



Articulação Cinema e TV¹ no Brasil: as soluções do modelo audiovisual francês

Bruno Hingst²
Universidade Anhembi-Morumbi

Resumo

O trabalho expõe a atuação dos canais de tvs abertos e pagos no País e a falta de articulação na relação cinema e tv, trazendo à discussão o modelo de financiamento de audiovisual francês que pode oferecer sugestões para mudanças nessa relação.

Palavras-chave: audiovisual; cinema; tv; mercado; legislação.

Introdução

O cinema Brasileiro tem tido ao longo da sua trajetória, uma enorme dificuldade para se viabilizar enquanto processo produtivo e, por conseguinte, a mesma dificuldade para estabelecer uma indústria cinematográfica nacional.

Desde 1915, quando o cinema norte americano passa dominar progressivamente as salas de exibição no Brasil, um fato curioso pode se observar com relação ao filme brasileiro: boa parte da produção nacional se tornou desconhecida por parte do grande público devido às dificuldades de inserção no seu próprio país e também ao próprio desinteresse do exibidor nacional, a partir de então focado na maior rentabilidade dos filmes americanos.

Importante destacar que em dois momentos distintos, a tentativa da constituição de uma indústria cinematográfica -início dos anos 30 com a Cinédia e Brasil Vita Film e depois nos anos 50 com Cia. Vera Cruz- acabou fracassando devido a uma série de questões estruturais, tais como, custos, retorno financeiro e desconhecimento do mercado com o filme brasileiro.

Neste momento era claro para as mais diversas cinematografias do mundo a impossibilidade do filme local ter o domínio sobre o mercado de exibição, pois o mesmo era preterido pela maioria dos exibidores em função da alta lucratividade dos filmes norte-americanos, que era o produto que público em geral desejava ver.

¹ Trabalho apresentado ao GP Políticas e Estratégias de Comunicação do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom 2009.

² Bacharel em Rádio, Televisão e Cinema pela Fundação Armando Álvares Penteado, mestre em Comunicação e Mercado pela Faculdade Cásper Líbero. Doutorando pela Escola de Comunicação e Artes da USP. e-mail: bhingst@gmail.com.br



Quando chegamos aos anos 70, a Empresa Brasileira de Filmes (Embrafilme)³ passou a implementar uma política extremamente dinâmica, apoiada pelo Estado e claramente focada na viabilização de um grande número de filmes e na estrutura de distribuição própria com aplicação de parâmetros comerciais, seja na divulgação, seja na busca dos melhores resultados comerciais para os filmes.

No decorrer dos anos 80 o país enfrentou um momento econômico extremamente complexo decorrente do esgotamento do modelo de investimento do Estado, associados ao descontrole da contas públicas, o que levou o País ao caminho de uma hiperinflação que refletiu nos mais diversos setores, entre eles, o cinematográfico.

A Embrafilme viu assim diminuir progressivamente sua capacidade de investimento em novos projetos cinematográficos até o final dessa década. Foi em 1990 que o recém empossado Presidente Fernando Collor de Mello trouxe uma visão de gestão de modelo neoliberal que culminou no plano cultural que promoveu um desmonte de diversas estruturas voltadas à promoção da cultura, como a Funarte, o CNDA⁴ e o Concine⁵ e por fim, a Embrafilme, deixando uma lacuna no setor cinematográfico.

A partir dessa decisão, o financiamento e a realização de filmes entraram em colapso, praticamente paralisando a produção cinematográfica entre 1990-1993, e que só vai ser parcialmente recuperada a partir de 2001 com a criação da Ancine (Agencia Nacional de Cinema) formulada já dentro de um novo conceito, de agência, diferentemente da Embrafilme que era apenas uma autarquia.

A denominada retomada do cinema brasileiro ocorre dentro da formulação da Lei nº 8.313/91, conhecida como Lei Rouanet - inspirada nos modelos norte-americano e Europeu de apoio às artes, apoiada também pela criação da Lei do Audiovisual (Lei nº 8.685 de 1993⁶). Ambas estavam baseadas no mecanismo da renúncia fiscal por parte do Estado, com possibilidade do abatimento de imposto de renda por empresas que investissem em projetos culturais.

³ Embrafilme, empresa de economia mista com participação de capital privado. Criada em 1969 pelo Regime Militar. A finalidade da empresa era a divulgação do filme brasileiro no exterior, mas este objetivo foi sendo gradualmente transformado. Em 1975, uma reforma na empresa modificou seu perfil e a tornou mais ágil para a disputa no mercado cinematográfico, produzindo e distribuindo filmes brasileiros.

⁴ Conselho Nacional de Direito Autoral, órgão de fiscalização, consulta e assistência, no que diz respeito a direitos do autor e direitos que lhes são conexos.

⁵ A Embrafilme e o Concine desenvolviam atividades de controle e regulação do setor.

⁶ Na Lei Rouanet as empresas podem investir em qualquer das áreas de projeto cultural, enquanto a Lei do Audiovisual atende as especificidades do Cinema.



Uma coisa permanece de fato ao longo dos anos: o total desinteresse por parte das emissoras de televisão privadas de produzirem e exibirem filmes e documentários nacionais. Com raras exceções, nos anos 90, vimos apenas duas emissoras de televisão se articular com o cinema brasileiro em termos de produção e exibição, a Rede Globo e a TV Cultura.

Ao analisarmos o período entre 1995 até 2007 os números demonstram uma produção crescente e expressiva de filmes e documentários, com qualidade e diversidade, em parte viabilizada pelas leis de incentivo à cultura ou mesmo por programas como o DOCTV⁷ e o DOCTV Ibero-América (Tv Cultura/ Ministério da Cultura), indicando assim que o problema do setor não está na produção, mas na questão da visibilidade destes conteúdos junto ao grande público.

Ante ao exposto, o que se pretende com este trabalho é expor em linhas gerais as condições estruturais atuais dos canais de tvs abertos e pagos no Brasil que têm se mostrados resistentes às mudanças em termos de legislação, as principais características do modelo Francês de financiamento do audiovisual e, a partir desse modelo, apontar um novo caminho de gestão que possa nos fornecer e sinalizar novas possibilidades para uma melhor integração entre cinema e tv no Brasil.

O modelo audiovisual francês

Como já dito anteriormente, não se pretende aqui desenvolver um amplo detalhamento sobre como a França atua nos diversos segmentos da cultura (questão por si muito extensa), mas sim destacar os principais pontos do setor cinematográfico articulado com a televisão aberta e a cabo deste país.

A França tem longo da sua história uma trajetória na qual questões sociais e culturais sempre estiveram inseridas no plano cultural, desenvolvendo a identidade nacional e reforçando o conceito de País.

Este processo se refletiu no plano federal, com a criação em 1959 do Ministério da Cultura, que tinha como principal atribuição a formulação de políticas e implementação de ações voltadas à divulgação da cultura no País e também no exterior.

⁷ Programa de Fomento à Produção e Teledifusão do Documentário Brasileiro, criado em 2003 como uma política da Secretaria do Audiovisual voltada à produção de documentários e à TV Pública. Em 2006 tornou-se modelo de política pública, e foi inspiração para a criação do DOCTV IBERO-AMÉRICA, que implantou sua sistemática de produção e teledifusão em 13 países latino-americanos, além de Portugal e Espanha.



Na questão orçamentária, o governo trabalha alocando recursos para três setores: espetáculos ao vivo, leitura e livros e audiovisual, sendo que destes, o cinema é o que recebe os menores valores.

Quando falamos do Cinema, é importante destacar que o cinema é uma das formas de manifestação artística e por estar inserido no contexto da Indústria Cultural, tem a lógica da mercadoria, sendo um produto que necessita de altos investimentos e uma estrutura de produção complexa, tendo um alto risco de retorno, pois necessita de uma grande cadeia de exibição, estando também sujeito a variáveis do gosto popular, aumentando ainda mais a incerteza quanto ao retorno de bilheteria.

É consenso hoje que nenhuma cinematografia no mundo consegue viabilizar parte da sua produção fílmica se não houver a ação do Estado como apoio, pois em todos os lugares as telas de cinema são dominadas pelo cinema norte-americano. A França não foge a esta regra, mesmo sendo um país onde a arte e a língua representam acima de tudo uma questão de identidade e afirmação cultural.

Ações de Financiamento

Percebe-se claramente que o Cinema Francês recebe de maneira contínua orçamento para a viabilização das suas produções, como forma de aproximação da França com outros países através do plano cultural.

Neste contexto devemos distinguir entre as ações do Estado relativas ao cinema francês, das ações e políticas desenvolvidas pelo CNC (Centro Nacional da Cinematografia). O Estado atua apenas criando condições de estruturação do mercado do audiovisual e regulação para os profissionais da área cinematográfica, enquanto que o CNC (com autonomia financeira e jurídica) é um órgão viabilizador da produção e regulação da atividade cinematográfica e também encarregado de promover a cinematografia francesa. As ações fundamentais do cinema Francês são implementadas e passam pelo controle do Centro.

A produção cinematográfica francesa se viabiliza através de um fundo de apoio ao audiovisual gerido pelo CNC com recursos obtidos pela taxação de diferentes setores do audiovisual: distribuidores, exibidores, tv aberta, tv a cabo e home vídeo.

Podemos detalhar melhor estas fontes de receita, que são assim divididas: 11% recolhido sob o preço dos ingressos - TSA (Taxe Spéciale Aditionnelle); 2% sobre a venda dos distribuidores; 5% sobre o faturamento das televisões e mais a taxação dos



DVDs lançados, um pouco mais focada na taxação sobre a difusão de filmes pornográficos.

Em termos percentuais, as fontes de receita do cinema francês provêm: cerca de 1/3 dos produtores; 10 a 15% de co-produções estrangeiras; em torno de 1/3 de exibidores e distribuidores; 30% das televisões; 6% dos distribuidores de cinema; e 2% dos distribuidores de vídeo, conforme dados de Joël Augros (in MELEIROS, 2007, v5, pp. 122-123).

Na França, o fundo de apoio ao audiovisual gerido pelo CNC, permite liberar subsídios para produtores, distribuidores e exibidores, destacando ainda o apoio a subsídios regionais e crédito de imposto para filmagens realizadas no país.

A forma como o Estado articula a relação entre o cinema francês e os canais das tvs aberta e fechada merecem aqui um destaque, pois servem como referência para políticas estratégicas mais integradas entre Cinema/TV que podem começar a ser desenvolvidas por outros países, com o objetivo de dar maior visibilidade para as cinematografias locais.

Articulação em Cinema e TV na França

Quando falamos no conceito de Tv aberta em parte da Europa Ocidental, retomamos o conceito de TV Pública, originário no sistema Inglês, através da BBC (British Broadcasting Corporation).

Na origem, o governo inglês já mostrava preocupação com os possíveis casos de excessiva exploração comercial e até de manipulação das informações por meio deste novo veículo que era a Televisão

Em toda a Europa, as comunicações foram colocadas como fomentadoras, ou pelo menos como extensões das atividades culturais e educativas. Assim foi criada a *British Broadcasting Company*, um monopólio, financiado por imposto recolhido no comércio dos aparelhos de rádio e mais tarde de televisão, controlado pelo estado e com a execução do serviço designada à iniciativa privada, num grupo de empresas que foram denominadas, à época de *Big Six*. (Ramos, 2007, p.69)

O modelo da BBC era claramente definido no sentido de que a corporação desenvolveria suas atividades com relativa independência, sinalizando que esta forma de gestão garantiria, entre outras coisas, a viabilidade de toda produção em termos econômicos e acima de tudo, a imparcialidade e a credibilidade para um veículo, a TV, que se mostrava muito dinâmico, mas que trazia para alguns uma grande preocupação pelo fato de ser também suscetível a uma série de pressões e interferências.



O sistema francês de tv aberta seguiu o modelo da tv pública inglesa, contando na atualidade com três canais públicos, o *France 2*, o *France 3* e o *France 5*, além dois canais privados, com financiamento publicitário, TF1 e M6. É importante ressaltar que estes dois últimos canais só foram possíveis de existir dentro do processo de abertura do setor da radiodifusão para empresas privadas, que na França vem acontecendo desde a década de 80.

Neste modelo de integração do cinema e televisão francês, os canais abertos são obrigados a investir 3,2% do seu faturamento em co-produções e pré-aquisições de direitos. O Canal *Plus* (canal fechado)⁸ investe, por sua vez, 9% do seu faturamento na produção cinematográfica francesa.

Os canais abertos ficaram legalmente obrigados a viabilizar uma parte da produção cinematográfica francesa e ainda a criar subsidiárias com a função de produção, reconhecidas pelo CNC, como são os casos da TF1 *Films Production* e *France 2*. Estas subsidiárias, por sua vez, têm ressalvas na sua forma de atuação: não têm o controle da direção dos projetos; apenas os produzem. O dinheiro obtido decorrente da bilheteria desses projetos deve ser investido em novos projetos, não podendo retornar ao canal de TV.

Apesar de a França contar com 5.300 salas de exibição, destacamos aqui alguns problemas no que se refere ao cumprimento da cota de tela para os filmes franceses.

Os filmes são primeiramente exibidos nas grandes redes de exibição cinematográfica - os circuitos *Multiplex* - o que prejudica as salas de cinema menores ou de circuitos de arte, que passam a ter cada vez maiores dificuldades na obtenção de receitas para viabilizar a sua estrutura comercial.

Além disso, os distribuidores têm, semanalmente, quinze novos filmes franceses para serem lançados. A ideia da exploração comercial rapidamente desaparece frente ao não resultado da bilheteria desejada, de forma que o filme sai de cartaz em pouco tempo, retirado pelo exibidor, dando lugar a um novo filme, comprometendo assim a visibilidade e a exploração comercial de certos filmes, face aos resultados negativos e apenas imediatos de bilheteria.

Há também questões como a pirataria na Internet e o questionamento do investimento em altos orçamentos para poucos filmes, ao invés da aplicação do dinheiro em mais

⁸ O canal fechado Arte –Franco/Alemão é apenas o único que não tem obrigação legal de investir no Cinema.



filmes com orçamento menores. Além disso, as tvs abertas começam a ver apenas os projetos que estejam focados em elencos de atores conhecidos, com viés totalmente mercadológico em detrimento do artístico, que resulta cada vez menos espaço para filmes autorais. Nas tvs abertas, têm se notado uma menor preferência do público pela cinematografia do país nos horários de exibição dos filmes franceses.

Redemocratização e Comunicação

Dentro do contexto da guerra fria, o governo militar pós-64 investiu nas telecomunicações, pois via na questão o aspecto da integração do país a outros. Deste período destacamos a criação da Empresa Brasileira de Telecomunicações (Embratel-1965) e do Ministério das Comunicações (1967).

A estratégia era integrar o país por uma rede de comunicação gerida pela Embratel, através de um sistema de microondas, que permitiria entre outras coisas a criação e formação das redes de televisão, facilitando o controle e a difusão das informações desejadas.

Por volta de 1976, foi o momento em que a Embrafilme impulsiona o cinema brasileiro com suas linhas de financiamento através de mecanismos de produção ou mesmo de co-produção, apoiada na Embrafilme Distribuidora, que procurava operar o máximo possível em escala comercial para garantir a inserção do filme nacional dentro da cota de tela, de 112 dias ao ano, levando o filme brasileiro a ocupar neste período 35% das salas de cinema de todos o País, um feito para um mercado de exibição dominado desde 1915 pelo filme norte-americano.

Deste período podemos destacar os filme *Dona Flor e Seus Dois Maridos* (1976) com mais 11 milhões de espectadores, sinalizando que o cinema brasileiro estava conseguindo dialogar com o público, que se via representado nas telas, distanciando-se assim um pouco do Cinema Novo⁹, que vinha com propostas mais autorais e de difícil compreensão do grande público.

Historicamente, a primeira menção de uma associação entre cinema e tv é feita com o filme *A Moreninha* (1970), uma co-produção TV Cultura (recém-inaugurada), Lauper Filmes e CBS do Brasil. Este filme foi exibido nas salas de cinema e posteriormente na

⁹ Criado na década de 60, abordava uma temática diferente da proposta mostrada nas décadas passadas, e tinha a intenção de recriar o cinema nacional, mostrando a realidade do Brasil e o seu próprio povo.



própria emissora educativa; a primeira integração entre cinema e tv no Brasil que se mostrará, pelas próximas duas décadas, extremamente rara e de pouco diálogo.

Outro caso que merece menção era a relação entre a produtora Blimp Filmes (1972) e a Rede Globo, que contratada pela emissora, produzia documentários dirigidos por cineastas como João Batista de Andrade para o Globo Repórter, em um período ainda em que vídeo não tinha mobilidade para a captação em relação ao cinema.

E por fim a tentativa da Embrafilme, sintonizada com as mudanças que estavam atingindo a TV, por volta de agosto 1977 tenta buscar um dialogo com a tv aberta através do Programa Especial de Pilotos, projeto que não avançou, apesar de terem sido apresentadas 97 propostas de programas-pilotos e terem sido selecionados 22 programas.

O problema era que a Embrafilme estava focada na sua estrutura de produção, não olhando objetivamente questões práticas que envolviam avaliações mercadológicas sintonizadas com o mercado e possíveis contrapartidas comerciais de cada um dos lados envolvidos, produtores e TV Globo. Além disso, esse projeto de pilotos para TV não tinha nenhum plano de veiculação e supostamente confiava numa futura obrigatoriedade de exibição de seriados de televisão; mas por detrás podemos identificar o paternalismo do Estado deixando ao longe aspectos objetivos e comerciais, base para o desenvolvimento de um projeto que certamente seria muito viável para ambas as partes como podemos ver nas palavras de Boni, à época numa entrevista

... cada episódio, a um custo médio bem próximo de 500.000 cruzeiros, não tem sentido comprar um filme que não custou menos de 2 milhões de cruzeiros. Além disso, a linguagem do cinema não é a da TV. Se a EMBRAFILME quisesse mesmo fazer seriados para a televisão, deveria ter montado um centro de produção eletrônica, fazer os homens de cinema e televisão, fazer pesquisa de mercado para saber o que interessa ou não fazer. Em vez disso, preferiu jogar para (sic, por fora) 20 milhões de cruzeiros. Revista Cinema em Close-up n.18, p.16 (in AMANCIO, 2000, p.93 e 94)

A partir de 1985, com a transição do poder dos militares para os civis, surge no horizonte uma nova proposta de remover todas as estruturas retrógradas ligadas ao autoritarismo, inclusive a Constituição Federal de 1969, substituída pela Constituição Federal de 1988, que procurava refletir as mudanças da sociedade brasileira

Nessa nova Constituição, no capítulo que trata da Comunicação Social, em especial no que tange à radiodifusão, houve avanços no texto aprovado. Para efeito deste trabalho,



serão abordados apenas os artigos 220 e 221 que indiretamente terão reflexos no setor cinematográfico.

Cinema e Constituição

O artigo 220 da Constituição Federal de 1988 trata das questões do impedimento na formação de monopólios e oligopólios nos meios de comunicação. Porém, o que vemos é que por falta de legislação complementar que defina as formas de regulação, de limites e de penalidades se permite os desmandos e a quase total liberdade dos concessionários de outorgas de radiodifusão.

Na Câmara dos Deputados, os grandes grupos ligados à radiodifusão tão bem representados por deputados na Comissão de Comunicação e Justiça, sempre impediram a aprovação de legislação complementar para este artigo, ou seja, defendem a não aprovação de mecanismos legais que exerceriam algum tipo de controle e regulação para este setor, ou seja, de nenhum interesse a esses grupos.

O artigo 221 que define os princípios para a programação de emissoras de rádio e televisão, estabelece que a programação deve preferencialmente promover a cultura regional e nacional e a produção independente que possa atuar no plano regional.

No caso específico do Art. 221, a regulamentação referente a produção regionalizada e ligada a questões nacionais demandaria maiores investimentos por parte das emissoras, notadamente as afiliadas das grandes redes, nem sempre dispostas a interromper a retransmissão de programas feitos pelas cabeças de rede em prol de novos produtos locais. (PIERANTI, 2007, p.79)

As palavras desse pequeno trecho de Octavio Pieranti acima transcrito permite-nos delinear o que temos acompanhado nestes últimos vinte anos no setor de radiodifusão: um total retrocesso no que se refere aos meios de comunicação de massa eletrônicos.

Isto vem se refletindo também sobre as agência reguladora deste setor, no caso a Anatel (Agência Nacional de Telecomunicações)¹⁰, que fica enfraquecida por não ter um adequado quadro de funcionários técnicos, orçamento anual definido, estando sempre sujeita a pressões e interferências, seja do Ministério das Comunicações ou mesmo de pessoas provenientes de grupos ligados à radiodifusão.

Temos então presenciado nos últimos vinte anos a ampliação do setor da radiodifusão, porém cada vez mais concentrado em cima de grandes grupos econômicos detentores de

¹⁰ Análise e Avaliação do Papel das Agencias Reguladoras no Atual Arranjo Institucional Brasileiro - Relatório do Grupo de Trabalho Interministerial – Brasília, setembro de 2003..



diversos veículos de comunicação, como rádio, TV, jornais impressos, praticando gestões administrativas e financeiras poucos modernas.

Cinema e Retomada

O período entre os anos 70 e 80 é cercado primeiramente pela diminuição da capacidade do Estado brasileiro para investir em múltiplos setores, refletindo na Embrafilme com diminuição progressiva da produção de filmes e culminando com a extinção da empresa, no início do governo do Presidente Collor de Mello, provocando um vácuo no cinema brasileiro que se refletiu quase por uma década, um período que vimos o cinema brasileiro apresentar uma queda dramática na sua produção, um Estado ausente e desestruturado economicamente para novas demandas: a relação com a televisão ficou mais distante, apenas como uma miragem.

A minissérie Confissões de Adolescente (1994), dirigida por Daniel Filho, foi destaque na época, principalmente junto ao público adolescente. A Tv Cultura atuou em regime de co-produção com a Dez Produções (mais uma vez investindo em cinema), produzindo 40 episódios com grande sucesso.

Importante destacar a iniciativa pioneira do governo do estado de São Paulo em parceria com a Tv Cultura na criação do PICTV (Programa de Integração Cinema-Televisão) visando a produção de séries e filmes para televisão. Este programa co-produziu, entre 1996 e 2000, 48 filmes e talvez tenha sido até agora a melhor integração entre cinema e tv em termos de proposta.

Esta retomada do Cinema brasileiro mostra que de 13 filmes produzidos em 1995, alcançamos ao final de 2007 a um total de 78 filmes e de 1995 a 2007 foram produzidos e lançados um total de 454 filmes¹¹, isso sem mencionarmos ainda o projeto DOCTV quem em seis anos de existência co-produziu 170 documentários.

Dentro desse quadro chegamos a uma avaliação interessante. A produção cinematográfica brasileira nesses últimos cinco anos alcançou uma média de 54 filmes lançados, porém, sempre com os mesmos problemas: ficando poucas semanas em cartaz; exibição restrita praticamente a circuitos de arte, como Espaço Unibanco de Cinema (em São Paulo) e Estação Botafogo (no Rio de Janeiro), só para citar alguns exemplos.

¹¹ Dados site da Ancine: www.ancine.gov.br



Esta situação acaba expondo alguns dos problemas crônicos do Cinema brasileiro, qual seja, a difícil visibilidade dos filmes para o grande público, decorrente do fato de que a grande maioria desses filmes não alçarem os circuitos de exibição *Multiplex*, presentes na maioria dos *shoppings centers*, que normalmente concentram o grande público, como nas palavras do cineasta Geraldo Moraes:

Nesses últimos anos o cinema brasileiro cresceu, em capacidade de produção, diversidade de temas e tendências e quantidades de espectadores. Mas esse crescimento é menor que sua capacidade de produção e insuficiente em termos de contato com a sua própria sociedade. Ocupamos espaços, mas continuamos estrangeiros em nossa própria terra. (in MARTINEZ, 2005, p.62)

A partir de 2000, seguindo a retomada do cinema brasileiro e com apoio das leis de incentivo, as Organizações Globo passam a investir na área de produção cinematográfica criando a Globo Filmes, seu braço de cinema, se tornando a maior produtora de filmes do Brasil. Interessa salientar que a Globo Filmes tem projetos com foco totalmente comercial das suas histórias e tem seus filmes valorizados em termos de patrocínio pela utilização do elenco de suas novelas e também ter acesso à principal mídia do país, no caso a Rede Globo, facilitando a divulgação dos filmes e atraindo o interesse das grandes cadeias de exibição *Multiplex*.

Portanto, a empresa consegue ter uma captação expressiva de recursos se utilizando do artigo 3º da Lei do Audiovisual (as regras de captação pela Lei do Audiovisual são definidas pelo o artigo 1º¹² e pelo artigo 3º¹³), no qual as grandes distribuidoras norte-americanas, como a *Fox Film* e a *Warner Bros.* abatem imposto de renda aplicando o valor projetos audiovisuais.

Anualmente a Rede Globo promove em janeiro em sua programação uma “Semana do Cinema Brasileiro” com acervo apenas de filmes produzidos pela Globo Filmes. Como sabemos, janeiro é sempre mês de férias e portanto com menos público sintonizado na tv, mas curiosamente há, mesmo assim, uma audiência significativa na programação, demonstrando que há interesse do brasileiro em poder se ver retratado na tv.

¹² Artigo 1º- permite que Pessoas Físicas ou Jurídicas possam abater 100% dos recursos despendidos na compra de Certificados de Investimentos (CI) representativos dos direitos de comercialização de obras cinematográficas de produção independente e de projetos de distribuição, de exibição e de infra-estrutura técnica, desde que estes valores não ultrapassem 3% do imposto de renda.

¹³ Artigo 3º - permite que a empresa estrangeira, contribuinte do Imposto de Renda pago sobre o crédito ou a remessa de rendimentos decorrentes da exploração de obras audiovisuais no mercado brasileiro, abata 70% do imposto de renda devido, desde que invista o referido valor em desenvolvimento de projetos de produção de obras cinematográficas brasileiras de longa-metragem de produção independente ou na coprodução de obras cinematográficas brasileiras de curta, média e longa metragens, de produção independente.



Mas essa mesma Rede Globo que atua apoiando o Cinema brasileiro, exerce, por outro lado, o seu poder de influência através de *lobby* junto ao Congresso Nacional, no sentido de que não ocorram mudanças no quadro do audiovisual brasileiro, em termos de obrigatoriedade de exibição na tv de filmes de longa metragem, séries ou mesmo produção independente nacionais.

Podemos mencionar ainda o caso da proposta de transformação em 2004 da Ancine em Ancinav (Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual) violentamente atacada, pois buscava a possibilidade de taxaço que atingiria a tv aberta e o setor de home-vídeo. Recentemente a PL 29¹⁴, que estava em discussão na Comissão de Defesa do Consumidor da Câmara, tocava em um aspecto polêmico: a proposta com relação ao limite de veiculação de publicidade pelas tvs pagas, estipulado em 12,5% do total diário da programação e 20% a cada hora além do ponto principal, com a criação de cotas de exibição para produção audiovisual brasileira.

Como sabemos, de acordo com a Constituição Federal, todo o concessionário de um sinal de televisão aberto deve propiciar uma contrapartida social na programação, algo que é desrespeitado e ignorado diariamente na programação das emissoras, que na média ainda apresentam programas de baixa qualidade.

Quando a PL 29 entrou em discussão novamente na Comissão de Defesa do Consumidor a ABTA (Associação Brasileira de Televisão por Assinatura) entrou com uma campanha intensificada nos principais canais a cabo, apregoando que os assinantes da tv a cabo ficariam sem liberdade de escolha da programação. Aqui, mais uma vez, a pressão da Rede Globo nos bastidores atuou para que não fosse votada pela comissão uma legislação que obrigasse uma cota para conteúdo audiovisual nacional nas tvs a cabo.

No caso da tv a cabo, encontramos também as Organizações Globo atuando através da sua subsidiária, a Net Cabo que distribui canais pagos e que também não consegue, como o previsto em contrato, oferecer pacotes de filmes recentes. Cabe aqui expressar a importância da obrigatoriedade de um novo conteúdo nacional que pode suprir uma demanda atendendo ao interesse dos assinantes e não meramente das conveniências das emissoras de tv a cabo.

¹⁴ Projeto de Lei 29/07, do deputado Paulo Bornhausen (DEM-SC), que dá às empresas de telefonia fixa e móvel o direito de produzir e distribuir conteúdo eletrônico, desde que sejam constituídas e sediadas no Brasil ou que a maioria de seu capital esteja em poder de pessoas residentes no País. As emissoras de rádio e os canais de televisão, com base na legislação em vigor, querem ter exclusividade na prestação desses serviços.



Conclusão

A relação do Cinema Francês na articulação com a tv aberta e paga passa por um mecanismo extenso formulado e desenvolvido ao longo de décadas com o CNC (Centre Nacional da Cinematografia) exercendo um papel fundamental na condução e desenvolvimento da produção cinematográfica francesa, bem como no controle do mercado.

É importante destacar o recolhimento de taxas por todos os setores do audiovisual francês, voltado para o fundo de apoio ao audiovisual gerido pelo CNC: produtores, distribuidores, exibidores, televisões e distribuidores de vídeo. Além disso, destacamos também a obrigatoriedade por parte dos canais abertos públicos e privados da exibição e co-produção de filmes franceses.

Esta política resulta na ação do Estado no plano cultural, especificamente no cinematográfico, se mostrando forte na defesa dos interesses da sociedade e do cinema nacional, não se sujeitando às pressões políticas e econômicas de certos setores da sociedade.

Enquanto isso, vê-se no Brasil o setor da radiodifusão concentrado cada vez mais nas mãos de grandes e poucos grupos empresariais de comunicação, que têm total interesse na manutenção de estruturas jurídicas arcaicas para este setor. Um Estado que tem se mostrado cada vez mais fraco, não conseguindo corresponder aos interesses públicos, pressionado por um congresso progressivamente mais fisiológico, que atua única e exclusivamente em função dos interesses do capital privado.

Isto vem mostrar que as emissoras de tv aberta e paga desenvolvem um modelo de gestão medíocre, focado apenas no investimento mínimo e na busca de o máximo de rentabilidade, na contramão da necessidade de as emissoras de televisão adotarem uma gestão mais profissional, com estratégias de planejamento focadas numa visão a longo prazo e sustentada por avaliações de pesquisa mercadológica.

Para que haja uma mudança nesse cenário, é preciso que as emissoras estejam sintonizadas com o interesse do público; é importante a participação não só das entidades de classe ligadas ao interesse dos trabalhadores, mas também da sociedade civil no sentido de exercer sua pressão no Congresso Nacional para que se realizem as mudanças necessárias no setor.

Nos últimos dez anos a produção cinematográfica brasileira cresceu não só em termos de números, mas também na diversidade dos temas abordados. Um número que assusta



é que só em 2007 foram lançados 78 filmes brasileiros que ficaram praticamente desconhecidos do grande público.

Temos de fato volume de produção no que se refere a filmes de longa metragem e documentários (conteúdo audiovisual), precisamos apenas criar condições para o desenvolvimento de uma legislação que atenda melhor aos interesses da sociedade. O modelo do audiovisual francês tem também suas imperfeições, mas sem dúvida sinaliza o melhor caminho que pode ser seguido na articulação entre cinema e televisão.

Referências:

- AMÂNCIO, Tunico. **Artes e Manhas da Embrafilme**: Cinema Estatal Brasileiro em sua época de Ouro (1977-1981). Niterói: EdUFF, 2000.
- BANDEIRA, Antonio Alfredo Bertini de Torres. **Economia da Cultura**: Indústria do Entretenimento e o Audiovisual no Brasil. São Paulo: Editora Saraiva, 2008.
- BITELLI, Marcos Alberto Sant'anna. **O Direito da Comunicação Social e da Comunicação Social**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 6ª ed. 2004.
- CALDAS, Ricardo Wahrendoorff & MONTORO, Tânia. **A Evolução do Cinema Brasileiro no Século XX**. Brasília: Casa das Musas, 2006.
- CRETON, Laurent. **Économie Du Cinema**: Perspectives Stratégiques. Armand Colin Cinéma, 2005.
- MELEIRO, Alessandra (org). **Cinema no Mundo**: indústria, política e mercado - Europa. São Paulo: Escrituras Editora, Coleção Cinema no Mundo; v.5, 2007.
- MOTA, Denise da Silva. **Vizinhos Distantes**: Circulação Cinematográfica no Mercosul. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2007.
- MARTINEZ, André. **Democracia Audiovisual**. São Paulo: Escrituras Editora / Instituto Pensarte, 2005
- SIMIS, Anita. **Estado e Cinema**. São Paulo: Annablume, 1996
- PIERANTI, Octavio Penna. **Políticas públicas para a Radiodifusão e Imprensa**: Ação e Omissão do Estado no Brasil pós 1964. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.
- RAMOS, Murilo César & SANTOS, Suzy dos (orgs.). **Políticas de Comunicação**: buscas teóricas e práticas. São Paulo: Paulus, 2007. (Coleção Comunicação).