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010.

\_\_\_\_\_. **Economia imaterial: tentativa de definição e elementos de análise**. Anais da VI Conferência ACORN-REDECOM, Valparaíso (Chile), 17-18 de maio de 2012.

\_\_\_\_\_. Economia de Redes, externalidades e estruturas de mercado: o conceito de concorrência qualitativa. **Revista Brasileira de Inovação**, Campinas (SP), 12 (1), p.45-72, janeiro/junho 2013.

\_\_\_\_\_. Elementos para uma análise da Economia Imaterial. Rumo à construção de uma nova agenda de pesquisa. **Revista eletrônica Monumento Documento**, Universidade Federal de Mato Grosso, Vol. 13, 2014.

\_\_\_\_\_, (2014b) As metamorfoses do valor: capital intangível e hipótese substancial Reflexões a respeito da historicidade do valor. **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro, v.10, n.2, p. 560 - 574, novembro 2014.

INCAA - Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales. Argentina. Disponível em: <http://www.incaa.gov.ar> .

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas. Disponível em: <ibge.gov.br>.

Instituto Luce-Cinecittà. Itália. Disponível em: <http://www.cinecitta.com/> .

KATZ M.L.; SHAPIRO C. Network Externalities, Competition and Compatibility, **American Economic Review**, Vol. 75 n.3, 1985.

KLOTZEL, André. O potencial da indústria cinematográfica no Brasil. In: **Revista Inovação Uniemp**. Volume 2, n. 1. Campinas, jan/março, 2006.

KEYNES, John Maynard. **Teoria Geral do Emprego, do Juro e da Moeda**. Editora Nova Cultura. São Paulo – SP. 1996.

MARSON, M. I. **Cinema e Políticas de Estado: Da Embrafilme à Ancine**. Editora Escrituras. São Paulo. 2012.

MARX, Karl. **O Capital - Vol. 1**. Editora Boitempo. São Paulo – SP. 2013.

MATTA, J. P. R. **Políticas Públicas Federais de apoio à indústria cinematográfica brasileira: um histórico de ineficácia na distribuição**. In: MELEIRO, A. (org). Cinema e Mercado. Editora Escrituras. p. 37 – 52. São Paulo. 2010.

MELLO FILHO, Marcelo Soares Bandeira. **Escola Francesa Da Regulação, Do Marxismo À Macroeconomia Histórica E Institucional**. Tese de Doutorado. CEDEPLAR/UFMG. Belo Horizonte, Minas Gerais. 2016.

MELONI, Gianpiero; PAOLINI, Dimitri; PULINA, Manuela. **State Subsidies to film and their effects at the box-office: Theorizing and measuring why some genres do better than others**. In: MURSCHETZ, Paul Clemens; TEICHMANN, Roland; KARSMASIN, Mathias (orgs.) Handbook of State Aid for Film – Finance, Industries and Regulation. Editora Springer. Viena, Áustria, 2018.

MESSERLIN, Patrick; VANDERSCHIEDEN, Isabelle. **France's protected and subsidized film industry: Is the subsidy scheme living up to its promises?** In: MURSCHETZ, Paul Clemens; TEICHMANN, Roland; KARSMASIN, Mathias (orgs.) Handbook of State Aid for Film – Finance, Industries and Regulation. Editora Springer. Viena, Áustria, 2018.

MINC – Ministério da Cultura. Secretaria do Audiovisual. Disponível em: <[http://www9.cultura.gov.br/relats/sav95\\_02.pdf](http://www9.cultura.gov.br/relats/sav95_02.pdf)>. Acesso em 10/10/2016.

Ministerio de Cultura de la Nación. Argentina. Disponível em: <https://www.cultura.gob.ar/> .

Ministère de la Culture et de la Communication. França. Disponível em: <http://www.culturecommunication.gouv.fr/> .

Ministero per i Beni e la Attività Culturali – Direzione Generale per il Cinema. Itália. Disponível em: [www.cinema.beniculturali.it](http://www.cinema.beniculturali.it) .

Ministero Dei Beni e delle attività culturali e del turismo. Itália. Disponível em: <http://www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/index.html#&panell1-1> .

MPAA - Motion Pictures Association of America. Estados Unidos. Disponível em: [www.mpa.org](http://www.mpa.org) .

ORLÉAN, André. **The empire of value**. The MIT Press, 2014.

OSCAR - Academy of Motion Pictures Arts and Ciencias. Estados Unidos. Disponível em: <[www.oscars.org](http://www.oscars.org)>.

PAGNANI, Eolo Marques; RODRIGUES, Andrea; VASCONCELOS, Luis Antonio. **O custo como elemento de planejamento e controle de desempenho na produção cinematográfica**. In: XVI Congresso Brasileiro de Custos – Fortaleza, Ceará. 2009.

PONZINI, Davide. The Process of privatisation of cultural heritage and the arts in Italy: analysis and perspectives. **International Journal of Heritage Studies**, 16 (6), pp. 508 – 521, Milão - Espanha. 2010.

PRADO, Sérgio. **Intervenção Estatal, Privatização e Fiscalidade: um estudo sobre a Constituição e a Crise do setor produtivo estatal no Brasil e os processos de privatização a nível mundial**. Tese de doutorado. Unicamp – Campinas/SP. 1994.

RICARDO, David [1821]. **Princípios de economia política e tributação**. São Paulo: abril Cultural, 1982.

ROHLFS, J.A. A theory of interdependent demand for a communication service. **Bell Journal of Economics and Management Sciences**, Spring 1974.

SAMUELSON, Paul. The pure Theory of Public Expenditure. **The Review of Economics and Statistics**, Vol.36, Issue 4, p. 387-389, 1954.

SILVA, João Guilherme Barone Reis. **Comunicação e indústria Audiovisual: cenários tecnológicos e institucionais do cinema brasileiro na década de 1990**. Editora Sulina. Porto Alegre, 2009.

SMITH, Adam. **Riqueza das Nações**. Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa, 1980.

SILVEIRA, Sergio Amadeu. **Convergência Digital, Diversidade Cultural e Esferas Públicas**. In: PRETTO, Nelson de Luca; SILVEIRA, Sergio Amadeu (Orgs.). *Além das Redes de Colaboração: internet, diversidade e tecnologias do poder*. Salvador/ EDUFBA, 2009.

SOARES, Denise Freitas de Deus; DOURADO, Jaqueline Lima; TEIXEIRA, Juliana Fernandes. Reconfiguração do mercado do Telejornalismo brasileiro: Reflexões a partir das mudanças tecno-estéticas do Jornal Nacional. **Revista GEMINIS**, vol. 8, n. 1. UFSCAR – São Carlos, pp. 151 – 168, jan/abr. 2017.

SOUZA, T; PIRES, M. **Entretenimento, audiovisual e cinematografia no contexto das indústrias culturais**. In: IV Encontro Nacional da Ulepicc-Brasil. Rio de Janeiro, outubro de 2010.

STUCKERT; Gabriel Fliege de Lucena. **Regulação e Fomento do Mercado Audiovisual**. 1ª edição, Editora ASPAC, Rio de Janeiro, 2013.

TETI, Emanuele; COLLINS, Alan; SEDGWICK, John. **Government Failure: The ineffectiveness of Italian state subsidies to film**. In: MURSCHETZ, Paul Clemens; TEICHMANN, Roland; KARSMASIN, Mathias (orgs.) *Handbook of State Aid for Film – Finance, Industries and Regulation*. Editora Springer. Viena, Áustria, 2018.

TETI, E; TOMAS, G; BARCHITTA, F. Public tax credits and the film industry and analysis of the Italian system. **Creative Industries Journal**, 12 (1), pp. 48-65. 2019.

TOLILA, Paul. **Cultura e Economia: Problemas, hipóteses, pistas**. Editora Iluminuras. São Paulo – SP. 2007.