



Coprodução: um recurso privilegiado no campo audiovisual contemporâneo¹

Lia BAHIA²

Universidade Federal Fluminense (UFF), Niterói, RJ

Resumo

A coprodução se torna uma política de progressivo destaque no mundo contemporâneo. Coproduções internacionais e nacionais são cada vez mais acionadas pelos países da América Latina como estratégia de entrada dos cinemas nacionais no mundo globalizado, mas também como instrumento de sobrevivência em um universo transnacional desigual e perverso. No Brasil, o movimento de interseções entre nacional e global, culto, popular e massivo se insere cada vez mais no planejamento das políticas culturais (públicas e privadas) e gera novas possibilidades e contradições para o campo audiovisual nacional. Este artigo tem por objetivo refletir sobre as singularidades do recurso da coprodução na cinematografia brasileira contemporânea.

Palavras-chave: Coprodução; Cinema; Televisão, Híbridação; Mercado

A estratégia de coprodução internacional (entre cinematografias de diferentes países) e de coprodução nacional (entre diferentes meios audiovisuais) têm se tornado um discurso e uma prática cada vez utilizados para o desenvolvimento do audiovisual no mundo globalizado de economia capitalista. A coprodução como recurso é uma tendência mundial contemporânea e se apresenta no cenário cultural como fundamental para ampliação da produção, circulação e consumo de obras audiovisuais. Os produtos feitos em coprodução seriam resultados de trocas econômicas e simbólicas, e teriam como benefício a ampliação do espectro de exploração comercial das obras. Ainda como elemento positivo, as coproduções abririam espaços para promoção, exibição e difusão da cultura nacional fora do país de origem e alargariam o público consumidor dos produtos audiovisuais.

¹ Trabalho apresentado no GP Cinema, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda em Comunicação Social pela Universidade Federal Fluminense com a pesquisa “Transmidiatização à brasileira: convergência e novos padrões de consumo”. É mestre em Comunicação Social pela Universidade Federal Fluminense com a dissertação “Uma análise do campo cinematográfico brasileiro sob a perspectiva industrial”, premiada pelo Itaú Cultural 2010/2011. Trabalhou na Ancine, Secretaria de Estado de Cultura do Rio de Janeiro e Riofilme.



A coprodução é uma política que ganha força com o sistema capitalista global diante do adensamento das disputas e divergências culturais. Na sociedade global, os processos de hibridação são de interesse tanto dos setores hegemônicos como dos populares, tanto de países desenvolvidos como em desenvolvimento. Contudo, é preciso entendê-los atentando para as assimetrias de poder e desigualdades culturais, econômicas e políticas.

Hibridação não é fusão sem contradições. Canclini define hibridação como “processo socioculturais nos quais estruturas ou práticas discretas, que existiam de forma separada, se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas” (CANCLINI, XIX, 2006). Os processos de hibridação se encaixam no discurso das políticas culturais transnacionais e interculturais uma vez que afrouxam as fronteiras distintas, ampliam dos espaços de mesclas e conferem força mercadológica aos bens culturais.

Há, conseqüentemente, um embaralhamento de fronteiras das artes, provocando a crise de identidade e autonomia dos meios. No audiovisual há necessidade de reconfiguração do campo, pois as categorias polarizadas, historicamente construídas, não dão conta do adensamento do processo de entrecruzamentos culturais: nacional e global, culto, popular e massivo. Canclini afirma que mais do que a dissolução das categorias tradicionais do culto e do popular no mercado cultural, o que se rompe é a pretensão de cada campo se considerar como autônomo.

Neste contexto, a coprodução – realização partilhada - é apontada como uma das ações estratégicas para sobrevivência do audiovisual neste mundo no quais as fronteiras são descoladas constantemente. As coproduções internacionais são vistas como uma possibilidade de entrada e promoção de filmes locais no mercado cinematográfico global. Já as coproduções nacionais são acionadas com objetivo de fortalecimento do conteúdo audiovisual nacional e resistência aos produtos internacionais.

Diante das transformações em escala global, há aumento de criação de instrumentos legais e do número de filmes realizados em coprodução internacional cresce na América Latina no final dos anos 1990. No entanto, desde os anos 1950 se anteviu a coprodução e a integração de mercado cinematográfico mundial. As disputas da classe cinematográfica no Brasil indicavam a coprodução como uma ferramenta importante de desenvolvimento da indústria cinematográfica nacional:

Resta formar uma consciência cinematográfica e uma ação de esclarecimento do país, em relação aos problemas específicos da nossa



cinematografia, dentro da tese de que a causa profunda do nosso cinema não é estética. Ela decorre de pressões bem mais profundas, definíveis como falta de uma legislação industrial. Preconizar e cumprir uma política de liberalismo sadio, e de estímulo à atração de capitais estrangeiros por via de co-produções seria o caminho (Carvalho Lima in ORTIZ RAMOS, 1983, p. 27).

Esse pensamento é reelaborado no final dos anos 1990, e incorporado às políticas públicas através de acordos de coproduções internacionais numa tentativa de mediação entre o nacional e global. Interseções equilibradas entre o nacional e o global ou entre identidades locais e transnacionais estão na agenda nas políticas públicas audiovisuais na América Latina. A combinação de políticas locais e mundiais que regulem os intercâmbios das indústrias culturais a fim de garantir produção e recepção diversificadas, isto é, políticas interculturais transnacionais, são apontadas pelos governos da região como fundamental para o desenvolvimento, afirmação e reconhecimento dos cinemas latino-americanos na região e no mundo globalizado.

Com a globalização neoliberal cultural e econômica, a problemática entre cinematografias próprias e estrangeiras se intensifica e ganha novos contornos. Os cinemas nacionais³ têm que lutar por um espaço de visibilidade dentro de seus próprios países, ao mesmo tempo em que se tornam dependentes de dispositivos estrangeiros. Para Canclini (2003), é no padrão reordenador da produção, distribuição e consumo das indústrias audiovisuais que a globalização se realiza de forma mais patente.

No caso da cinematografia latino-americana o fluxo desigual de forças nacionais e globais se torna evidente. O cinema latino-americano volta-se majoritariamente para seu mercado interno. Os filmes têm dificuldade de circular dentro da própria região, se restringindo na maioria dos casos aos seus países originários. A circulação de filmes latino-americanos dentro da região ainda é muito limitada, e a maioria dos filmes que viaja dentro da América Latina é resultado de política privada das distribuidoras *majors* que dominam o mercado cinematográfico na região.

Assim, a principal manifestação de integração do mercado cinematográfico latino-americano é representada por cinco conglomerados norte-americanos transnacionais que têm presença decisiva na oferta e comercialização de filmes em escala regional. A hegemonia das *majors* estrutura o mercado cinematográfico latino-americano: elas ditam a programação anual de aproximadamente 85% dos conteúdos

³ O cinema hollywoodiano não tem a necessidade de se definir nacional, porque ele se define como o cinema.



nas salas de cinemas, exercem controle sobre as políticas cinematográficas e audiovisuais de cada país, criam novos públicos e consumo, entre outros⁴.

A distribuição de filmes latino-americanos pelas *majors* ainda é restrita, apesar delas dominarem o mercado de cinema nos países da América Latina. Os grandes sucessos de público da cinematografia latino-americana estão associados à forma de distribuição e comercialização internacionais. Um filme latino-americano distribuído por uma *major* tem muito mais chance de se tornar um sucesso de público. Há um paradoxo fundamental: ao mesmo tempo em que a concentração das empresas transnacionais, de distribuição e exibição, seleciona e restringe os filmes latino-americanos, elas se tornam fundamentais para circulação e promoção dos mesmos no mercado global.

Junto ao deslocamento e alargamento das fronteiras territoriais, ocorre o entrecruzamento dos meios audiovisuais, principalmente cinema e televisão, como forma de potencializar os produtos nacionais no mercado local e fazer frente aos produtos externos. Meios que até então se encontravam segregados dentro da hierarquia cultural se misturam, através do processo da hibridação, gerando produtos de trânsito. Como consequência há um alargamento das fronteiras do culto, do popular e do massivo através de filmes, séries e programas de televisão. A circulação de profissionais, técnicas, linguagem entre os meios indica uma das formas contemporâneas de fazer e pensar cinema e televisão⁵.

Se a convergência transmidiática é uma tendência mundial do capitalismo e da cultura do consumo, na América Latina esse processo apresenta de maneira singular e vai dialogar com o processo histórico de modernização conservadora da região. Por isso, para Canclini é importante analisar os processos de hibridação contemporâneos na região para entender as “estratégias de entrada e saída da modernidade” (ibidem, p. XXV). Os processos de hibridação se tornam recurso estratégico para negociar, resistir e aderir ao projeto moderno capitalista global.

Para Canclini as tradições ainda não se foram e a modernidade não acabou de chegar na região, gerando contradições e desvios históricas (2006). Os avanços modernos (democratização, industrialização, organização política) não chegaram a

⁴ As empresas cinematográficas transnacionais, ao associar a “tirania do dinheiro” e a “tirania da informação”, valorizam diferentemente as localizações do mundo. As salas latino-americanas importam filmes norte-americanos, apesar do baixo índice de ida ao cinema da população (menos de 1 vez ao ano) e do baixo preço do ingresso em algumas localidades. Como consequência apenas 10% das arrecadações internacionais das *majors* provém da América Latina (Getino, 2007).

⁵ Importante lembrar que no seu nascedouro cinema e televisão eram meios de mesclas de teatro e rádio, essa posição de distinção acontece no processo de modernização e consolidação de um mercado de bens culturais no país.



todos e nem as tradições foram superadas, gerando o que Roberto Schwarz chamou de modernização conservadora. Para o autor, as transformações modernizadoras não seriam possíveis dentro dos limites do capitalismo existente, isto é, houve uma defasagem entre a modernização aparente e as condições materiais e de mercado (SCHWARZ, 2005). Renato Ortiz afirma que o modernismo é uma idéia fora do lugar que se expressa como projeto na América Latina (2001). Em nenhum país da América Latina houve a adoção mimética dos modelos e referenciais importados.

Neste contexto de entrecruzamentos e singularidades, novas armas de lutas são acionadas para que o audiovisual latino-americano possa entrar, resistir e negociar no mercado de bens simbólicos global. As experiências recentes ocorridas de coproduções internacionais e nacionais no Brasil evidenciam o processo de deslocamento e alargamento de fronteiras como estratégia de sobrevivência.

Acordos, reuniões e programas de integração internacional: panorama latino-americano

Os acordos de livre comércio e integração supranacional conferem novas configurações institucionais para o audiovisual, que propiciam a interface do nacional e global, do próprio e alheio. Nesta nova estrutura global, os acordos transnacionais são defendidos por profissionais e pesquisadores como ferramenta de sustentabilidade da produção e difusão das cinematografias dos países latino-americanos. Os discursos atrelados aos acordos de coprodução prometem benefícios como o aumento e a circulação de capital, trocas simbólicas e expansão do consumo dos produtos cinematográficos.

O mercado internacional deixa de ser apenas uma janela de exibição para se tornar parceiro de realização através de acordos de coprodução. O intercâmbio com outros países e culturas tem por objetivo potencializar o filme no mercado globalizado. A coprodução como recurso próprio da interculturalidade levaria assim a uma intermediação cultural e a interconexão de imaginários.

Na América Latina a coprodução como recurso ganha força no final dos anos 1990 momento que os países latino-americanos buscaram criar políticas de atração de investimentos e entrada no mercado global⁶. Já foram realizadas diversas tentativas de

⁶ Para Lipovetsky, o processo de intensificação das mercadorias marca uma virada inclusive para o cinema norte-americano que busca investimentos de países europeus e asiáticos. Diz o autor: “São cada vez maiores os capitais provenientes do Japão, da Alemanha, da Grã-Bretanha e da França que, através de contratos de coprodução, financiam Hollywood (2009, p. 24).



acordos de coproduções internacionais de integração intergovernamentais: há o Programa Ibermedia, Acordo Latino-americano de Coprodução Cinematográfica, os acordos entre os países do Mercosul, e outros que variam de país a país. A criação da Reunión Especializada de Autoridades Cinematográficas y Audiovisuales del Mercosur y Estados Unidos (Recam), em 2003, pode ser considerada a estratégia mais emblemática de aproximação entre os países da América Latina.

A Recam é um órgão consultor do Mercosul para a temática cinematográfica e audiovisual, formado pelas autoridades máximas governamentais nacionais. Tem por objetivo ser um instrumento institucional para avançar no processo de integração das indústrias cinematográficas e audiovisuais da região, através de discussões e circulação de informação das experiências cinematográficas e audiovisuais latino-americanas⁷. Os planos de trabalho da organização foram pautados em três princípios: reciprocidade, complementaridade e solidariedade, com o objetivo principal de adotar medidas concretas (de redução das assimetrias) para a integração e complementação das indústrias cinematográficas e audiovisuais dos países que integram o Mercosul.

Já o Programa Ibermedia é um projeto multilateral de cooperação técnica e financeira que foi criado em novembro de 1997 para fomentar o desenvolvimento do audiovisual dos países ibero-americanos nas áreas de formação, coprodução, distribuição e promoção, assim como o desenvolvimento de projetos cinematográficos.

A América Latina, esse entre-lugar, marcado pelo imaginário da mescla, torna-se uma tarefa estratégica para entrar, negociar e resistir às tendências da globalização neoliberal. Uma estratégia que resgata a união a partir da diversidade para potencializar os cinemas nacionais latino-americanos no mundo global. Canclini enfatiza a relevância de se estabelecer políticas culturais que impulsionem a produção endógena dos países latino-americanos, com o objetivo de expandir nosso desenvolvimento cultural nos mercados globalizados e também para regular sua ação em função dos interesses públicos (CANCLINI, 2004).

Os acordos internacionais: o caso brasileiro

As políticas públicas dos países latino-americanos reforçam e impulsionam mecanismo de aproximação e de criação de acordos de coprodução cinematográfica na

⁷ O fato é que a Recam encontra grande dificuldade para ser um espaço de encontro e troca de informações e experiência cinematográficas e audiovisuais. Os dados e estudos disponíveis no site são pouco trabalhados e insuficientes para uma análise mais aprofundada do campo cinematográfico latino-americano.

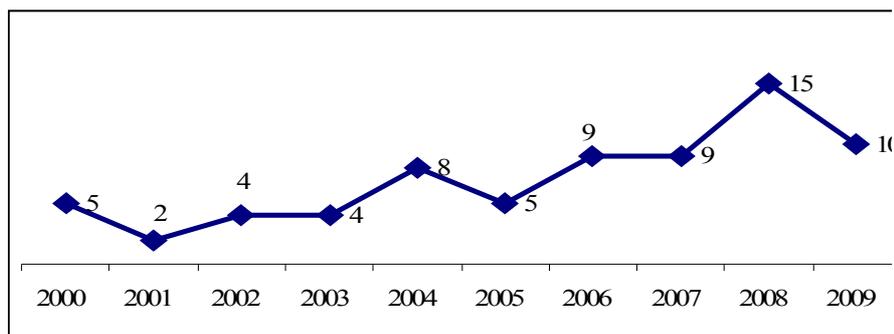


América Latina. O caso brasileiro evidencia as potencialidades, as contradições e os desafios das coproduções internacionais.

De acordo com a Agência Nacional do Cinema (Ancine), o país possui acordos bilaterais com a Argentina, Venezuela, Portugal, Alemanha, Canadá, Chile, Espanha, França e Itália. Possui ainda acordos multilaterais (Convênio de Integração Cinematográfica Ibero-Americana, Acordo para a Criação do Mercado Comum Cinematográfico Latino-Americano e Acordo Latino-Americano de Co-Produção Cinematográfica) e Protocolos de Cooperação entre a ANCINE e outros órgãos (Protocolo de Cooperação com o INCAA – Argentina, Protocolo de Cooperação com o Consórcio Audiovisual da Galícia, Protocolo de Cooperação com o ICAU – Uruguai, Protocolo Luso-Brasileiro de Co-Produção Cinematográfica). Uma ampla e diversificada rede de possibilidades de negociação que inclui cinematografias da Europa e América Latina estão na agenda das políticas para o cinema no Brasil.

Há um crescimento gradual de coproduções brasileiras, conforme indica o gráfico abaixo. Portugal é o país com maior número de coprodução com o Brasil, totalizando 27 parcerias, entre 2000 a 2009, seguido pelo Chile, com 12 projetos, e Argentina, somando 5 filmes. Com os outros países o Brasil possui no máximo 3 obras realizadas em sistema de coprodução.

Quantidade de coproduções internacionais realizadas por ano no Brasil



Fonte: OCA, Ancine, acesso em 21.01.11

Os filmes brasileiros são exibidos, em sua maioria, dentro de seu próprio país. Raras vezes o filme ultrapassa a fronteira nacional e consegue chegar a outros mercados. Quando isso acontece geralmente é pela via de festivais e mostras internacionais e não inserção no circuito mercadológico .



A coprodução é um potente e promissor mecanismo de expansão de mercado para além das fronteiras nacionais que mobiliza a Agência Nacional do Cinema, a Secretaria do Audiovisual e o Ministério de Relações Exteriores. No entanto, é preciso se perguntar se de fato há trocas simbólicas ou só deslocamento econômico nas relações de coprodução internacional. Será que o filme *O Céu de Suely* de Karim Aïnouz (2006) realizado em coprodução com Portugal, França e Alemanha foi reconhecido nesses países? E o filme de Fernando Meireles *Ensaio sobre a cegueira* (2008) é um filme de nacionalidade brasileira, canadense e japonesa em função do direito patrimonial partilhado entre os três países? Ou ainda: qual foi o tratamento dentro do mercado brasileiro para o filme realizado em coprodução com Portugal (com participação patrimonial minoritária) *Simão Botelho: Um amor de perdição* de Mario Barroso no Brasil? A simples troca de capital não é garantia de interculturalidade e de circulação e a promoção cultural de um filme no espaço global.

A noção de nacionalidade⁸ resiste bem nos anos 2000, como comunidade imaginada, e no caso da coprodução o que existe é uma transnacionalidade (imaginada) partilhada. Mas o que define a nacionalidade de um filme? Existe uma série de parâmetros para definir a nacionalidade de um filme: a língua, os atores, as paisagens, os hábitos e a origem dos recursos financeiros são alguns critérios para definir nacionalidade. A discussão sobre a problemática da nacionalidade e sobre políticas de coprodução do audiovisual está na agenda de órgãos públicos e agentes do mercado.

Sorlin afirma que “o filme é um produto entre outros e, sem que os agentes sociais tenham consciência disto, sua difusão é altamente influenciada pela evolução dos sentimentos em face do fato nacional” (1996, p. 7). O cinema se torna instrumento de construção e afirmação da cultura, num cenário marcado pela desterritorialização da cultura, e pelo o que Ortiz chamou de cultura internacional-popular (ORTIZ, 2003).

⁸ Obra cinematográfica brasileira ou obra videofonográfica brasileira: aquela que atende a um dos seguintes requisitos:

a) ser produzida por empresa produtora brasileira registrada na ANCINE, ser dirigida por diretor brasileiro ou estrangeiro residente no País há mais de 3 (três) anos, e utilizar para sua produção, no mínimo, 2/3 (dois terços) de artistas e técnicos brasileiros ou residentes no Brasil há mais de 5 (cinco) anos;

b) ser realizada por empresa produtora brasileira registrada na ANCINE, em associação com empresas de outros países com os quais o Brasil mantenha acordo de coprodução cinematográfica e em consonância com os mesmos.

c) ser realizada, em regime de co-produção, por empresa produtora brasileira registrada na ANCINE, em associação com empresas de outros países com os quais o Brasil não mantenha acordo de coprodução, assegurada a titularidade de, no mínimo, 40% (quarenta por cento) dos direitos patrimoniais da obra à empresa produtora brasileira e utilizar para sua produção, no mínimo, 2/3 (dois terços) de artistas e técnicos brasileiros ou residentes no Brasil há mais de 3 (três) anos.



Coprodução nacional: relações entre cinema e televisão no Brasil

Junto às coproduções internacionais, é cada vez mais freqüente a realização de parcerias entre cinema e televisão como forma de potencializar o produto nacional. No Brasil, há uma mudança, ainda em curso, de aproximação dos meios através de iniciativas privadas e políticas públicas. Se no seu nascedouro cinema e televisão eram frutos de uma lógica intermediática, no qual circulavam elementos do teatro e rádio, cultura popular e de elite, com o projeto modernizador brasileiro há uma cisão radical entre os meios.

Consagrou-se no imaginário nacional que cinema é um meio cultural e televisão um meio de comunicação. O marco da cisão na forma de distinção cultural entre cinema e televisão - relegando a um as questões artísticas e a outra a função de entreter - são os anos 1960/70, momento de especialização diante da ampliação do mercado de bens culturais no país. Ao longo das décadas seguintes, com a consolidação da televisão no Brasil, isso se torna ainda mais evidente, cristalizando, a partir desses lugares separados, o campo audiovisual brasileiro, até então com alguns poucos episódios de integração entre um meio e outro.

A perspectiva culturalista/artística que dominou o pensamento cinematográfico brasileiro afastou as tentativas de união entre cinema e televisão no país, que foi acompanhada pelo pensamento empresarial e massivo. Esse hiato entre cinema e televisão impediu que houvesse a formação de um campo audiovisual sistêmico, integrado e institucionalizado.

A política estatal colaborou para a segmentação do universo simbólico ao investir em desenvolvimento e implantação de infraestrutura, no caso da televisão, e criação de órgãos públicos para o cinema. A organização diferenciada de investimento expressou a diferenciação de políticas culturais entre cinema e televisão no Brasil. Para Canclini, os procedimentos de distinção simbólica operam numa dupla separação: de um lado, o tradicional administrado pelo Estado, de outro o moderno gerenciado por empresas privadas; e o experimental para elites administrado por um perfil de empresas e o massivo organizado por outro.

No entanto, as abordagens baseadas na polarização entre cinema x televisão e cultura de elite x cultura popular x cultura massiva parecem ter perdido potência explicativa diante da tendência mundial da convergência transmidiática global. Iniciativas institucionais como a criação de um departamento de cinema da TV Globo -



Globo Filmes – e as dinâmicas entre cinema e televisão por ele proporcionadas, a entrada gradual de produção audiovisual independente⁹ na TV aberta e TV fechada (programadoras internacionais¹⁰), os marcos regulatórios e mecanismos de incentivos específicos de entrelaçamento entre os meios e lançamentos de editais públicos para cinema e televisão são causa e consequência de uma demanda contemporânea de processos de hibridação.

A Globo Filmes protagoniza o movimento de coprodução entre cinema e televisão no Brasil. A empresa desenhou as primeiras estratégias de deslocamento fronteiras entre cinema e televisão no Brasil ao criar produtos declaradamente híbridos, móveis e de trânsito com destaque midiático e de público e renda. Segundo Butcher: “A TV Globo arregimentou setores da produção e passou a interferir com firmeza no sentido de tornar alguns filmes brasileiros produtos competitivos em relação ao produto americano, o que seria uma oportuna demonstração de forças em um campo dominado pelo produto estrangeiro” (2006, p. 15). Mais do que a função de cada campo (cinema e televisão), a Globo Filmes está interessada na formação de um mercado audiovisual nacional integrado e potente no cenário da globalização econômica e cultural.

Projetos de coprodução como o curta *Palace II* (2001) de Fernando Meirelles e Kátia Lund dá origem ao filme *Cidade de Deus* (2002) de Fernando Meirelles, que tem continuidade com a série na TV Globo *Cidade dos Homens* (2002 -2005), de diretores variados, e que, em 2007, se torna um longa-metragem de Paulo Morelli, todos mediados pela TV Globo e Globo Filmes explicitam a lógica interdependente dos produtos audiovisuais. Ou ainda a seqüência e o sucesso de público do filme *Se eu fosse você* (2006) e *Se eu fosse você 2* (2009) de Daniel Filho, produzido pela produtora independente Total Entertainment, coproduzido pela Globo Filmes e distribuído pela Fox Film do Brasil, que causa desconfiança em agentes do setor, são produtos que se inserem na cultura da intermediação cultural, que desloca e afrouxa os rígidos lugares de distinção.

O referencial televisivo adquire novos horizontes e se apresenta de modo explícito na filmografia brasileira a partir do final dos anos 1990. Segundo Butcher:

⁹ Produção independente é aquela cuja empresa produtora, detentora majoritária dos direitos patrimoniais da obra, não tem qualquer associação ou vínculo, direto ou indireto, com empresas de serviço de radiodifusão de sons e imagens ou operadora de comunicação eletrônica de massa por assinatura.

¹⁰ Programadora internacional é aquela gerada, disponibilizada e transmitida diretamente do exterior para o Brasil por satélite ou qualquer outro meio de transmissão ou veiculação, pelos canais, programadoras ou empresas estrangeiras, destinada às empresas de serviço de comunicação eletrônica de massa por assinatura ou de quaisquer outros serviços de comunicação que transmitam sinais eletrônicos de som e imagem.



“Todos os filmes lançados a partir dos anos 1990 não escapam a esse novo referencial” (2005, p. 69), seja através de adesão ou rejeição explícita. Se, em período recente da história, os filmes nacionais sofriam influência do modelo estrangeiro (europeu ou norte-americano), esse referencial voltou-se para dentro do país, baseando-se no “padrão Globo de qualidade” da emissora.

Outra iniciativa da TV Globo é a intensificação da realização em coproduções com produtoras independentes com o objetivo de agregar “qualidade e prestígio” à sua grade de programação. A exibição da minissérie *Som e Fúria* (2009) de Fernando Meirelles, uma coprodução da TV Globo com a produtora independente O2, exibida em HDTV, com 12 episódios de duração; a exibição na TV Globo da minissérie *Decamerão – A comédia do sexo* (2009), com 4 episódios, dirigida por Jorge Furtado e coproduzida com a produtora independente, Casa de Cinema de Porto Alegre, evidenciam esse processo de trânsito e a interdependência fundamental entre cinema e televisão.

Portanto, não é só o cinema que passa a depender e ter como referência a televisão nacional; a entrada de atores e diretores vindos do teatro e do cinema na grade televisiva é uma importante estratégia da TV Globo para agregar “qualidade artística” a sua programação. É notável a participação dos diretores Guel Arraes, Luis Fernando Carvalho e Jorge Furtado que atuam tanto no cinema e na televisão e garantem ao último meio lugar de distinção e prestígio cultural.

Junto às ações privadas, há a progressiva atenção do Estado e implantação de mecanismos públicos voltados para integração dos meios. As séries televisivas para programadoras internacionais. O diretor-presidente da Ancine, em exercício, explicou a política do órgão:

Há várias formas de se promover a integração da produção audiovisual independente e do cinema com a televisão. O caminho que temos percorrido até aqui é o do estímulo a esta integração e vamos operar o aprofundamento dessas relações. Acreditamos que num futuro próximo teremos mais produção independente na televisão brasileira e mais parcerias entre emissoras e programadoras de TV com produtores independentes brasileiros, como já faz a GloboFilmes, declarou o diretor-presidente da ANCINE, Manoel Rangel (site Ancine, em 29.03.2011)

A mini-série *Mandrake* (2005 e 2007) de José Henrique Fonseca, Cláudio Torres e outros diretores e *Alice* (2008) de Karim Aïnouz e Sérgio Machado são feitas via mecanismo de incentivo fiscal e são interessantes porque mesclam o entrelaçamento do local/global e cultura popular/massiva/de elite. São séries televisivas destinadas à



programadoras internacionais que são realizadas por produtoras independentes com incentivo do governo federal, através do Artigo 39 da MP 2220-1¹¹, e escancaram e problematizam as relações entre cinema e televisão no Brasil. Podemos enumerar algumas dessas imbricações: foram realizadas em películas, são dirigidos por diretores reconhecidos de cinema, possuem alto investimento financeiro; são realizados por mecanismos de incentivos fiscais; ao mesmo tempo são exibidos na televisão fechada (HBO) e obedecem ao rígido formado televisivo internacional.

Mandrake e *Alice* foram exibidos para toda a América Latina, o que representa uma ampliação de circuito do audiovisual brasileiro (que na grande maioria dos casos fica restrito às fronteiras internas). Ao mesmo tempo explicita a restrição da entrada do produto brasileiro, uma vez que a programadora, impôs a limitação da circulação das séries em territórios da América Latina.

Outro mecanismo é o artigo 3ºA da Lei nº 8.685, de 1993 (Lei do Audiovisual). De acordo com a Ancine, o artigo 3ºA foi criado com o objetivo de estimular a associação entre cinema, televisão e produção independente no Brasil, abrindo mais espaço para a veiculação de obras audiovisuais nacionais nas grades de programação brasileiras e também no exterior. O mecanismo autoriza empresas de TVs abertas e programadoras de TV por assinatura a investirem parte do imposto devido sobre a remessa de recursos enviados ao exterior – derivados da aquisição de direitos de transmissão de obras audiovisuais ou eventos internacionais – na coprodução de obras audiovisuais brasileiras de produção independente. O mecanismo tem gerado efeitos positivos para os canais, como a Globo, que é o canal que mais recolhe pelo incentivo. O filme *Tropa de Elite 2* (2010) teve R\$ 3 milhões de seu orçamento de artigo 3ºA oriundos da TV Globo, por exemplo.

As ações de conexão entre cinema e televisão colocaram em pauta o desconforto e as potencialidades, e expôs os impasses de realizadores, críticos e pesquisadores - historicamente acostumados a lidar com o cinema e a televisão como formas de expressão audiovisual antagônicas – frente à tendência de adensamento das relações entre cinema e televisão no mundo e no país. A atuação de políticas privadas suscitou debates importantes sobre a relação entre os meios e colocou a discussão na agenda

¹¹ Artigo 39 da MP nº 2.228-1 (Condecine 3%) – ANCINE isenta do pagamento da CONDECINE 11% as Programadoras estrangeiras de TV por Assinatura que invistam 3% do valor da remessa ao exterior na coprodução de obras audiovisuais brasileiras de produção independente.



estatal. Contudo, ainda não existe uma política pública sistêmica e orgânica de regulação e incentivo de integração entre cinema e televisão¹².

As experiências de processos de hibridação e geração produtos de trânsito deslocaram os rígidos lugares historicamente estabelecidos e marcaram uma nova etapa de fazer e pensar cinema e televisão no Brasil, no qual os lugares hierárquicos defendidos como “puros” e intocáveis” – culto, popular e massivo – e as visões maniqueístas – nacional e estrangeiro, próprio e alheio – explodem.

Os processos e os debates sobre coprodução nacional e internacional para o audiovisual são recentes no país e ainda estão em fase de consolidação; contudo, já apontam uma reorganização do campo audiovisual brasileiro. Essa reconfiguração está imersa no processo de modernidade periférica, por isso, os modelos e as tendências globais não são incorporados de forma mimética, são deglutidos e adaptados, em conformação com as contradições do projeto audiovisual brasileiro.

Referências:

BRASIL, Ancine, Observatório de cinema e audiovisual, 2011.

BUTCHER, Pedro. *A dona da história*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006 (Dissertação de Mestrado).

_____. *O cinema brasileiro hoje*. São Paulo: Publifolha, 2005.

CANCLINI, Néstor Garcia. *Consumidores e Cidadãos*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.

_____. *Globalização Imaginada*: São Paulo: Iluminuras, 2003.

_____. *América Latina: mercados, audiências e valores num mundo globalizado*. Conferência da 4º Cúpula Mundial de Mídia para Crianças e Adolescentes. Rio de Janeiro: Multirio, 2004.

_____. *Diferentes, Desiguais e Desconectados*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2005.

_____. *Culturas híbridas: Estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006.

GALVÃO, Maria Rita e BERNARDET, Jean-Claude. *O nacional e o popular na cultura brasileira: Cinema*. São Paulo: Brasiliense, 1983.

¹² No ano 2000, no III CBC (Congresso Brasileiro de Cinema) entre as reivindicações estava a política de regulação da televisão para incentivo ao cinema nacional (taxação de 3% e cumprimento de cotas de exibição de 30% da programação de produção brasileira independente). Em 2004, o projeto ANCINAV (Agência Nacional do Cinema e Audiovisual) também previu ações voltadas para a regulação da televisão aberta e por assinatura e integração entre os meios.



GETINO, Octavio. *Cine Iberoamericano: Los desafios del nuevo siglo*. Buenos Aires: Fundación Centro Integral Comunicación, Cultura Y Sociedad, 2007.

MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. São Paulo: Senac, 2005.

LIPOVETSKY, Gilles. *A tela global: mídias culturais e cinema na era hipermoderna*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 2001.

_____. *Mundialização da Cultura*. São Paulo: Brasiliense, 2003.

ORTIZ, Renato, BORELLI, Silvia Helena Simões, ORTIZ RAMOS, José Mário. *Telenovela: História e produção*. São Paulo: Brasiliense, 1988.

ORTIZ RAMOS, José Mário. *Cinema, estado e lutas culturais: anos 50, 60 e 70*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

_____. *Cinema, televisão e publicidade: Cinema popular de massa no Brasil nos anos 1970-1980*. São Paulo: Annablume, 2004.

SORLIN, Pierre. *Existem cinemas nacionais?*. in: In: *Revue Sociétés et Représentation* número 3 (nov/1996), pág. 409-419.