

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA E RELAÇÕES INTERNACIONAIS**

VERONICA SPOLAOR ETGES

**MERCADO DE CINEMA E MECANISMOS DE INTEGRAÇÃO CULTURAL: UMA
ANÁLISE DA ESTRATÉGIA DE PAÍSES NÃO-HEGEMÔNICOS**

Porto Alegre

2016

VERONICA SPOLAOR ETGES

**MERCADO DE CINEMA E MECANISMOS DE INTEGRAÇÃO CULTURAL: UMA
ANÁLISE DA ESTRATÉGIA DE PAÍSES NÃO-HEGEMÔNICOS**

Trabalho de conclusão submetido ao Curso de Graduação em Relações Internacionais da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, como requisito parcial para obtenção do título Bacharel em Relações Internacionais.

Orientador: Prof. Dr. Leandro Valiati

**Porto Alegre
2016**

CIP - Catalogação na Publicação

Etges, Veronica Spolaor

Mercado de cinema e mecanismos de integração cultural: uma análise da estratégia de países não-hegemônicos / Veronica Spolaor Etges. -- 2016.
66 f.

Orientador: Leandro Valiati.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) --
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade
de Ciências Econômicas, Curso de Relações
Internacionais, Porto Alegre, BR-RS, 2016.

1. Economia da cultura. 2. Integração cultural. 3.
Mercosul. 4. União Europeia. 5. Cinema. I. Valiati,
Leandro, orient. II. Título.

Elaborada pelo Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica da UFRGS com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

VERONICA SPOLAOR ETGES

**MERCADO DE CINEMA E MECANISMOS DE INTEGRAÇÃO CULTURAL: UMA
ANÁLISE DA ESTRATÉGIA DE PAÍSES NÃO-HEGEMÔNICOS**

Trabalho de conclusão submetido ao Curso de Graduação em Relações Internacionais da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, como requisito parcial para obtenção do título Bacharel em Relações Internacionais.

Aprovado em: Porto Alegre, _____ de _____ de 2016.

BANCA EXAMINADORA:

Professor Doutor Leandro Valiati - Orientador
UFRGS

Professor Doutor André Moreira Cunha
UFRGS

Professor Doutor Carlos Gerbase
PUC-RS

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer principalmente à Universidade Federal do Rio Grande do Sul, aos docentes, aos servidores e aos discentes por me proporcionarem uma educação de qualidade e por me ensinarem, acima de tudo, a pensar de forma crítica, politizada e autônoma.

A minha família, por todo o carinho, apoio e compreensão ao longo desta jornada. Foi com vocês, pai e mãe, que aprendi a importância de retribuir à sociedade com o meu conhecimento e a valorizar a cultura nacional.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Leandro Valiati, por aceitar me auxiliar nesta pesquisa e por todo apoio e orientação dados ao longo do ano. Agradeço também as minhas colegas Nathassia e Giulia por me apresentarem aos temas de economia da cultura e de diplomacia cultural e me incentivarem a seguir esta linha de pesquisa não tradicional e encantadora.

A minhas amigas e amigos, novos ou antigos, de perto ou de longe, a toda pizza, bolo, vinho e cerveja divididos. Vocês são essenciais para a minha sanidade. Levo um pedaço de cada um de vocês em mim.

A minhas manas pela luta diária.

Por fim, agradeço ao Vitor, companheiro de longa data, que mesmo distante vivenciou minha formação de perto e nunca me deixou duvidar do meu potencial. Espero que continuemos crescendo e aprendendo juntos. Miles don't mean anything.

*“[...] ela pertencia a uma resistente raça anã teimosa
que um dia vai talvez reivindicar o direito ao grito.”*

Clarice Lispector

RESUMO

O objetivo deste trabalho é compreender como o processo de integração e seus mecanismos voltados ao setor audiovisual influenciaram no mercado de cinema de países não-hegemônicos do setor cinematográfico. A produção e a distribuição de obras cinematográficas se concentram no mercado internacional em alguns países, sendo o maior exemplo os Estados Unidos. A integração regional e o intercâmbio entre blocos através de programas voltados ao desenvolvimento audiovisual se apresentam, portanto, como uma forma de superar assimetrias e combinar forças para um melhor posicionamento no mercado internacional. Serão analisados três dispositivos voltados ao setor audiovisual: a “*Reunión Especializada de Autoridades Cinematográficas y Audiovisuales del Mercosur*”, no Mercosul, a “*Audiovisual Media Services Directive*”, na União Europeia, e a “*Conferencia de Autoridades Cinematográficas de Iberoamérica*”, nos países ibero-americanos. Nesses âmbitos são discutidas as principais políticas voltadas à indústria audiovisual e cinematográfica das regiões. Posteriormente serão estudados os mercados cinematográficos da Espanha e do Brasil a fim de identificar sua evolução ao longo dos anos e os efeitos de tais políticas.

Palavras chave: Economia da Cultura; Integração Cultural; Mercosul; União Europeia.

ABSTRACT

The aim of this paper is to comprehend how the integration process, and its mechanisms on the audiovisual sector, influenced the cinema market of non-hegemonic countries of the cinematographic sector. The production and distribution of films are focused in some countries on the international market, as the United States. The regional integration and the interchange between trade blocs through programs that focus on audiovisual development are presented, therefore, as a form of overcoming asymmetries and combining forces to find a better position in the international market. Three devices on the audiovisual sector will be analyzed: the “*Reunión Especializada de Autoridades Cinematográficas y Audiovisuales del Mercosur*”, on Mercosul; the “*Audiovisual Media Services Directive*”, on the European Union; and the “*Conferencia de Autoridades Cinematográficas de Iberoamérica*”, on ibero-american countries. Thus, the main policies on audiovisual and cinematographic industry of these regions are discussed. Afterwards, the cinematographic markets of Spain and Brazil will be studied with the objective of identifying their evolution throughout the years and these policies’ effects.

Key words: Cultural Economy; Cultural Integration; Mercosul; European Union.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Participação no Total de Filmes Produzidos (2014).....	16
Gráfico 2 - Participação no Total de Vendas de Ingressos (2015).....	19
Gráfico 3 - Ingressos Vendidos e Bilheteria Bruta 2011-2015	21
Gráfico 4 - Ingressos Vendidos por Nacionalidade (2015).....	22
Gráfico 5 - Ingressos Vendidos – colunas - e Número de Telas - linha (2015).....	22
Gráfico 6 - Filmes Produzidos e Ingressos Vendidos (2011-2015).....	23
Gráfico 7 - Participação na Produção de Longas-metragens (2015).....	24
Gráfico 8 - Número de Telas (2011-2015).....	24
Gráfico 9 - Evolução Filmes Distribuídos (1998-2015)	43
Gráfico 10 - Filmes Distribuídos por Nacionalidade (2015).....	44
Gráfico 11 - Evolução Filmes Espanhóis Produzidos (1995-2015)	45
Gráfico 12 - Evolução Coproduções Espanholas por Tipo de Participação (2002-2015)	45
Gráfico 13 - Coproduções Realizadas por Nacionalidade (2014).....	46
Gráfico 14 - Evolução Coproduções por Nacionalidade (2002-2015)	47
Gráfico 15 - Evolução Arrecadação e Espectadores (1993-2015)	47
Gráfico 16 - Evolução Arrecadação (2002-2015)	48
Gráfico 17 - Evolução Espectadores (2002-2015).....	48
Gráfico 18 – Espectadores por Nacionalidade (2015).....	49
Gráfico 19 - Evolução Número De Salas e de Cinemas (1992-2015).....	50
Gráfico 20 - Evolução Filmes Exibidos (2002-2015).....	51
Gráfico 21 e 22 - Participação Exibições no Brasil 2002 e 2015	52
Gráfico 23 - Evolução Filmes Exibidos por Nacionalidade (2009-2015)	53
Gráfico 24 - Evolução Coproduções por Tipo de Participação (2005-2015).....	53
Gráfico 25 - Participação Coproduções por Nacionalidade (2015).....	54
Gráfico 26 – Evolução Coproduções com Ibero-América e Mercosul (2005-2015).....	54
Gráfico 27 - Evolução Receita Bruta por Nacionalidade (2005-2015).....	55
Gráfico 28 - Público no Brasil por Nacionalidade (2015)	56
Gráfico 29 – Evolução Número de Salas de Cinema (1992-2015)	56
Gráfico 30 – Evolução Aporte ao Ibermedia (2003-2012)	57
Gráfico 31 - Evolução Auxílio do Ibermedia (2007-2012).....	57

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
2	O MERCADO MUNDIAL DE CINEMA.....	12
2.1	Histórico.....	12
2.2	Dados Atualizados	15
2.2.1	Europa.....	20
2.2.2	América do Sul.....	23
3	OS PROCESSOS DE INTEGRAÇÃO: UNIÃO EUROPEIA, MERCOSUL E ORGANIZAÇÃO DOS ESTADOS IBERO-AMERICANOS	26
3.1	União Europeia.....	30
3.1.1	Histórico.....	30
3.1.2	Diretiva de Serviços de Comunicação Audiovisual	31
3.2	Mercosul.....	33
3.2.1	Histórico.....	33
3.2.2	Reunião Especializada de Autoridades Cinematográficas e Audiovisuais do Mercosul.....	35
3.3	Organização dos Estados Ibero-Americanos.....	38
3.3.1	Histórico.....	38
3.3.2	Conferência de Autoridades Cinematográficas Ibero-Americanas	39
4	O MERCADO DE CINEMA NA ESPANHA E NO BRASIL	42
4.1	Espanha.....	42
4.2	Brasil	50
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	59

1 INTRODUÇÃO

O mercado de cinema mundial é demarcado pela hegemonia de países com indústrias¹ fortes e consolidadas, como é o caso dos Estados Unidos e da Índia. Isso se deu através de um processo histórico que se iniciou nos anos 1890, com o surgimento do cinema na Europa e nos Estados Unidos, e se consolidou como um modelo industrial de produção cinematográfica ao final da Primeira Guerra Mundial, com a expansão do paradigma Hollywoodiano pelo mundo. A partir de então, o cinema se transformou em um bem utilizado tanto para fins econômicos, quanto políticos (NOWELL-SMITH, 1996a).

A indústria de cinema na América Latina se caracterizou ao longo da história pela baixa produção nacional e forte consumo de obras estrangeira – majoritariamente norte-americanas. Frente à forte competição internacional dos Estados Unidos, marcada por grandes produções com baixo *cultural discount*² e facilmente consumidas através do globo, as indústrias nacionais de cinema encontravam dificuldades de se expandirem até mesmo no mercado interno. O mesmo se deu no caso europeu que, dada a expansão norte-americana, perdeu grande parte da força que possuía no mercado de filmes (WASKO, 2007). Foram, então, criados diversos mecanismos nacionais para se contrapor a essa hegemonia – entre eles cotas de tela, tarifas e licenciamentos – e incentivar a produção e o consumo de cinema nacional (CHAPMAN, 2003). Outro mecanismo amplamente utilizado e fomentado foram as coproduções, como forma de expandir o mercado de exibição do cinema e aliar esforços para produções maiores e mais rentáveis. Essas foram estimuladas principalmente através de organismos de integração regional que serão estudados nesta monografia (MCMURRIA, 2007).

Ao longo dos anos 1990, se passa a ver a integração como forma de inserção dos países periféricos no mercado mundial, baseados no modelo europeu – a Europa se reconsolidou após a Segunda Guerra Mundial baseada na integração como forma de fomentar a paz no continente e de reestruturar a economia. Nesse movimento dos anos 1990 que surge o Mercosul como uma iniciativa argentina e brasileira, posteriormente adotada pelos vizinhos sul-americanos. Ainda nessa década, inicia-se a inclusão de outros temas nas políticas de

¹ Ao longo do texto será utilizado o termo “indústria cinematográfica” por seu caráter organizacional tanto na produção, quanto na distribuição e na exibição. Essa industrialização do cinema visando produzir mais filmes e atingir um maior número de pessoas surgiu com o início da era Hollywoodiana, conforme será visto com mais detalhe no segundo capítulo (NOWELL-SMITH, 1996a).

² “*Cultural discount* – a noção de que, em virtude da língua e especificidade cultural, um filme (ou algum produto) pode não se tornar popular fora de seu próprio país” (WASKO, 2007, p. 33).

integração regional, entre eles a cultura. Dessa forma, surgem outros mecanismos de integração voltados exclusivamente a questões sociais e culturais, como é o caso da Organização dos Estados Ibero-americanos (RAPOPORT; MUSACCHIO, 1993).

Com a emergência dos mecanismos integracionistas e a inserção de temas voltados à cultura nesses, foram criados programas de integração cultural, como a Reunião Especializada de Autoridades Cinematográficas e Audiovisuais do Mercosul, a fim de suplantar as desigualdades do mercado internacional de cinema e impulsionar a produção e o consumo de filmes locais (STAVENHAGEN, 2002). Dentre os mecanismos que se encaixam nesse âmbito e que serão estudados na presente monografia estão a Reunião Especializada de Autoridades Cinematográficas e Audiovisuais do Mercosul, a Diretiva de Serviços de Comunicação Audiovisual da União Europeia e a Conferência de Autoridades Cinematográficas Ibero-americanas. Alguns programas criados por esses e que se destacam tanto na análise de discurso das pautas de reuniões, quanto nos resultados proporcionados, são o programa Media, da União Europeia, e o Ibermedia, da Organização dos Estados Ibero-americanos. Além de discutir e implementar programas e políticas voltadas à indústria audiovisual e cinematográfica, também convergem entre si em programas de apoio mútuo.

Tendo isso em vista, o objetivo do presente trabalho é compreender como o processo de integração e seus mecanismos voltados ao setor audiovisual influenciaram no posicionamento de países não-hegemônicos no mercado internacional de cinema. Para isso, serão analisados os efeitos dos três dispositivos anteriormente mencionados em dois países, Brasil e Espanha, a partir de duas frentes: a análise de discurso e o balanço dos dados disponíveis sobre os mercados cinematográficos nacionais. A partir disso, se buscará uma avaliação de quais os efeitos surtidos até o momento e quais as falhas ou insuficiências desses. Se parte da hipótese inicial de que tais mecanismos detêm um caráter político forte, uma vez que representam uma contrabalança ao poder brando³ norte-americano. No entanto, esses mecanismos não demonstram uma eficiência prática no sentido de ampliar a produção e o consumo de filmes nacionais, conservando-se mais na retórica do que na realidade.

Para compreender o objetivo proposto, esta monografia se segmentará da seguinte forma: primeiramente será discorrido brevemente sobre o mercado mundial cinematográfico e suas características, buscando trazer inicialmente um contexto histórico de formação da indústria e de como se deu o posicionamento dos países no mercado internacional.

³ Poder brando foi um termo cunhado por Joseph Nye (2004) em contraposição ao "hard power", poder duro. O segundo diz respeito a atributos tradicionais que determinariam o poder no Sistema Internacional, como a economia e o poder bélico, já o primeiro a atributos não tradicionais, como a cultura.

Posteriormente, ainda no primeiro capítulo, serão apresentados dados atualizados do cinema mundial baseados no estudo Focus 2016, mais completa e atualizada análise acerca do cinema mundial.

No segundo capítulo serão aprofundados os mecanismos de integração anteriormente citados e seus programas de fomento à produção audiovisual regional. Para isso, serão analisadas as atas de suas reuniões e se destacará seus pontos focais, os programas implementados e o intercâmbio entre os programas. Foi realizado previamente um estudo das atas de todas as reuniões feitas dentro dos mecanismos, identificados os temas centrais e analisada a evolução desses ao longo dos anos. A partir desse ponto foi possível identificar prioridades a serem analisadas no último capítulo desta monografia.

Na última seção será realizada a análise pormenorizada do mercado cinematográfico de dois países que integram esses blocos, o Brasil e a Espanha, para compreender quais foram os efeitos reais dessas políticas em suas produções e no consumo de cinema local. Através de dados da exibição de filmes pela nacionalidade, da produção nacional e em regime de coprodução e do consumo pela nacionalidade do filme será possível determinar em que medida as políticas regionais apresentaram efeitos práticos e até que ponto elas foram insuficientes.

2 O MERCADO MUNDIAL DE CINEMA

Neste capítulo serão abordados os principais elementos sobre o mercado mundial de cinema. Primeiramente será realizada uma breve análise histórica para demonstrar a trajetória da indústria cinematográfica desde o seu surgimento até a consolidação do modelo atual de produção e distribuição. Posteriormente tratará da produção e do consumo de cinema no mundo com dados quantitativos atualizados. Focará, por fim, nos dados das indústrias das regiões que serão exploradas com maior profundidade neste trabalho – ou seja, Europa e América do Sul. Ao analisar a indústria cinematográfica no mundo é preciso levar em conta não somente a produção de filmes, mas também a audiência local, a história, a conjuntura internacional e os “mecanismos de fomento e regulação que determinam que filmes as audiências são encorajadas a assistir e quais não o são” (NOWELL-SMITH, 1996a, p. xix).

2.1 Histórico

Não é possível delimitar uma só origem do cinema no mundo, algumas formas primitivas de sua indústria surgiram simultaneamente nos Estados Unidos, na França, na Alemanha e no Reino Unido por volta da década de 1890. Não demorou muito – por volta de 20 anos – para essa forma de arte, de comunicação e de entretenimento se espalhar pelo mundo e ser explorada como uma indústria. “Na medida em que as audiências aumentaram, também cresceram os lugares onde os filmes eram apresentados” (NOWELL-SMITH, 1996b, p.3). A popularização do cinema também levou a modificações na estrutura do filme, antes curtos e de pouca duração, passaram a ser os filmes longa-metragem que são conhecidos atualmente (NOWELL-SMITH, 1996b).

A expansão do cinema ao redor do mundo, ao contrário do que é visto atualmente, foi norteadada pela França e seguida pelos Estados Unidos. Os filmes franceses lideravam na questão artística e na inovação técnica e dominavam mercados – internos e externos (PEARSON, 1996a). A preponderância de empresas europeias, e principalmente francesas, no mercado era tanta que, mesmo com os Estados Unidos já apresentando uma indústria consolidada, os filmes apresentados em salas norte-americanas eram majoritariamente europeus. Além disso, nesse período foi possível notar a expansão da produção do cinema como forma de arte ao redor do mundo, inclusive na América Latina (PEARSON, 1996b).

Foi com a eclosão da Primeira Guerra Mundial (1914-1918) que a produção de filmes na Europa decresceu consideravelmente, fazendo com que os Estados Unidos, por seu baixo envolvimento no conflito, aproveitassem a abundância de seus produtos cinematográficos e a

ausência da tradicional concorrência europeia para dominar o mercado mundial de cinema (WASKO, 2007). E assim o fizeram, passando a dominar a maior parte dos mercados de língua inglesa, da Europa continental e da América do Sul e Central e do Caribe (GOMERY, 1996). A única exceção na Europa, que teve sua indústria fortalecida pela Guerra, foi a Alemanha. O isolamento de seus principais fornecedores da indústria de entretenimento durante o conflito fez com que o país desenvolvesse a indústria local, além disso soube avaliar e aproveitar o caráter propagandístico dessa indústria para fins políticos (VASEY, 1996).

Enquanto isso, no próprio Estados Unidos, o centro de produção de filmes tinha se deslocado para o oeste, para Hollywood, e foram os filmes dos novos estúdios de Hollywood que inundaram os mercados de cinema do mundo nos anos após a Primeira Guerra Mundial – e têm feito isso desde então. Confrontadas com a investida de Hollywood, poucas indústrias se mostraram competitivas (NOWELL-SMITH, 1996b, p. 3. Tradução própria.).

Inicialmente Hollywood aproveitava seu grande mercado consumidor para cobrir os gastos da produção e obter lucros. A exportação era um meio de se obter retornos ainda maiores, uma vez que os custos associados à exportação eram pequenos e traziam mais rendimentos aos produtores – Wasko (2007) associa esse feito ao conceito de “exportabilidade infinita”⁴. O sucesso do cinema norte-americano se deu tanto pelas produções superiores, quanto por seu apelo universal derivado de seu baixo *cultural discount* (WASKO, 2007). Os grandes lucros obtidos com o consumo nacional e internacional de seus produtos permitiu que as grandes produtoras norte-americanas passassem a investir em um número de filmes menor, mas com gastos mais elevados em uma produção de maior valor agregado (PARDO, 2007b).

Foi nesse período de expansão da indústria Hollywoodiana que o cinema passou a tomar sua forma como uma indústria propriamente dita. Conforme ressalta Gomery (1996):

Durante todo o período de sua ascensão inexorável, Hollywood moldava as ferramentas da economia moderna, da economia de escala até a integração vertical, para dar-lhe a vantagem sobre todos os possíveis concorrentes. Ela desenvolveu métodos eficientes de produção, ampliou o mercado para seus produtos cobrindo todo o globo e assegurou o fluxo de filmes desde o produtor até o consumidor ao adquirir teatros importantes nas grandes cidades, não apenas nos Estados Unidos, mas também em outros países (GOMERY, 1996, p. 43. Tradução própria.).

Além das grandes produções também passou a utilizar a fabricação de filmes em

⁴ “Os custos mais altos incidem na produção e, portanto, a exportação, cujos custos adicionais são mínimos, torna-se bastante lucrativa” (WASKO, 2007).

grande escala para atender o mercado consumidor com novidades semanais. Passou também a fazer uso de grandes estrelas de cinema e diretores renomados para manter o público fiel a essa forma de entretenimento (GOMERY, 1996).

Com o avanço do cinema e com o modelo hollywoodiano cada vez mais hegemônico sobre o mercado, os países não-hegemônicos passaram a criar formas de incentivar a produção nacional. Diversos foram os mecanismos utilizados pelos países para se contrapor à hegemonia norte-americana, entre eles se destacavam a restrição à importação, as tarifas, os licenciamentos e a imposição de cotas de tela para filmes nacionais. Além desses, foram criadas iniciativas como o “Filme Europa” para combinar as capacidades industriais e mercadológicas dos países da região e fortalecer o cinema local (CHAPMAN, 2003). O mesmo se deu na América Latina, quando foram criados convênios internacionais de produção para apoiar as indústrias nacionais – a partir dos anos 1980 – um deles, que será abordado nesta monografia, foi o Programa Ibermedia (VILLAZANA, 2007).

No Brasil, a indústria do cinema teve início na década de 1930 e baseou-se, a princípio, no modelo norte-americano. No entanto, esse formato foi substituído por grandes conglomerados televisivos que passaram a se dedicar ao cinema nacional. Por fim, as políticas liberalizantes dos anos 1990 fizeram com que a produção nacional enfraquecesse. A partir dos anos 2000, com novas investidas governamentais a favor da produção nacional, o Brasil passou a dedicar-se aos esforços de integração ibero-americana e sul-americana como formas de fomentar a indústria local e a identidade cultural. Foi a partir dessa dedicação que o Programa Ibermedia e a Reunião Especializada de Autoridades Cinematográficas e Audiovisuais do Mercosul de passaram a deter importância estratégica para a indústria nacional (AZULAY, 2007).

A Espanha, por sua vez, passou pela mesma situação que o Brasil e os países latino-americanos na década de 1990, atravessando uma onda de liberalização que fez com que todos os incentivos ao cinema nacional criados no período anterior fossem desfeitos. A partir dos anos 2000, no entanto, surgiram novas medidas protecionistas para incentivar a indústria cinematográfica nacional que tiveram resultado tanto na qualidade, quanto na quantidade de produções espanholas (PARDO, 2007a).

Em suma, o cinema surge de forma descentralizada no globo e, a princípio, contava com uma produção forte principalmente na Europa. Após os desfechos da Primeira Guerra Mundial o desenvolvimento de cinema se concentrou nos Estados Unidos, que tinha formulado uma produção industrial de obras baseada em Hollywood. Os títulos norte-americanos se difundiram com facilidade através do mundo. Diante da forte competição

representada pelos Estados Unidos, países ainda marginais na indústria cinematográfica utilizaram-se de políticas nacionais e programas de cooperação regionais para contrapor-se a essa hegemonia. O Brasil e a Espanha representam exemplos de países bastante ativos em suas políticas cinematográficas, apesar do forte declínio vivenciado nos anos 1990.

2.2 Dados Atualizados

Nesta seção serão analisados diversos dados sobre a produção e o consumo de cinema no mundo. As informações foram coletadas do estudo Focus 2016 que analisa as tendências do mercado mundial de cinema a partir de dados disponibilizados pelas agências nacionais de cinema. Com isso, será observado o peso que a indústria cinematográfica possui em cada país, assim como o seu posicionamento no mercado mundial.

Na Tabela 1 é possível verificar a quantidade de filmes longa-metragem produzidos nos dez principais fornecedores mundiais e no Brasil. A Índia, com sua histórica produção de Bollywood, segue desde 1996⁵ sendo a maior produtora de filmes do mundo. A indústria cinematográfica indiana iniciou em 1956 com o lançamento do filme *Pathar Panchali*. A Índia apresentou, ao longo de sua formação, forte resistência aos filmes norte-americanos e grande audiência para os nacionais. O país exporta suas obras principalmente para o sudeste asiático (CHAPMAN, 2003). A Índia apresentou um crescimento estável de aproximadamente 16% ao ano entre 2011 até 2014. No entanto, segundo dados da *Film Federation of India*, o país apresentou uma queda no ano passado de aproximadamente 7% na produção de filmes, com 1.827 obras certificadas ao longo do ano, ainda assim, mantendo a sua posição de líder em número de produções.

Tabela 1 - Produção de Filmes Longa-metragem (2011-2015) – Unidades

País	2011	2012	2013	2014	2015	Crescimento anual (2011-2015)	Crescimento anual (2014-2015)
1º Índia	1.255	1.602	1.724	1.966	-	n/d	n/d
2º Estados Unidos	818	728	738	707	791	-0,8%	11,9%
3º China	588	745	638	618	686	3,9%	11,0%
4º Japão	441	554	591	615	581	7,1%	-5,5%
5º França	272	279	270	258	300	2,5%	16,3%
6º Coreia do Sul	186	204	207	248	269	9,7%	8,5%
7º Alemanha	205	241	236	234	236	3,6%	0,9%
8º Espanha	200	182	235	224	254	6,2%	13,4%
9º Reino Unido	358	369	347	310	201	-13,4%	-35,2%
10º Itália	155	166	167	201	185	4,5%	-8,0%
- Brasil	100	83	129	114	128	6,4%	12,3%
Demais	1.520	1.181	1.063	1.008	3.131	19,8%	210,6%
Total	6.098	6.334	6.345	6.503	6.762	2,6%	4,0%

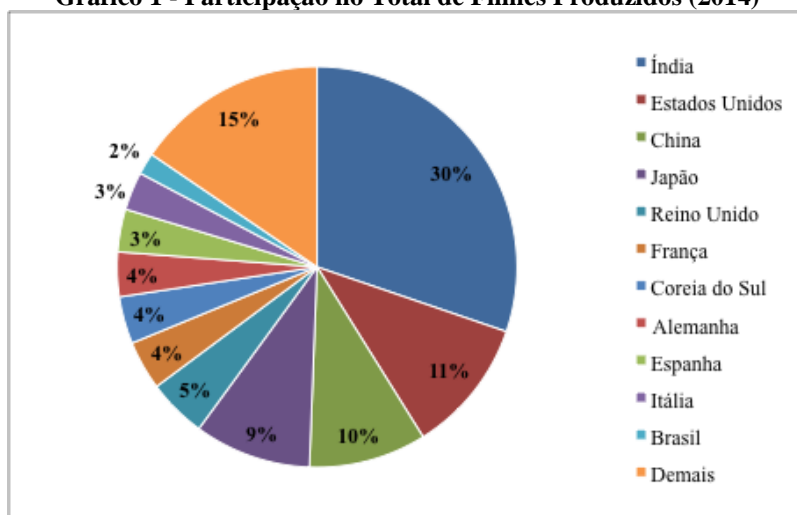
Fonte: EAO (2016). Elaboração própria.

⁵ Último dado disponível pelo *Focus 2000*.

Os Estados Unidos, em sentido contrário à Índia, apresentaram uma queda tênue ao longo dos últimos cinco anos. No entanto, retomou sua participação em 2015 a níveis semelhantes aos de 2011, isso se deu principalmente pelo aumento no número de filmes de baixo orçamento produzidos fora de Hollywood (EAO, 2016).

A produção indiana somada à produção norte-americana e chinesa totalizam mais de 50% dos filmes produzidos no mundo em 2014, como é possível ver no Gráfico 1. É possível afirmar, portanto, que o mercado de cinema ainda é bastante concentrado nesses três países, tanto por sua histórica consolidação na produção de filmes, como pelo *cultural discount* de suas produções na região em que estão inseridos. Os três países também estão entre os cinco maiores consumidores de filmes nacionais – os filmes norte-americanos representam aproximadamente 89% do total consumido nos Estado Unidos, a Índia 85% e a China 62%⁶ (EAO, 2016).

Gráfico 1 - Participação no Total de Filmes Produzidos (2014)



Fonte: EAO (2016). Elaboração própria.

Os demais países se destacaram por seu crescimento estável ao longo dos anos, com exceção do Reino Unido que apresentou uma trajetória de declínio desde 2012. Entre 2014 e 2015 o número de filmes caiu 35,2%, resultado, principalmente, de um atraso para identificar filmes com orçamentos menores que 500 mil Libras – principal responsável pela produção nacional (EAO, 2016).

O Brasil e a Espanha apresentaram ambos um crescimento de aproximadamente 6% ao ano ao longo dos últimos cinco anos. Isso demonstra que, apesar de ainda não figurarem

⁶ O primeiro colocado em 2015 foi o Irã com aproximadamente 99% e o Egito figura-se em quarto lugar com 80% de *market share*.

entre os principais produtores mundiais de cinema, ambos são mercados importantes a serem analisados por sua trajetória crescente e a influência que exercem na região em que se inserem. Ambos os mercados serão analisados mais profundamente ao longo dos próximos capítulos, a fim de identificar a influência dos processos de integração nos dados observados.

Tabela 2 - Número de Telas por País (2011-2015) – Mil unidades

País	2011	2012	2013	2014	2015	Crescimento anual (2011-2015)	Crescimento anual (2014-2015)
1º EUA e Canadá	39,6	39,7	39,8	40,2	43,7	2,5%	8,7%
2º China	9,3	13,1	18,2	24,6	31,6	35,8%	28,5%
3º Índia	10,0	11,1	11,1	11,1	11,1	2,6%	-0,1%
4º México	5,2	5,4	5,5	5,7	6,0	3,7%	5,3%
5º França	5,5	5,5	5,6	5,7	5,7	1,2%	1,6%
6º Alemanha	4,6	4,6	4,6	4,6	4,7	0,3%	1,2%
7º Reino Unido	3,8	3,8	3,9	3,9	4,0	1,8%	3,5%
8º Rússia	2,7	3,1	3,5	3,8	4,0	10,4%	5,0%
9º Itália	4,1	3,9	3,9	3,9	-	n/d	n/d
10º Espanha	4,0	4,0	3,9	3,7	3,6	-2,9%	-2,9%
- Brasil	2,4	2,5	2,7	2,8	3,0	6,4%	6,5%
Demais	32,7	33,2	32,0	32,3	34,7	1,5%	7,5%
Total	123,7	129,9	134,6	142,2	152,1	5,3%	7,0%

Fonte: EAO (2016). Elaboração própria

Tabela 3 - Venda de Ingressos (2011-2015) – Milhões de unidades

País	2011	2012	2013	2014	2015 p	Crescimento anual (2011-2015)	Crescimento anual (2014-2015)
1º Índia	2.640	2.641	1.978	1.900	2.016	-6,5%	6,1%
2º EUA e Canadá	1.285	1.358	1.340	1.270	1.320	0,7%	3,9%
3º China	370	470	612	830	1.260	35,8%	51,8%
4º México	205	228	248	240	286	8,7%	19,2%
5º Coreia do Sul	160	195	213	215	217	7,9%	0,9%
6º França	217	204	194	209	205	-1,4%	-1,9%
7º Rússia	160	160	176	176	174	2,1%	-1,1%
8º Brasil	144	149	150	156	173	4,7%	10,9%
9º Reino Unido	172	173	166	157	172	0,0%	9,6%
10º Japão	145	155	156	161	167	3,6%	3,7%
- Espanha	98	94	77	87	95	-0,8%	9,2%
Demais	1.204	1.155	1.217	1.277	1.240	0,7%	-2,9%
Total	6.800	6.982	6.527	6.678	7.325	1,9%	9,7%

Fonte: EAO (2016). Elaboração própria.

O número de telas para a projeção de filmes, disposto na Tabela 2, demonstrou em todos os países analisados, com exceção da Espanha, uma trajetória crescente ao longo dos últimos cinco anos. Esse crescimento acontece simultaneamente ao maior consumo via *Video on Demand* (VOD) uma vez que o lançamento do filme em salas de cinema é uma forma de publicidade para o filme e pode ser um pré-requisito para sua posterior disponibilidade em plataformas VOD (EAO, 2016). Além disso, um dos principais motivos para o crescimento no

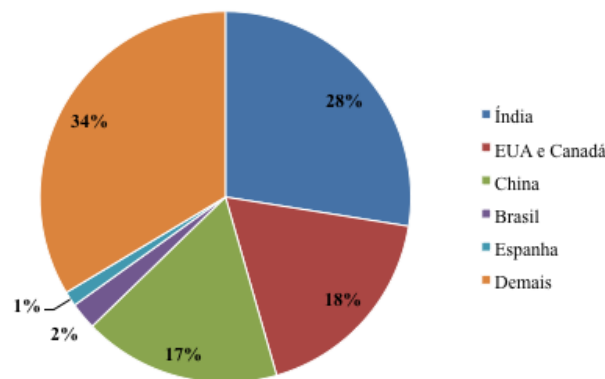
número de salas é a expansão de espaços multiplex em países como a China e a Índia, multiplicando o número de salas de projeção em um só estabelecimento (VERRIER, 2015; MALVANIA, 2015). É possível notar esse fenômeno principalmente ao analisar o crescimento anual do número de salas no mercado chinês entre 2011 e 2015.

O número de salas se correlaciona diretamente com o PIB dos países, uma vez que aqueles países com níveis mais elevados de renda teriam maior capacidade de investir nesses espaços de lazer. Uma maior população e tamanho de território também influenciam, em menor medida, a necessidade de atender a demanda por tais ambientes. Também é possível identificar uma correlação entre o número de telas com o número de ingressos vendidos. O número de ingressos vendidos por país se encontra na Tabela 3.

A Espanha foi o único país a apresentar decréscimo no número de salas ao longo dos anos. Dentre os diversos motivos que podem ter levado a essa queda se destacam tanto a diminuição no número de espectadores ao longo dos anos, demonstrando uma menor demanda por esse tipo de entretenimento, quanto o aumento do *Impuesto sobre el Valor Añadido* (IVA) em 2012, afetando a receita das salas de exibição, assim como pela própria conjuntura econômica do país (CANO, 2016). O fechamento das salas, associado à queda no número de espectadores, levou em 2013 a uma diminuição nos investimentos publicitários nesses ambientes, aprofundando as dificuldades enfrentadas pelo setor (REDACCIÓN AV451, 2014).

O Brasil, por sua vez, seguiu a tendência mundial e aumentou seu número de telas de maneira estável nos últimos anos. Tal fato foi acompanhado por um aumento no número de ingressos vendidos, posicionando o Brasil em oitavo lugar e superando o Reino Unido, de grande tradição cinematográfica, em 2015.

Assim como na produção, é possível notar uma concentração do consumo de filmes notadamente na Índia, nos Estados Unidos e Canadá e na China – totalizando 63% do mercado mundial, conforme pode ser visto no Gráfico 2. O crescimento na venda de ingressos também é demonstrativo do exposto anteriormente de que o crescimento do modelo de exibição VOD é antes complementar do que competidor das formas tradicionais de exibição.

Gráfico 2 - Participação no Total de Vendas de Ingressos (2015)

Fonte: EAO (2016). Elaboração própria.

Apesar de se destacar tanto na produção, quanto no total de ingressos vendidos, a Índia apresenta somente a quinta maior receita bruta de bilheteria, conforme os dados da Tabela 4. Alguns dos motivos para essa classificação baixa se encontram no fato de que o número de telas por habitante (uma a cada 96.300 pessoas) é consideravelmente inferior ao de seus principais concorrentes China (uma a cada 45.000) e Estados Unidos (uma a cada 7.800); sua indústria cinematográfica é regionalizada e distribuída em diversos idiomas, tornando os custos de produção e de marketing maiores; os ingressos são vendidos a preços muito baixos – segundo o relatório *Focus 2016*, o valor médio do ingresso é um dos mais baixos dentre os países analisados (USD 0,80); e os impostos do setor são elevados (CAIN, 2015). A receita de bilheteria bruta mundial apresentou crescimento, acompanhando as tendências de aumento no número de ingressos vendidos ao longo dos últimos cinco anos. Destaca-se aqui a China, apresentando um crescimento de mais de 35% ao ano.

Tabela 4 - Receita de Bilheteria Bruta (2011-2015) – USD bilhões

País	2011	2012	2013	2014	2015	Crescimento anual (2011-2015)	Crescimento anual (2014-2015)
1º EUA e Canadá	10,2	10,8	10,9	10,4	11,1	2,2%	6,7%
2º China	2,0	2,7	3,5	4,8	6,8	35,3%	41,3%
3º Reino Unido	1,7	1,7	1,7	1,7	1,9	3,3%	9,2%
4º Japão	2,3	2,5	2,0	1,7	1,8	-5,5%	5,9%
5º Índia	1,5	1,6	1,6	1,5	1,5	0,5%	2,0%
6º França	1,9	1,7	1,7	1,8	1,5	-6,2%	-16,4%
7º Coreia do Sul	1,1	1,3	1,4	1,5	1,4	5,4%	-8,1%
8º Alemanha	1,3	1,4	1,4	1,3	1,3	-0,8%	-0,8%
9º Austrália	1,1	1,2	1,1	0,9	0,9	-5,8%	2,3%
10º México	0,8	0,8	0,9	0,8	0,8	0,9%	0,0%
- Brasil	0,9	0,8	0,8	0,8	0,7	-5,1%	-14,5%
- Espanha	0,7	0,7	0,6	0,6	0,6	-2,6%	9,7%
Demais	7,1	7,6	8,4	8,6	8,0	2,9%	-7,2%
Total	32,6	34,7	35,9	36,4	38,3	4,1%	5,2%

Fonte: OEA (2016). Elaboração própria.

Após breve análise do mercado mundial de cinema, foi possível identificar que esse ainda se encontra fortemente concentrado em alguns países e os Estados Unidos ainda são principal referência em produção e consumo de cinema no mundo Ocidental. Apesar disso, o Brasil e a Espanha apresentaram alguns indicadores positivos, como o aumento na produção de filmes e, no caso brasileiro, o aumento no número de telas, que indicam a melhora em sua produção nacional de filmes. A seguir será analisada como se deu a evolução recente desse mercado na Europa e na América do Sul.

2.2.1 Europa

Conforme visto anteriormente, a Europa foi berço do cinema no mundo e possuía uma indústria cinematográfica bastante evoluída até a Primeira Guerra Mundial, principalmente na França. Com a Guerra e a concentração dos recursos nacionais voltados para a indústria bélica, o cinema europeu foi aos poucos sendo superado pelo norte-americano, principalmente com a criação do sistema Hollywoodiano. No entanto, ao longo dos últimos anos é possível notar uma reversão nessa tendência:

No decorrer dos últimos dez anos, o velho continente testemunhou um nível surpreendente de atividades, em que investimentos e produção dispararam, e indústria e Estado uniram forças para promover os filmes europeus de forma mais incisiva do que nunca (PARDO, 2007b, p. 17).

Apesar da produção europeia de filmes ter alavancado nos últimos anos, ainda assim é preciso levar em conta que a indústria norte-americana apresenta obras com orçamentos muito mais elevados, tornando-as mais competitivas. Além disso, a grande exportação desses títulos faz com que o lucro e a receita sejam cada vez maiores nos filmes produzidos nos Estados Unidos, realidade ainda não presenciada na Europa (PARDO, 2007b).

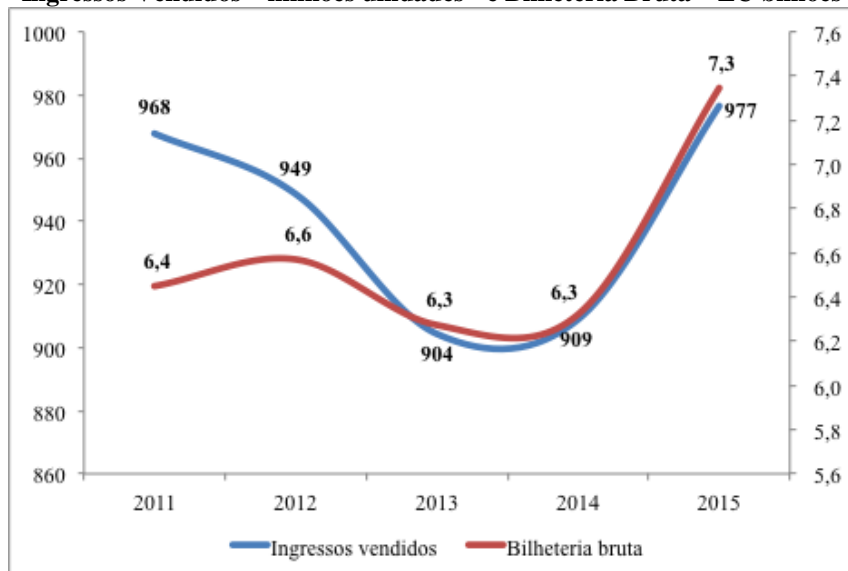
É possível confirmar com os dados apresentados no estudo Focus 2016 a afirmação de Pardo. A produção de filmes nos países europeus vem crescendo a uma taxa média de 1,5% ao ano ao longo dos últimos cinco anos – a única exceção se dá no ano de 2014 quando apresentou um decréscimo de 0,9% em relação ao ano anterior. O total de filmes produzidos em países europeus chegou a 1.643 em 2015, quase o dobro dos Estados Unidos.

Apesar do aumento considerável na produção de filmes europeus o mesmo não se refletiu no consumo, conforme pode ser analisado no Gráfico 3 que relaciona os ingressos vendidos com a renda bruta obtida pelas bilheterias. A desproporcionalidade entre o

crescimento positivo da renda bruta e o decréscimo na venda de ingressos entre 2011 e 2012 se deu por uma medida europeia de aumentar o preço cobrado pelos ingressos para compensar a queda no número de ingressos vendidos (EAO, 2014a). Em 2013, o número de ingressos vendidos caiu abruptamente em relação ao ano anterior, derivado principalmente pela queda presenciada nos principais mercados europeus de cinema – Espanha (-16%), França (-5,3%), Reino Unido (-4%) e Alemanha (-4%). O decréscimo foi tão forte que as práticas compensatórias de aumentar o valor do ingresso não surtiram efeitos e a bilheteria bruta também sofreu uma queda de 5% entre 2012 e 2013 (EAO, 2014b).

A partir de 2015, no entanto, houve uma recuperação da indústria cinematográfica, com um crescimento de 7% no número de ingressos vendidos e 16% em sua bilheteria bruta. O crescimento no número de ingressos vendidos foi liderado principalmente pela Alemanha - relacionado ao lançamento de filmes nacionais de grande sucesso como *Fack Ju Göhte 2* e *Honig im Kopf* – e pelo Reino Unido. O lançamento e o sucesso de grandes produções norte-americanas – *Star Wars: The Force Awakens*, *Minions*, *Spectre* e *Jurassic World* – foram outros catalisadores desse crescimento (EAO, 2016).

Gráfico 3 - Ingressos Vendidos – milhões unidades - e Bilheteria Bruta – EU bilhões - 2011-2015

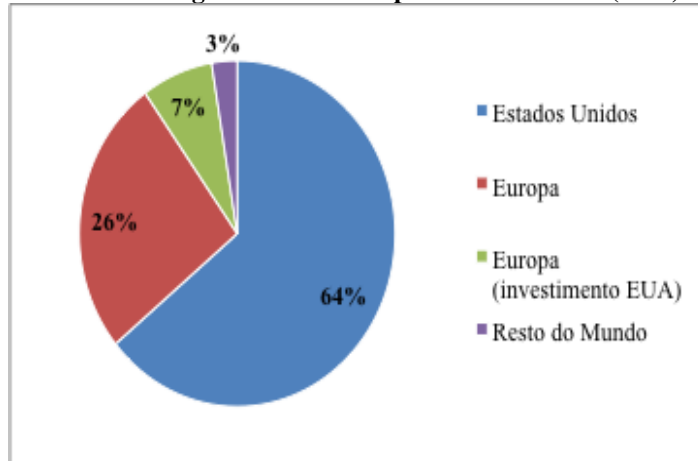


Fonte: EAO (2016). Elaboração própria.

Outro fator importante de ser observado é que, mesmo com os maiores investimentos em produção e políticas voltadas ao setor, ainda assim há uma preferência por filmes produzidos nos Estados Unidos em detrimento de filmes nacionais (Gráfico 4). Em 2015 dos 977 milhões de ingressos vendidos mais de 60% foram para filmes norte-americanos. As

obras nacionais totalizaram apenas um quarto dos filmes consumidos em cinemas – também correspondeu a menor porcentagem nos últimos cinco anos (EAO, 2016).

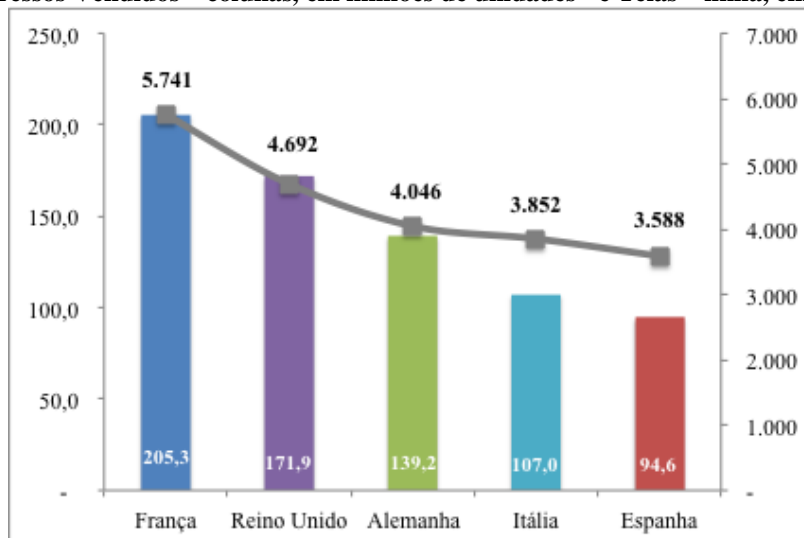
Gráfico 4 - Ingressos Vendidos por Nacionalidade (2015)



Fonte: EAO (2016). Elaboração própria.

As maiores indústrias cinematográficas europeias estão presentes na França, na Espanha, na Alemanha, no Reino Unido e na Itália. Os cinco países somados representaram mais de 60% dos filmes produzidos em 2015. A França é líder não somente na produção de filmes, mas também no número de ingressos vendidos e de telas em 2015, dada sua produção histórica de cinema. A Espanha apresenta a segunda maior produção, mas o menor consumo e número de telas dentre os cinco maiores produtores (EAO, 2016).

Gráfico 5 - Ingressos Vendidos – colunas, em milhões de unidades - e Telas – linha, em unidades (2015)



Fonte: EAO (2016). Elaboração própria.

Em resumo, foi possível notar que a Europa apresentou alguns elementos de retomada em seu posicionamento no mercado mundial de cinema. Apesar disso, o público mantém a

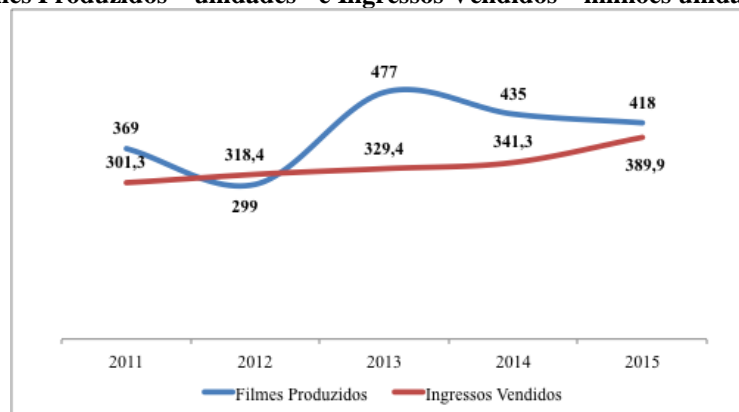
preferência por filmes norte-americanos. A Espanha é destaque na produção, porém é superada pelos demais na questão dos canais exibidores e do público de cinema.

2.2.2 América do Sul

A América do Sul apresentou diversas formas de desenvolvimento do mercado cinematográfico desde o surgimento dessa indústria na região na década de 1930, tais variações acompanham as diferenças socioeconômicas dos países. Muitas vezes se trata de indústrias pouco desenvolvidas ou com baixa visibilidade no mercado mundial, dadas “as defasagens existentes na questão do desenvolvimento industrial, capacidades produtivas, mercados locais e internacionais, políticas e legislações de incentivo e contextos econômicos e socioculturais” (GETINO, 2007, p. 25). O Brasil e a Argentina realizaram grandes investimentos na década de 1930 que possibilitaram o surgimento de produtoras baseadas no modelo Hollywoodiano em seus países. No entanto esse modelo deixou de existir, abrindo espaço para “conglomerados midiáticos” que passaram a se envolver diretamente com a produção de filmes nacionais (GETINO, 2007). A América do Sul, portanto, ainda é um mercado pouco desenvolvido frente à concorrência internacional, tanto na produção, quanto no consumo desses bens.

No Gráfico 6 é possível notar que a trajetória dos filmes produzidos e dos ingressos vendidos nos países da América do Sul⁷ é positiva, crescendo a uma taxa de 3,2% e 6,7% ao ano respectivamente. No entanto se comparada à indústria norte-americana e europeia notamos como ela está aquém: os primeiros produziram 791 longas – quase o dobro do total de obras dos países da América do Sul – e vendeu mais de um bilhão de ingressos em 2015; a Europa, por sua vez, produziu mais de 1.600 títulos e vendeu 997 milhões de entradas.

Gráfico 6 - Filmes Produzidos – unidades - e Ingressos Vendidos – milhões unidades - (2011-2015)

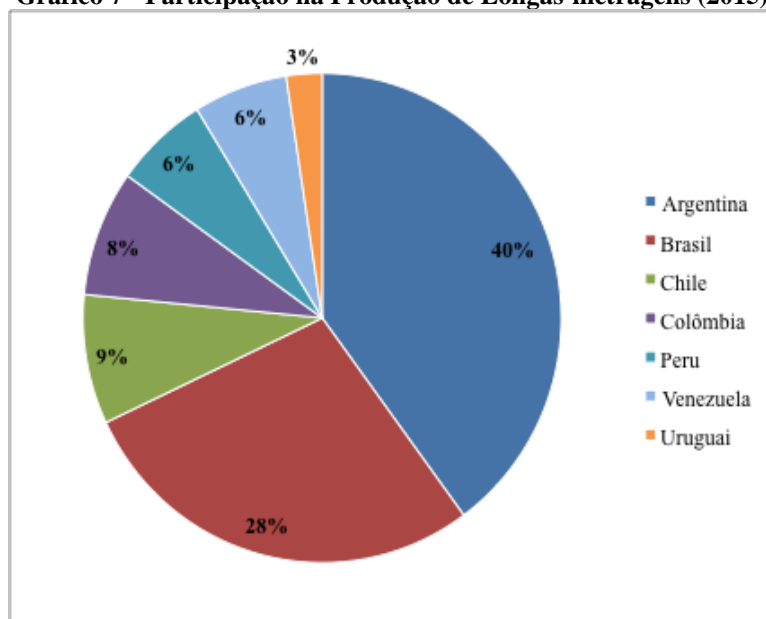


Fonte: EAO (2016). Elaboração própria.

⁷ Esta análise inclui Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Peru, Uruguai e Venezuela.

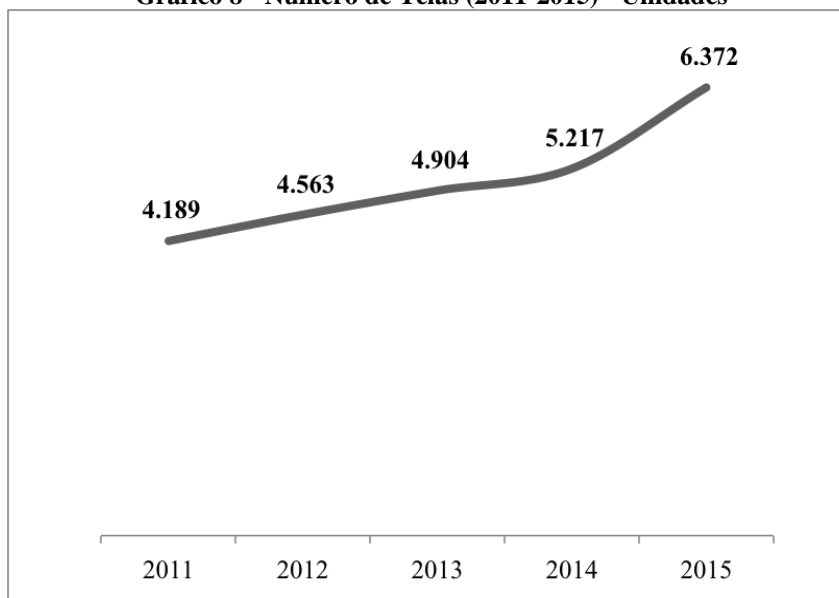
As principais indústrias cinematográficas da América do Sul se centram na Argentina e no Brasil, derivado de seu pioneirismo na inserção desse mercado na década de 1930 e a seu desenvolvimento socioeconômico de destaque na região. Aproximadamente 70% das produções de longas-metragens em 2015 centraram-se nesses dois países – também há neles a concentração de 58% dos ingressos vendidos e de 62% do número de telas.

Gráfico 7 - Participação na Produção de Longas-metragens (2015)



Fonte: EAO (2016). Elaboração própria.

Gráfico 8 - Número de Telas (2011-2015) - Unidades



Fonte: EAO (2016). Elaboração própria.

O aumento na produção e no consumo de filmes foi acompanhado pelo aumento no número de salas, que cresceu a uma taxa de 11% ao ano ao longo dos últimos cinco anos, alavancada principalmente pela Colômbia (8,8% a/a) e pelo Peru (9,6% a/a). Isso demonstra, mais uma vez, que o cinema na região ainda não se encontra plenamente desenvolvido, mas há espaço para a sua evolução e, aos poucos, ela está sendo realizada pelos governos e pelas empresas nacionais.

Conforme visto no presente capítulo, o mercado de cinema mundial encontra-se amplamente concentrado tanto na produção quanto no consumo de filmes originários dos Estados Unidos. Para contrabalancear essa hegemonia foram criados diversos mecanismos de fomento ao cinema nacional que surgiram tanto de iniciativas nacionais quanto regionais. Ao analisar as regiões destacadas neste estudo foi possível notar uma melhora considerável, principalmente no que tange a produção de filmes dentro dos países-membros. Cabe avaliar agora quais programas surgiram no âmbito regional e a que propósito estes se destinam. Dessa forma será possível analisar posteriormente qual o papel que estes tiveram nas retomadas das indústrias regionais aqui apresentadas.

3 OS PROCESSOS DE INTEGRAÇÃO: UNIÃO EUROPEIA, MERCOSUL E ORGANIZAÇÃO DOS ESTADOS IBERO-AMERICANOS

Neste capítulo serão abordados os processos de integração das regiões analisadas na presente monografia. Em cada caso será apresentado um breve histórico do processo e, posteriormente, como se aborda o tema da indústria cinematográfica nesse. As reuniões de autoridades voltadas ao setor audiovisual foram introduzidas nas estruturas integracionistas como uma forma de criar políticas culturais para a região e, desse modo, fomentar o cinema nacional e ampliar a sua projeção internacional. Antes de analisar os casos concretos, faz-se necessário revisar os estudos teóricos realizados sobre a integração.

Na Europa o processo de integração começou a ser pensado após a Segunda Guerra Mundial como forma de reestruturar as economias locais e promover a paz no continente. Já os países latino-americanos, após um período de crise da dívida externa e de crise democrática durante os anos 1980, também viram a integração como uma forma de solucionar problemas comuns para a região (RAPOPORT; MUSACCHIO, 1993). Nos anos 1990, já foi possível notar a emergência de uma aproximação maior entre os países latino-americanos através de acordos preferenciais de comércio (BAUMANN; CANUTO; GONÇALVES, 2004). Desse modo, os países promoveram a liberalização de suas economias, abandonando o mecanismo amplamente utilizado no período anterior de substituição de importações. Viram nesse momento a união regional como uma forma de alcançar vantagens de escala e de contrabalancear os processos de integração que ocorriam tanto na Europa, quanto na América do Norte (GILPIN, 2001). Com o surgimento desses movimentos no sistema internacional também cresceu o debate teórico acerca dos processos de integração. Os principais expoentes do tema serão tratados posteriormente.

Antes de adentrar no debate conceitual é preciso compreender quais são os níveis existentes da integração. O primeiro, segundo Baumann, Canuto e Gonçalves (2004), se trata daquele em que "dois ou mais países negociam entre si preferências comerciais", reduzindo os impostos de importação para alguns produtos. Ao generalizar essas permissões aos demais produtos da pauta exportadora forma-se uma Área de Livre Comércio (BAUMANN; CANUTO; GONÇALVES, 2004). Os autores ainda complementam que "[...] o grau de amplitude das concessões entre os países participantes demanda dois tipos de providência: a definição de regras de origem [...]; e o alinhamento das taxas de câmbio dos países participantes" (BAUMANN; CANUTO; GONÇALVES, 2004, p. 106). A União Aduaneira é criada quando se ultrapassa essa fase e uma Tarifa Externa Comum (TEC) a terceiros é criada,

além de os Estados-membros passarem a se posicionar de forma conjunta nos organismos internacionais. Um Mercado Comum, que tem como principal exemplo a União Europeia, por sua vez, é quando a livre mobilidade de fatores entre os países membros é implementada e para alcançar esse nível é preciso convergir as políticas nacionais trabalhistas e de investimento. A última fase é atingida com a União Monetária - anterior somente à União Política, quando se forma um novo Estado -, quando os Estados abrem mão de suas políticas monetárias e macroeconômicas em detrimento de uma moeda regional comum (BAUMANN; CANUTO; GONÇALVES, 2004).

Dentre os benefícios desses processos podem ser citados a formação de economias de escala, ampliando o mercado em que as empresas atuam, a atração de investimentos e o aumento da eficiência empresarial, pelo aumento do contato com a concorrência regional (BAUMANN; CANUTO; GONÇALVES, 2004). Ou seja, "os processos de integração regional têm sido vistos como oportunidades de facilitação de negócios [...], mas ao longo do tempo essa tem sido considerada também uma ferramenta adicional para promover o desenvolvimento econômico." (BAUMANN; CANUTO; GONÇALVES, 2004, p. 115).

Torrent (2006) discorre sobre alguns aspectos que determinam os processos regionais de integração. Primeiramente afirma que a geografia, a população, o tamanho da economia, a renda, a sua congruência política, assim como a existência um passado comum, o sentimento de comunidade e a credibilidade do processo são alguns determinantes de tais mecanismos. Quanto aos objetivos afirma que estes podem ser tanto econômicos - integração como uma forma de se desenvolver -, quanto políticos - ligados a questões de segurança e de poder de barganha no sistema internacional. Por fim analisa que tais processos possuem três dimensões: a externa, que diz respeito aos assuntos tratados em relação a terceiros países e é central para os países que buscam elevar seu poder de negociação no sistema internacional; o conteúdo efetivo, determinado pelo número, pelo alcance e pelo grau das matérias que abarca; e a fortaleza, que diz respeito à credibilidade e à eficácia de tais mecanismos (TORRENT, 2006). Tal perspectiva será importante para discorrer posteriormente sobre como os elementos aqui mencionados geram diferenças nos dispositivos regionais analisados, principalmente em relação ao seu posicionamento frente às indústrias culturais nacionais.

Partindo para o debate teórico, Gilpin em seu livro *Global Political Economy* (2001) descreve brevemente as teorias que surgiram nesse período. Neste capítulo serão destacadas apenas algumas para fins expositivos, sem adentrar muito em seu conteúdo e debate. Primeiramente, o Neoinstitucionalismo afirma que as instituições regionais, visando incentivar a cooperação, são formadas para superar as falhas de mercado, solucionar os

problemas de coordenação e eliminar os obstáculos à colaboração. Já a Nova Política Económica enfoca sua teoria nas políticas promovidas pelos grupos de interesse e nas consequências distributivas do processo de regionalização. A integração seria, para esses autores, resultado de esforços internos para redistribuir a renda regional a seu favor, uma vez que esse processo deixaria alguns países mais beneficiados que outros. A Teoria Marxista também debruçou-se sobre o tema com os estudos de Mandel. A integração, segundo esse autor, seria explicada pela vontade das classes capitalistas em aumentar a sua escala de acumulação de capital. Já o Funcionalismo discorre que a integração e a política de paz são motivadas pelo desenvolvimento socioeconómico dos Estados. A aproximação entre os países através de mecanismos de integração seria factível devido a grande aproximação económica e física que ocorreram com a globalização (GILPIN, 2001).

Por fim, o Realismo vê a integração como um fenómeno perseguido pelos Estados, tanto para fins económicos, quanto políticos. Ela requer, no entanto, um líder poderoso que oriente essa iniciativa e que busque seu próprio benefício. O regionalismo seria, então, uma forma de dividir problemas políticos e económicos, fortalecer a autonomia nacional, aumentar o poder de barganha dos Estados e promover seus objetivos no sistema internacional. Gilpin (2001), após realizar uma análise comparativa das teorias integracionistas e verificar que algumas possuem uma visão mais economicista e outras enfocam na questão política, afirma que uma aproximação eclética dos mecanismos de integração seria o ideal para poder ter um olhar que contemple os diversos instrumentos existentes. Afirma também que todo esforço integracionista possui uma motivação política, definida principalmente pelas elites dominantes e, ao contrário da teoria realista, acredita que esse processo é estimulado quando os países se encontram em níveis de desenvolvimento semelhantes. No entanto, concorda que arranjos regionais permitem que os Estados-parte assumam economias de escala e aumentem a sua competitividade para poder se inserir de forma mais competitiva no sistema internacional (GILPIN, 2001). Na presente monografia, será utilizada a perspectiva teórica de Gilpin ao analisar os processos de integração regional.

A partir dos anos 1990, com o debate sobre a globalização e sobre a integração ainda pungentes, iniciou-se o debate sobre a inclusão de outros aspectos sociais nesses organismos de cooperação, como a questão educacional e cultural, o último derivado do avanço na informática e na telecomunicação (RAPOPORT; MUSACCHIO, 1993). Outro incentivo importante ao debate sobre essa nova temática foi o relatório da Comissão Mundial sobre Cultura e Desenvolvimento da Unesco sobre o tema, que identificou a cultura como um fator prioritário ao desenvolvimento. A partir desse debate, a cultura passou a ser vista como um

mecanismo de desenvolvimento econômico e de democratização dos Estados. Na América Latina e na Europa essa mudança de visão suscitou o surgimento de diversos mecanismos de fomento à cultura regional (STAVENHAGEN, 2002). A partir da globalização cultural as indústrias, principalmente a audiovisual, passaram a atuar de diferentes formas – como instrumento da educação, como arte, como determinante do comportamento, como publicidade e como um negócio lucrativo (AZULAY, 2007).

Nesse nível, tanto pode influir na reativação da economia e da promoção do consumo quanto, como indústria cultural, aportar um altíssimo valor agregado nacional, que se manifesta na geração de empregos e na compra de insumos, entre outros resultados (AZULAY, 2007 apud CNAC, 1997, p. 69).

O debate se iniciou com as expressões culturais artísticas, sendo estas determinantes para o desenvolvimento social dos indivíduos, e a discussão acerca das indústrias culturais propriamente ditas só foi introduzida posteriormente. Atualmente incluir tais indústrias no debate sobre a integração é essencial, tanto pela sua capacidade de difusão do imaginário coletivo regional, quanto pelo auxílio à formação de uma identidade comum. As principais dificuldades na construção de uma indústria cultural forte são majoritariamente presenciadas pelos países pouco desenvolvidos e que ainda não possuem uma atividade bem elaborada, muitas vezes esses países são altamente influenciados pelos grandes produtores mundiais, como Hollywood (BONET, 2002). Para formatar uma política cultural regional eficaz é necessário, portanto, considerar tais desigualdades de maturidade industrial entre os países-membros (YÚDICE, 2002).

O elemento central dos processos de integração audiovisual foi a coprodução, utilizada para contornar o domínio dos Estados Unidos no mercado cinematográfico e criar produtos de maior valor agregado e que possuíssem apelo mundial (MCMURRIA, 2007). No entanto se faz necessário avaliar cada mecanismos de forma separada, dadas as nuances nos contextos social e econômico em que estão inseridos. Tais mecanismos, assim como os programas gerados por estes, serão estudados com mais detalhamento a seguir.

3.1 União Europeia

A partir desse momento será analisado mais a fundo os processos de integração. Primeiramente, se detalhará o histórico do processo para, posteriormente, avaliar como é tratado o tema do audiovisual nesse. Tal análise se iniciará com o estudo da União Europeia, mais antigo bloco econômico e que serviu de base para os demais.

3.1.1 Histórico

Passada a Segunda Guerra Mundial e com o continente em crise econômica, social e política, a Europa começou a construir um projeto de comunidade e de integração, este seria um meio de restabelecer a estabilidade na região (RAPOPORT; MUSACCHIO, 1993). Começaram, então, a construir a ideia de uma "Nova Europa" baseada em três aspectos: "1) Conciencia de su propia debilidad. 2) La máxima de la política europea era: 'no más guerra'. 3) A raíz del estado de destrucción, surgió la necesidad de una Europa más libre y justa, unificando fuerzas para llegar a una integración entre Estados y hombres." (RAPOPORT; MUSACCHIO, 1993, p. 19). Jean Monet afirma que os Estados europeus possuem economias e escalas pequenas se isolados e, de forma a garantir o avanço econômico, político e social necessários nesse momento de debilidade, a formação de uma federação ou entidade comum seria a solução mais viável (RAPOPORT; MUSACCHIO, 1993 apud MONET). A superação de suas debilidades internas, assim como a promoção da paz na região e o restabelecimento de seu posicionamento no sistema internacional - no momento marcado pela bipolaridade entre Estados Unidos e União Soviética -, são algumas das metas da integração (RAPOPORT; MUSACCHIO, 1993).

Inicialmente a cooperação no continente era voltada unicamente à integração setorial do carvão e do aço e teve como base a criação em 1952 da Comunidade Econômica do Carvão e do Aço. Dado o sucesso dessa iniciativa, foram implementadas Comissões Técnicas para estudar possíveis formas de avanço na integração continental. A partir desse plano de fundo, foi criada a Comunidade Econômica Europeia (CEE) em 1957, que tinha como finalidade a criação de um Mercado Comum europeu a longo prazo. Com o advento da CEE gerou-se um projeto de União Aduaneira entre os países europeus e os benefícios comerciais, antes concedidos somente a alguns setores, foram estendidos a outras mercadorias. Somente na década de 1970, com os avanços positivos da União Aduaneira, que a aproximação política voltou a ser discutida dentro do bloco e nas Conferências de Paris de 1972 e de 1974 foram

propostas medidas de reestruturação da CEE. Tais debates levaram nos anos 1980 à discussão da constituição de um Mercado Único que derrubaria as barreiras comerciais não só das mercadorias, mas também dos serviços, capitais e pessoas. Esses esforços culminaram em 1992 com a assinatura do Tratado de Maastricht, criando a União Europeia e buscando a unificação política e, posteriormente, a monetária (RAPOPORT; MUSACCHIO, 1993).

Diferentemente do que será analisado no caso do Mercosul e baseado nos pontos levantados por Torrent (2006) sobre os determinantes de uma integração, a União Europeia apresenta características e estruturas econômicas similares entre seus signatários, assim como uma indústria mais desenvolvida como um todo. O livre-comércio na região promoveu, portanto, um intercâmbio bastante simétrico entre os Estados e fez avançar o comércio intra-indústria de bens de alto valor agregado entre os países signatários (RAPOPORT; MUSACCHIO, 1993).

Tendo em vista o desenvolvimento do bloco, assim como os objetivos que originalmente buscava, cabe agora analisar como o setor cultural foi implementado nesse. O mecanismo utilizado foi a criação da Diretiva de Serviços de Comunicação Audiovisual, antiga Diretiva de Televisão sem Fronteiras, em 1989.

3.1.2 Diretiva de Serviços de Comunicação Audiovisual

O cinema é visto pela política regional europeia como uma forma de dar maior visibilidade à cultura local, assim como um fator essencial para a formação de um sentimento de pertencimento aos indivíduos ali inseridos. O domínio de Hollywood, os limitados recursos nacionais destinados às produções e a falta de apoio para a circulação de filmes, no entanto, apresentam-se como impeditivos ao fortalecimento dessa indústria (MCMURRIA, 2007). A criação de políticas regionais na União Europeia para a indústria cinematográfica foi, portanto, essencial para que a produção de filmes europeus conseguisse se opor à hegemonia norte-americana e se consolidar novamente no mercado mundial de cinema. Além de promover a coprodução, também foram estabelecidas políticas de cotas de importação e de exibição, tarifas às produções estrangeiras e subsídios à indústria nacional (WASKO, 2007). Segundo Wasko (2007), "a competição crescente no setor de televisão, a proliferação de canais, a televisão digital e a contínua desregulamentação dos mercados de *broadcasting* também deverão aumentar a atividade de coprodução". McMurria (2007) também vê a coprodução como uma forma de desenvolvimento do cinema na Europa:

(...) as coproduções europeias asseguram uma promessa indubitável de sustentabilidade econômica regional na Europa, talvez como lugar onde as identificações além fronteiras e as expressões populares pan-europeias possam ocorrer, contrapondo-se, assim, à ideia de uma indústria cinematográfica europeia fragmentada (MCMURRIA, 2007, p. 76).

Segundo Pardo (2007), a integração cultural também surge como uma forma de compartilhar os custos nacionais e permitir o acesso aos mais distintos territórios do continente e fora deste. Tendo em vista as motivações para o estabelecimento de uma política audiovisual comum e o desenvolvimento da tecnologia de comunicação, foi criada, em 1989, a Diretiva de Televisão sem Fronteiras. Em 2007 essa diretiva foi transformada em Diretiva de Serviços de Comunicação Audiovisual. Esse mecanismo busca desenvolver políticas regionais que regulamentem o setor e se embasa em alguns princípios, como o combate ao incitamento ao ódio, a acessibilidade, a promoção e a distribuição de produtos europeus e a regulamentação das propagandas (UE, 2016a).

As reuniões do Comitê de Comunicações, dentro da Diretiva, assim como as do *European Regulators Group for Audiovisual Media Services* (ERGA), centralizam seus esforços principalmente na circulação dos bens culturais, em ações educativas e na regulamentação da televisão local (CRUSAFON, 2009; UE, 2016c). Quanto ao cinema, a Diretiva possui uma reunião de especialistas designados a proteger o patrimônio fílmico regional. Esse mecanismo foca seu trabalho em catalogar, preservar e restaurar obras cinematográficas para que essas possam ser herdadas pelas próximas gerações. Outro ponto de discussão e de trabalho é o apoio estatal ao cinema, buscando uniformizar as regulamentações de tais auxílios. Alguns são os critérios para ajudar as produções nacionais: ela deve beneficiar um produto cultural, o produtor pode gastar pelo menos 20% de seu orçamento em outro Estado membro sem perder parte do auxílio e esse recurso deve ser limitado a 50% do orçamento (UE, 2016b).

Outro mecanismo importante criado dentro dessa comissão foi o Programa Media que financiava a produção e a distribuição de filmes, criado em 2007 e que encerrou suas atividades em 2013. O objetivo desse programa ia ao encontro com o exposto anteriormente, ou seja, o fortalecimento do cinema regional, o seu melhor posicionamento no mercado mundial de cinema e o aumento na circulação de filmes nacionais entre os países (UE, 2016d). O Programa Media ainda previa a cooperação com outras regiões, entre elas o Mercosul, para a projeção internacional dos filmes locais e a promoção da cooperação internacional (CRUSAFON, 2009).

Antecipando a análise dos demais mecanismos de promoção do setor audiovisual, será possível notar que, enquanto a União Europeia tem o campo televisivo como principal foco para as políticas de integração, os dispositivos latino-americanos centram-se no cinema. No entanto os objetivos são bastante similares, sendo os principais a promoção e a formação de uma indústria audiovisual mais forte na região (CRUSAFON, 2009). A participação espanhola nesse mecanismo foi bastante ativa, esta será analisada com mais detalhamento no capítulo a seguir.

3.2 Mercosul

Será analisado agora o caso do Mercosul. O bloco é composto pelas principais economias da América do Sul: Argentina, Brasil, Paraguai, Uruguai e Venezuela. A seguir será apresentado como se deu a conformação do bloco e a criação da Reunião Especializada de Autoridades Cinematográficas e Audiovisuais do Mercosul (RECAM).

3.2.1 Histórico

Os países da América do Sul adentraram nos anos 1990 lesados pela crise da dívida externa e pelos regimes militares ditatoriais, que promoveram o enfraquecimento político e econômico da região. Como resposta a esse período frágil recente e a efervescência do debate sobre a globalização e o regionalismo no campo teórico, os vizinhos sul-americanos viram a integração como uma saída vantajosa para retomar seu crescimento. Com ela buscavam a solução de alguns problemas comuns, como o grande endividamento, resultado do período antecedente, a ausência de crédito e de investimento externos, o baixo dinamismo do comércio exterior e os problemas internos, como a queda nos investimentos, a crise da indústria nacional, as altas taxas de desemprego e a marginalização social. Nesse período houve um grande aumento no número de acordos de preferência comercial entre os países da América do Sul. A integração, associada a fatores como as privatizações e os ajustes externos, foram as principais ferramentas para a reorganização da economia na região (RAPOPORT; MUSACCHIO, 1993; BAUMANN; CANUTO; GONÇALVES, 2004).

A ideia da construção de um instrumento integracionista para fomentar a indústria local, no entanto, tem origens mais distantes, com a existência de estudos cepalinos da década de 1950 sobre o tema. Nessa época a integração ainda era moderada e “centrada na localização ótima de algumas atividades econômicas importantes, sobretudo de caráter

industrial e de transformação de produtos agropecuários e minerais” (BAUMANN; CANUTO; GONÇALVES, 2004, p. 115). Conforme dito anteriormente, foi a crise econômica e política dos anos 1980 que abriu espaço para um projeto de integração mais estruturado como uma alternativa para sair da recessão. Isso se daria uma vez que o aumento do comércio na região utilizaria a capacidade produtiva dos países, coordenaria suas estruturas produtivas, permitiria o contato com competidores regionais, aumentando seu nível técnico para uma futura inserção mundial, e permitiria aos Estados aproveitar as economias de escala geradas pela ampliação do mercado. Além disso, incentivaria o investimento estatal em infraestrutura para que essa não seja um impeditivo futuro ao desenvolvimento econômico e comercial. No âmbito político possibilitaria a formação de posições homogêneas nos órgãos multilaterais, ampliando, assim, o seu poder de barganha (BAUMANN; CANUTO; GONÇALVES, 2004). Em resumo:

A integração não apenas permite apropriar ganhos de economias de escala. Ela permite, além disso, reduzir rendas não-produtivas associadas à falta de concorrência, ela influencia as expectativas de investidores internos e externos, reduz custos de transações, aumenta a eficiência produtiva, contribuindo para a estabilização de preços, e facilita a absorção de progresso tecnológico (BAUMANN; CANUTO; GONÇALVES, 2004, p. 116).

O impulso definitivo para a integração foi dado com a assinatura da Declaração de Iguazu em 1985 por José Sarney e Raul Alfonsín, presidentes das principais economias da América do Sul e primeiros governantes após a queda das ditaduras militares, tal declaração objetivava um processo de integração econômica e cooperação nuclear entre os países da região. A aproximação bilateral entre Brasil e Argentina suscitou preocupações entre seus vizinhos, temerosos em perder as vantagens de um acordo comercial entre as grandes economias regionais e pela ameaça de diminuição no comércio com países de extrema relevância para as suas economias internas. A iniciativa de cooperação se concretizou em 1991 com a adesão do Uruguai e do Paraguai nas discussões e com a assinatura do Tratado de Assunção, visando a formação de um Mercado Comum - o Mercosul. O primeiro passo foi a criação de uma União Aduaneira em 1995, incompleta, porém abrangente em sua agenda comercial, e a implementação de uma TEC (FARIA, 2004).

Uma das grandes barreiras ao Mercosul, no entanto, foi a heterogeneidade das economias que o conformam, essas possuem graus díspares de desenvolvimento e de industrialização (RAPOPORT; MUSACCHIO, 1993). Tal disparidade dificulta a criação de uma instância supranacional nos moldes da União Europeia, uma vez que seria necessária a

criação de mecanismos de proporcionalidade para a tomada de decisões. Esse processo de integração conta, portanto, com uma Secretaria Administrativa e todas iniciativas dependem da aprovação consensual dos países signatários (FARIA, 2004).

Retomando o que foi ressaltado anteriormente no caso europeu, o Mercosul possui características que dificultam o processo integracionista e que afetam a tomada de decisões intra-bloco. Segundo Torrent (2006), esse é um dos fatores-chave que fomentam um mecanismos de cooperação regional. O Mercosul seria, a uma primeira vista, mais frágil que a União Europeia no sentido de criar políticas comuns para seus signatários. A seguir será verificado como se deu a inserção do setor audiovisual nas políticas do bloco.

3.2.2 Reunião Especializada de Autoridades Cinematográficas e Audiovisuais do Mercosul

Dada sua história comum, assim como a sua proximidade linguística, a cultura deteve um papel importante no processo de formação do Mercosul. Foi estabelecido em 1996 o Mercosul Cultural, o que permitiu a concretização de alguns programas de fomento à produção local, como o Selo Mercosul Cultural, a Bienal das Artes Visuais do Mercosul, o Festival de Cinema do Mercosul, o Observatório Mercosul Audiovisual e o Mercado de Filme do Mercosul (VILLAZANA, 2007).

No âmbito audiovisual, a criação da Recam em 2003, dentro do Grupo Mercado Comum, foi um dos grandes marcos do bloco. Essa iniciativa buscava “tratar a cinematografia e as artes audiovisuais em geral [...] como uma atividade industrial de bens e serviços com forte impacto econômico e social, mas diferentes de qualquer outra, por constituírem atividades de conteúdo cultural” (AZULAY, 2007 apud RECAM, 2006, p. 83-84). Dentre os objetivos da Reunião estão o desenvolvimento da indústria cinematográfica, reduzir as assimetrias entre os países e integrar a produção regional. Em reuniões semestrais, as autoridades cinematográficas governamentais discutem políticas a serem executadas pelo Mercosul sobre o tema. O mecanismo é composto por cinco membros plenos - Argentina, Brasil, Paraguai, Uruguai e Venezuela - e quatro Estados associados - Bolívia, Chile, Equador e Peru -, além disso possui associação com a União Europeia e os países Ibero-americanos para tratar e executar temas comuns (AZULAY, 2007). Segundo Getino (2007), “esse avanço altamente significativo coloca o cinema no lugar mais desenvolvido da escala latino-americana quanto a processos de intercâmbio e integração industrial e cultural”. Foram analisadas as atas das reuniões para identificar os principais projetos executados e o andamento dado pelos Estados. Os principais programas serão descritos a seguir.

Desde a primeira reunião foi comentada a necessidade de se constituir um sistema de informação do Mercosul audiovisual. Tal sistema seria responsável por identificar e sistematizar os dados do mercado de cinema regional (RECAM, 2004b). Em 2005, foi criado o Observatório Mercosul Audiovisual, uma fonte de informação e de estatísticas setoriais, assim como um banco de dados e de referência aos efeitos sociais do desenvolvimento dessa indústria (RECAM, 2005). Desde o afastamento do principal expoente do Observatório, Octavio Getino, em 2007 os trabalhos foram lentamente descontinuados, sendo feita em 2009 a última referência a esse mecanismo.

Quanto à questão da circulação de bens culturais, foi identificado como um dos projetos do Programa de Trabalho de 2004 o mapeamento das dificuldades na circulação e na exibição de filmes nacionais e a formulação de propostas que promovam a presença das produções em mercados locais (RECAM, 2004b). Dentro dessa pauta foram promovidas principalmente duas atividades: primeiro, a identificação das classificações fiscais referentes aos bens culturais, de forma a facilitar a livre-circulação dos produtos nacionais; e, segundo, a definição de normas comuns para identificar a nacionalidade de um bem cultural, assim como a obrigatoriedade da adoção de um certificado de nacionalidade, o chamado Certificado de Obra Cinematográfica do Mercosul, também visando facilitar as trocas entre os países-membros (RECAM, 2004a; RECAM, 2004d; RECAM, 2006). Associado a este tema, a distribuição também foi alvo de debates dentro da Recam. Em 2006, foi discutida a possibilidade de criar um mecanismo de codistribuição do Mercosul, fazendo com que os filmes produzidos na região circulassem mais rapidamente (RECAM, 2006). No Programa de Trabalho de 2007 já foi incluída a criação de uma agência de distribuição do Mercosul como meta para o ano (RECAM, 2007a). Nesse mesmo ano foi implementado um acordo com a União Europeia que incluía a distribuição em sua pauta e, nesse âmbito, foi discutido e desenvolvido o programa Rede de Salas Digitais (RECAM, 2007a; RECAM, 2008a; RECAM, 2009a). Esse programa buscava ampliar a distribuição de filmes nacionais nos países do Mercosul, assim como formar públicos para o cinema regional. O programa Rede de Salas Digitais foi implementado em 2015 e fomentou a criação de diversas salas de cinema com uma programação voltada ao produto cultural local ao longo do território sul-americano.

Conforme visto anteriormente no caso da Rede de Salas Digitais, a cooperação com outros mecanismos de integração foi fundamental para a realização de projetos de incentivo ao cinema regional. A cooperação com a União Europeia foi pauta das reuniões desde o primeiro ano de funcionamento da Reunião. Em 2004, quando se discutia uma parceria entre os blocos a nível institucional, a Recam manifestou seu interesse em incluir a pauta

cinematográfica e audiovisual em um possível acordo futuro (RECAM, 2004c). Naquele mesmo ano foi realizada uma reunião entre as autoridades cinematográficas dos dois grupos e ali foram mencionadas algumas propostas iniciais de cooperação, focadas principalmente no intercâmbio de experiências e na transferência de recursos entre os dois mecanismos, assim como fortalecer a Recam institucionalmente (RECAM, 2004d). Em 2006 tal demanda foi atendida e as indústrias culturais foram incluídas dentre as pautas de cooperação entre os blocos (RECAM, 2006). Alguns dos projetos que surgiram dessa iniciativa foram a criação de um sistema de distribuição e exibição, a Rede de Salas Digitais, e o apoio ao Observatório Audiovisual (RECAM, 2008b). O programa responsável pelo desenvolvimento dessas iniciativas foi o Programa Mercosul Audiovisual, criado em 2009 e com o compromisso de financiar e promover os projetos previstos no convênio. Cada autoridade ficaria responsável por um dos eixos: capacitação, patrimônio e circulação de conteúdos (RECAM, 2009b). Os resultados foram bastante positivos e o Programa se estendeu até 2015, quando foi apresentado um informe final no qual se demonstrou que os países conseguiram alcançar os objetivos propostos e geraram capacidades produtivas e distributivas em todos os integrantes (RECAM, 2015). Outra aproximação institucional se deu com a Organização dos Estados Ibero-americanos em 2004, quando foi assinado um convênio de cooperação voltado, principalmente, para o compartilhamento de informações disponíveis sobre a cinematografia local e a criação de uma base de dados a ser trabalhada em conjunto (RECAM, 2004d; RECAM, 2005). Não houve, no entanto, uma aproximação e conjunção de forças de forma semelhante ao que foi visto no convênio com a União Europeia. Na última reunião, entretanto, demonstrou-se uma nova investida nesse sentido, proposta pelo Uruguai (RECAM, 2016).

É possível notar que a Recam foi responsável pela implementação de programas regionais de fomento à produção e à distribuição do cinema local, como a Rede de Salas Digitais. A participação efetiva do Brasil nesse mecanismo, assim como o resultado concreto dessas políticas na cinematografia nacional serão analisados mais atentamente no capítulo a seguir. A princípio é possível deter uma visão bastante otimista desse instrumento e de seus programas.

3.3 Organização dos Estados Ibero-Americanos

Por fim, será avaliada a criação e atuação da Organização dos Estados Ibero-americanos (OEI), principalmente no que cerne o setor audiovisual. É importante compreender os distintos papéis que os blocos de integração podem ter, uma vez que o escopo de atuação desse organismo se difere consideravelmente daqueles vistos anteriormente.

3.3.1 Histórico

A Organização dos Estados Ibero-americanos (OEI) possui uma motivação e uma estrutura diferentes das analisadas nos casos anteriores, sendo essa voltada mais para objetivos culturais e educacionais em detrimento de econômicos e políticos. Ela nasceu como uma agência internacional com o nome de *Oficina de Educación Iberoamericana* em 1949 e, somente em 1957, foi transformada em uma organização intergovernamental. Em meados dos anos 1980 o seu nome foi modificado para Organização dos Estados Ibero-americanos e ampliou-se o rol de metas a serem seguidas pela instituição (OEI, 2016).

A OEI objetiva “la cooperación entre los países iberoamericanos en el campo de la educación, la ciencia, la tecnología y la cultura en el contexto del desarrollo integral, la democracia y la integración regional.” (OEI, 2016). Fazem parte desse mecanismo a comunidade hispanohablante e lusófona da Europa e da América Latina⁸ (OEI, 2016). No Art. 2 de seu regulamento interno é possível encontrar os propósitos de tal organização:

[...] el desarrollo y el intercambio educativo, científico, tecnológico y cultural de los Estados Miembros, con el objeto de contribuir a elevar el nivel cultural de sus habitantes como personas, formarlos integralmente para la vida productiva y para las tareas que requiere el desarrollo integral y fortalecer los sentimientos de paz, democracia y justicia social (OEI, 1985).

Dentre os objetivos específicos da OEI, delimitados pela Resolução no Art. 4, fica claro que esse mecanismo busca uma integração cultural e educacional, em detrimento de uma aproximação econômica propriamente dita. Quanto as indústrias culturais, elas estão contempladas no ponto 14 desse mesmo Artigo que cita como objetivo específico da Organização: “estimular la creación intelectual y artística, el intercambio de bienes culturales

⁸ Argentina, Bolívia, Brasil, Colômbia, Costa Rica, Cuba, Chile, República Dominicana, Equador, El Salvador, Espanha, Guatemala, Guinéa Equatorial, Honduras, México, Nicarágua, Panamá, Paraguai, Peru, Portugal, Uruguai e Venezuela.

y las relaciones recíprocas entre las distintas regiones culturales iberoamericanas” (OEI, 1985). Uma das vias criadas para alcançar este fim foi a Conferência de Autoridades Cinematográficas da Ibero-américa (CACI) em 1989, que será abordada com mais atenção a seguir.

A princípio, é possível notar que o mecanismo de integração dos países ibero-americanos tem um escopo de atuação bastante diferenciado daquele visto no Mercosul e na União Europeia. Outra diferença central também está no poder de implementar as políticas ali discutidas, sendo esse mais consultivo do que vinculativo. No entanto, por se tratar de um mecanismo voltado principalmente à cultura e à educação, ele possui um enfoque maior nesses temas, podendo depreender mais esforços nas discussões e programas do setor audiovisual.

3.3.2 Conferência de Autoridades Cinematográficas Ibero-Americanas

A discussão sobre integrar as cinematografias regionais ibero-americanas está em pauta desde 1931, com o Congresso Hispano-americano em Madri. A ideia central seria encontrar espaços de cooperação do setor de forma que esse seja um meio de representar a identidade cultural e histórica dos países, assim como para se sobrepôr às assimetrias do mercado mundial de cinema e à hegemonia norte-americana (GETINO, 2007). Além disso, nenhum dos países da OEI possuía a capacidade de moldar a sua indústria audiovisual baseado unicamente em seu mercado nacional, por isso um projeto integracionista nesse sentido era necessário (WEFFORT, 2002). No entanto, só em 1989 houve a assinatura de um acordo de integração audiovisual regional entre os países, com a criação de um Mercado Comum e da Conferência de Autoridades Cinematográficas Ibero-americanas (CACI) (GETINO, 2007). Em meados do anos 1990 são retomadas algumas políticas de fomento ao setor. Essas políticas se formam em um contexto no qual a produção de filmes na região é estável, porém ainda emergente, e, semelhante ao que foi apresentado no caso do Mercosul, de grande disparidade entre as capacidades nacionais (WEFFORT, 2002). As políticas foram desenvolvidas com base em sete objetivos estratégicos, são eles:

Um mercado cultural interno estruturado; uma produção cultural com projeção internacional; priorizar a produção audiovisual em parceria com os operadores de TV; uma central de empresas e criadores inovadores; uma comunidade aberta ao intercâmbio cultural; uma cultura de cooperação intra-regional; canais de distribuição multidirecionais, que garantam a diversidade cultural (WEFFORT, 2002, p. 287).

A CACI formulou ao longo de sua história diversos estudos sobre o setor cinematográfico ibero-americano. Alguns exemplos são os estudos sobre o consumo cultural cinematográfico, sobre os investimentos no setor, sobre a inovação tecnológica e como essa afeta a cinematografia regional, sobre o direito do autor e do artista, sobre a criação de um Mercado Comum Cinematográfico e sobre a infraestrutura cinematográfica instalada (CACI, 2004b; CACI, 2004a). Tais pesquisas foram essenciais para a identificação de questões sensíveis da região e para dar um enfoque mais específico às políticas desenvolvidas pelos Estados. Nesse ínterim, foi criado o Observatório Ibero-americano do Audiovisual em 2009, em moldes semelhantes ao europeu, e atualmente agrega dados da indústria cinematográfica regional (CACI, 2008; CACI, 2009). Assim como no Mercosul e na União Europeia, na CACI também foram adotadas políticas de incentivo à coprodução e à distribuição do cinema local.

Um dos principais feitos da CACI foi a criação do Programa Ibermedia em 1997, um fundo de fomento à produção, distribuição, capacitação e promoção cinematográfica na região (CACI, 1997). Esse mecanismo se inspirou no modelo europeu de estímulo ao cinema que busca criar redes de cooperação para alcançar novas escalas de mercado, uma vez que a estrutura nacional é marcada por problemas de desenvolvimento e de fragmentação (AZULAY, 2007). São dois os principais benefícios auferidos pelo programa: primeiro a “subvenção de projetos audiovisuais, permitindo o aumento do número de filmes ibero-americanos produzidos e estreados na América Latina”; e, segundo, a “extensão do mercado de origem do filme. [...] aumento da possibilidade de recuperar os custos de produção, conseguindo, dessa forma, a continuidade do funcionamento da cadeia de produção da indústria cinematográfica.” (VILLAZANA, 2007, p. 181). Em seu primeiro ano de vigência o programa auxiliou 118 projetos (CACI, 1998). Esse programa é de suma importância para a região porque permite a continuação da produção nacional e apoia os projetos que não são contemplados pelo apoio estatal. No entanto, pouco foi feito quanto à circulação das obras regionais (VILLAZANA, 2007; AZULAY, 2007). Em 2009 foi criada uma nova modalidade do programa, o Ibermedia TV, que possibilitaria às televisões públicas dos Estados-parte a transmissão de um filme regional por semana (CACI, 2009).

Outro programa de destaque promovido pela CACI foi o DOC-TV IB, ele surgiu do programa DOC-TV América Latina, uma iniciativa que buscava a promoção da produção e da difusão de documentários envolvendo não somente órgãos públicos, mas também privados (CACI, 2004b). O programa, que posteriormente voltou a se chamar DOC-TV América

Latina, teve sua primeira edição a cargo do Ministério da Cultura brasileiro e, com o seu sucesso, prosseguiu acontecendo e atualmente se encontra na 5ª edição.

Como é possível notar, algumas das políticas criadas pela CACI foram bastante determinantes para a indústria cinematográfica da região. Apesar de não se encontrar em um patamar semelhante ao Mercosul e à União Europeia em termos de jurisprudência, esse mecanismo teve um impacto bastante positivo na região, como será avaliado posteriormente. Quanto a atuação do Brasil e da Espanha nessa conferência, ambos possuem um papel bastante ativo. O seguinte trecho de Azulay (2007) deixa isso claro ao afirmar que:

O Brasil, como detentor de uma das principais cinematografias do continente, é hoje, depois da Espanha, o segundo maior cotista do Ibermedia, o qual beneficia um número crescente de coproduções, das quais participa a produção brasileira por meio de associações com produtores ibero-americanos. (...) [no entanto,] pouco avançou no sentido de viabilizar a circulação de seus filmes na Ibero-América (AZULAY, 2007).

O setor audiovisual possui diferentes pesos para cada mecanismo integracionista. Na União Europeia a pauta detém certa importância e criou programas de grande importância para o setor, como é o caso do programa Media. No entanto, a Diretiva acaba se centrando mais na questão televisiva e de patrimônio histórico do que no cinema propriamente dito. Já no Mercosul, a cultura possui desde cedo um papel importante nas discussões do bloco. A criação da Recam para tratar de programas regionais de fomento ao cinema foi um grande passo para a estruturação do setor na região. Por fim, a OEI apresentou desde o início a cultura como um dos eixos centrais da integração e a discussão acerca da indústria audiovisual sempre esteve presente no bloco. A Organização teve um papel central de fomento à produção regional, principalmente através de programas como o Ibermedia.

Tendo em vista as pautas levantadas por cada programa, assim como suas diferenças e similaridades, será avaliado no próximo capítulo o quanto esses mecanismos afetaram a produção e a circulação de filmes no Brasil e na Espanha. A uma primeira vista, é possível notar que esses organismos regionais tiveram importância em elevar o debate ao nível estatal e realizar alguns programas de grande êxito para os países participantes.

4 O MERCADO DE CINEMA NA ESPANHA E NO BRASIL

A partir do exposto no capítulo anterior, é possível notar que os mecanismos de integração estudados formularam programas de grande importância no sentido retórico. Sendo agora necessário compreender como os programas implementados, como o Media na União Europeia, o Ibermedia nos países Ibero-americanos e as Salas Digitais no Mercosul, efetivamente influenciaram na produção de filmes na região e na sua difusão local.

Com essa finalidade, no presente capítulo serão analisados os mercados de cinema de dois países representativos desses blocos regionais, quais sejam a Espanha e o Brasil. Selecionou-se esses países tanto por sua produção de destaque enquanto países com uma indústria cinematográfica não-hegemônica, quanto por seu trabalho constante em atualizar os dados disponíveis acerca do mercado de cinema nacional. Além disso, a participação desses países nos mecanismos regionais anteriormente analisados foi essencial para a formação e para a execução de projetos naquele âmbito.

Para realizar tal estudo, serão apresentados dados históricos da produção e da distribuição do cinema nacional para analisar como estes avançaram à luz do exposto sobre as políticas culturais regionais. Primeiramente, será estudado o mercado espanhol e, posteriormente, o brasileiro.

4.1 Espanha

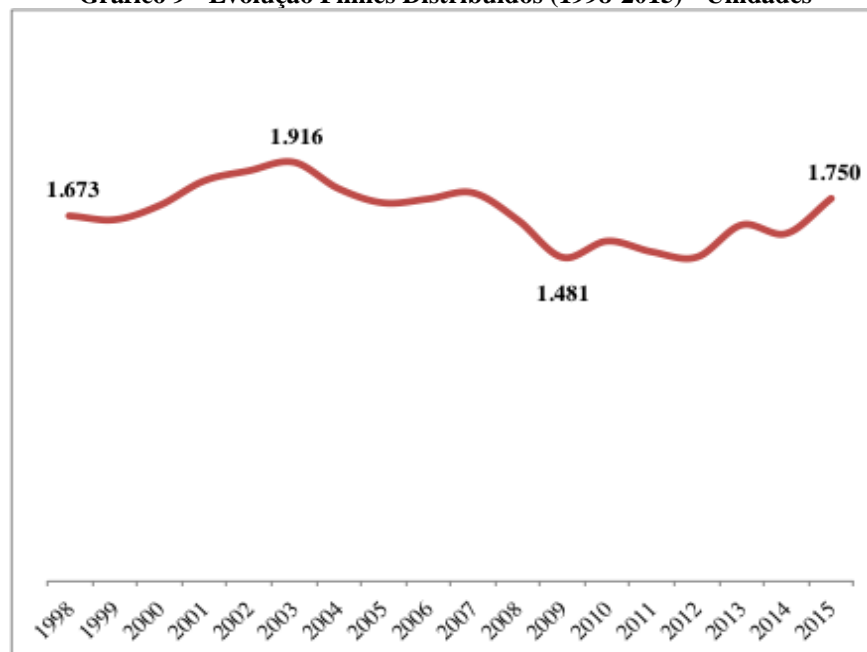
A Espanha é considerada um dos maiores centros de produção cinematográfica europeus. Conforme visto anteriormente, o cinema surgiu na Europa e nos Estados Unidos simultaneamente, sendo em um primeiro momento ambos grandes polos de produção e de distribuição de filmes (NOWELL-SMITH, 1996b). Com o fim da Primeira Guerra Mundial e a devastação social, econômica e política que essa causou na Europa, o cinema descaracterizou-se no continente e abriu espaço para a ascensão da hegemonia norte-americana no mundo (WASKO, 2007). Atualmente, a Espanha segue sendo uma das maiores produtoras de filmes na Europa e um centro de coproduções de grande destaque (MCMURRIA, 2007). Tal fato está ligado a uma longa tradição de intervenção estatal no cinema e de apoio à indústria nacional, assim como um processo gradual de internacionalização associado aos movimentos integracionistas. Com as políticas culturais, o Estado busca que os produtores nacionais se consolidem verticalmente e consigam competir

em nível de igualdade com Hollywood (PARDO, 2007a). Além disso, segundo Pardo (2007a):

A Espanha possui um território linguístico cada vez mais importante no âmbito da indústria internacional de cinema, respondendo por cerca de 5% a 6% das receitas totais em todo o mundo (é a sexta colocada no mundo e a quinta na Europa) (PARDO, 2007a, p. 163).

Primeiramente, vamos analisar a evolução no número de filmes distribuídos na Espanha desde 1998 até 2015. É possível notar no Gráfico 9 que este apresentou uma trajetória crescente até 2003, quando atingiu seu pico de 1.916 filmes distribuídos no ano. Posteriormente, até meados de 2009, apresentou um forte declive culminando em um total de 1.481 filmes. A distribuição de filmes voltou a patamares semelhantes aos de 1998 somente em 2015. Em números absolutos tal variação não foi tão perceptível – houve uma diferença de aproximadamente 400 filmes entre o pico e o cume –, podendo representar apenas mudanças nos formatos de exibição, com o surgimento de novas tecnologias de mídia, e variações mercadológicas.

Gráfico 9 - Evolução Filmes Distribuídos (1998-2015) - Unidades

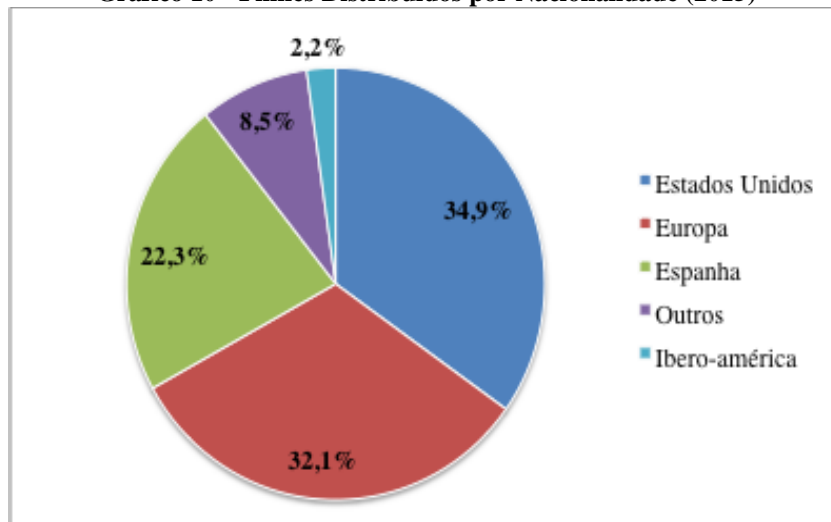


Fonte: MECD (2016). Elaboração própria.

Para analisar a evolução do cinema nacional e regional à luz das políticas culturais lançadas pelos blocos regionais, é necessário segmentar esse montante por nacionalidade, conforme apresentado no Gráfico 10. Apenas 22,3% do total de filmes distribuídos eram nacionais em 2015, esse número variou pouco em pontos percentuais desde 1998, quando

representava aproximadamente 19%. A pequena participação espanhola e o baixo crescimento apresentado, mesmo em se tratando de uma das maiores indústrias cinematográficas do continente, demonstram que é necessário insistir de forma incisiva nas políticas de fomento para alcançar patamares semelhantes aos da distribuição norte-americana.

Gráfico 10 - Filmes Distribuídos por Nacionalidade (2015)



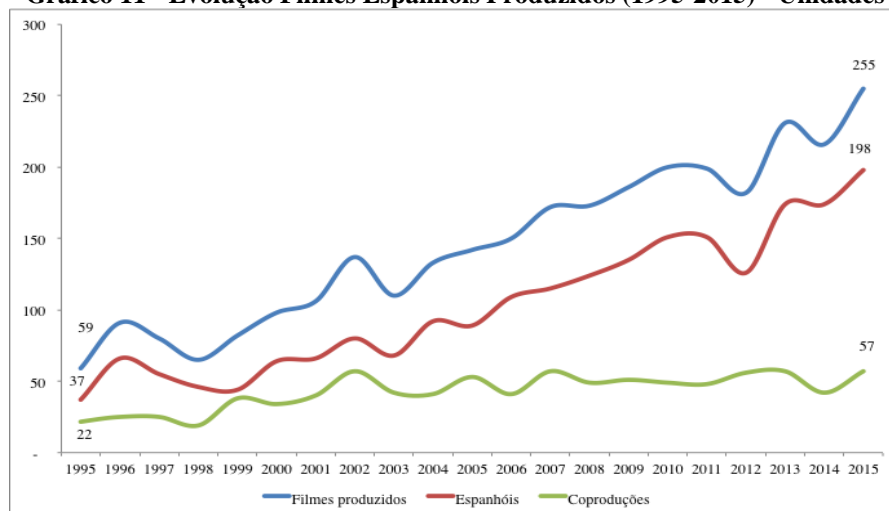
Fonte: MECD (2016). Elaboração própria.

Apesar do exposto anteriormente acerca do cinema nacional, é notável a participação de obras europeias e ibero-americanas no total de filmes distribuídos na Espanha em 2015, representando aproximadamente 34% do total. As produções europeias apresentaram uma queda ao longo dos últimos anos, já as ibero-americanas elevaram a sua participação, demonstrando uma tendência maior à distribuição de filmes produzidos por indústrias não tradicionais, resultante do fomento que se origina e que se destina aos países ibero-americanos. O mesmo não ocorre no caso europeu, apesar da existência de mecanismos integracionistas que trabalham com essa temática, uma vez que, de acordo com o exposto no capítulo anterior, esses são mais generalistas e se aprofundam mais na questão televisiva do que na cinematográfica (CRUSAFON, 2009).

Por fim, o leve crescimento experienciado na distribuição nacional e ibero-americana culminou em um declínio na participação norte-americana no mercado de cinema espanhol, esse número caiu em média 1,4% ao ano desde 2002. Os Estados Unidos representam aproximadamente 35% dos filmes distribuídos na Espanha – bastante semelhante com o montante representado pelo cinema regional. Esses números, apesar de ainda demonstrarem sua hegemonia, podem significar uma tendência de enfraquecimento a longo prazo frente aos movimentos integracionistas.

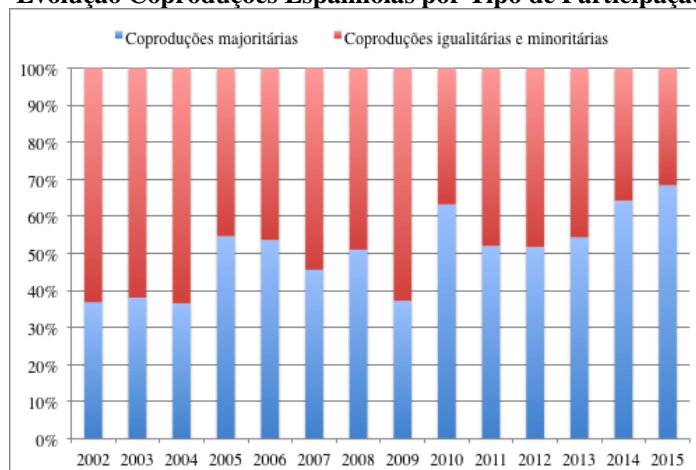
Partindo para o enfoque da produção de cinema espanhol, cerne das políticas tanto nacionais quanto regionais, é possível notar que essa apresentou uma trajetória crescente ao longo das últimas décadas. Essa tendência se deu majoritariamente nos filmes com produção 100% espanhola, conforme se pode notar no gráfico a seguir. O movimento distinto àquele presenciado no número filmes distribuídos demonstra que as políticas, tanto nacionais, quanto regionais, se centram principalmente na produção e perdem força ao chegar nos canais de distribuição (VILLAZANA, 2007). Quanto ao número de coproduções, essas cresceram de forma mais lenta e estável desde 1995, a uma média de crescimento anual que representa apenas a metade do aumento experimentado pela produção espanhola. Esse dado pode demonstrar uma falha ou não suficiência dos programas regionais de fomento a parcerias de produção (MCMURRIA, 2007). A evolução da coprodução será analisada com mais profundidade a seguir, dada a sua centralidade nos processos integracionistas.

Gráfico 11 - Evolução Filmes Espanhóis Produzidos (1995-2015) - Unidades



Fonte: MECD (2016). Elaboração própria.

Gráfico 12 - Evolução Coproduções Espanholas por Tipo de Participação (2002-2015)

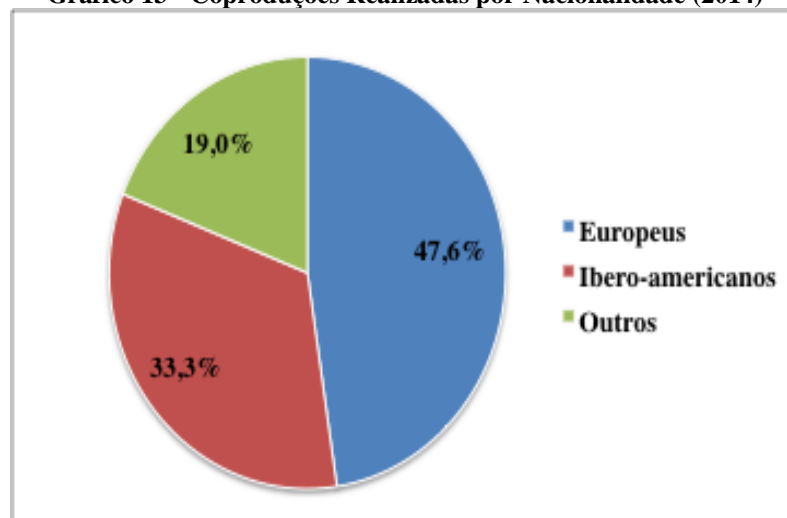


Fonte: MECD (2016). Elaboração própria.

Após avaliar que o número de coproduções das quais a Espanha participou nos últimos anos cresceu de forma tímida, cabe analisar como essa evoluiu de forma qualitativa. Tendo em vista o Gráfico 12 é possível notar que a participação espanhola como investidora majoritária se mostrou de ordem crescente ao longo dos anos. Isso se dá pela já mencionada importância histórica de sua indústria cinematográfica na região e por sua contribuição central nos programas de incentivo à coprodução criados pela Conferência de Autoridades Cinematográficas Ibero-americanas (VILLAZANA, 2007).

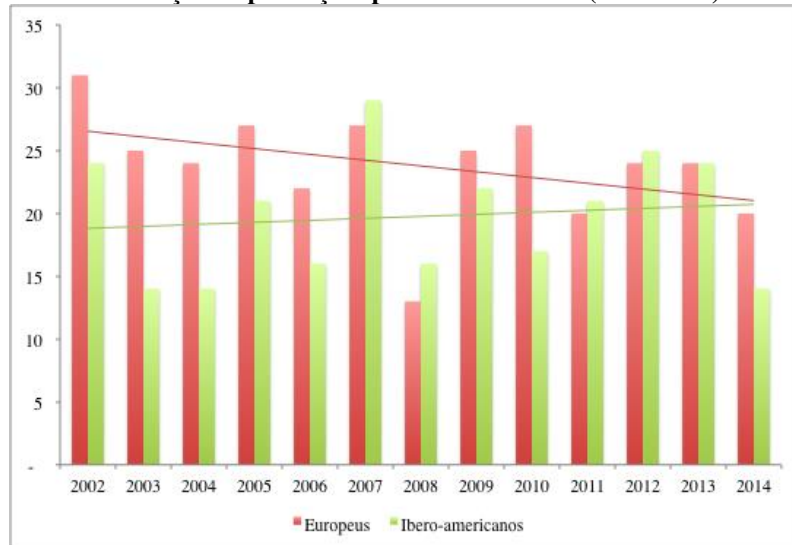
Partindo para a análise de quais países firmaram parcerias de produção com a Espanha, é notável a porcentagem de coproduções realizadas com países europeus e ibero-americanos no total produzido em 2014. A coprodução com esses países representou mais de 80% do total realizado, sendo que aproximadamente 50% é composta somente por países europeus.

Gráfico 13 - Coproduções Realizadas por Nacionalidade (2014)



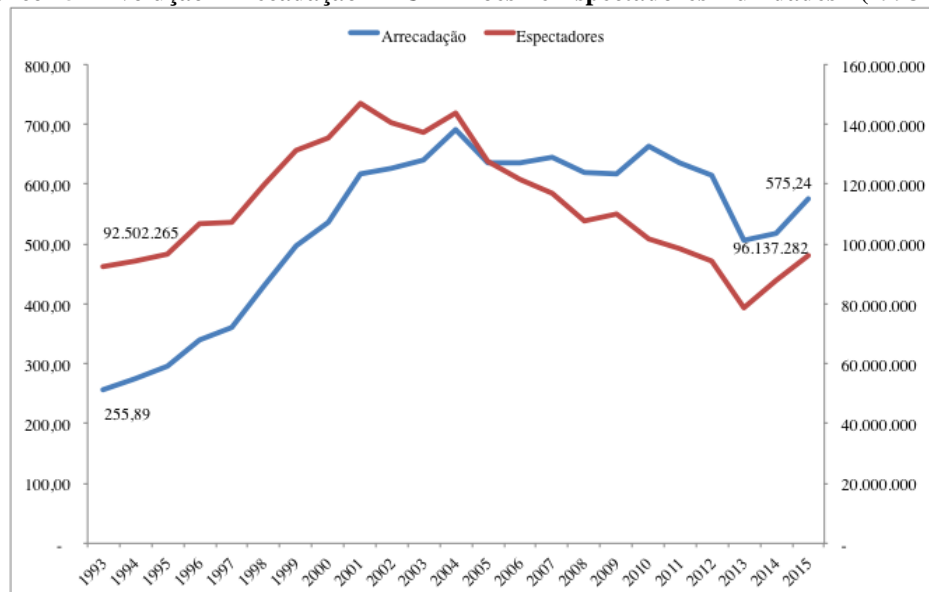
Fonte: MECD (2016). Elaboração própria.

Apesar da tradicional parceria com a Europa, é possível verificar a crescente importância das coproduções com os países ibero-americanos no gráfico que segue, reflexo da importância que é dada a essa matéria no âmbito integracionista (VILLAZANA, 2007). O número de parcerias com países latinos apresentou uma tendência positiva, enquanto aquelas com países europeus apontaram um leve declínio ao longo da última década. Tal fato reforça a importância de programas como o Ibermedia enquanto forma de incentivo a coproduções não tradicionais com países que possuem uma indústria cinematográfica pouco consolidada, valorizando a cultura regional, em detrimento de parcerias tradicionais (VILLAZANA, 2007; PRADO, 2007a).

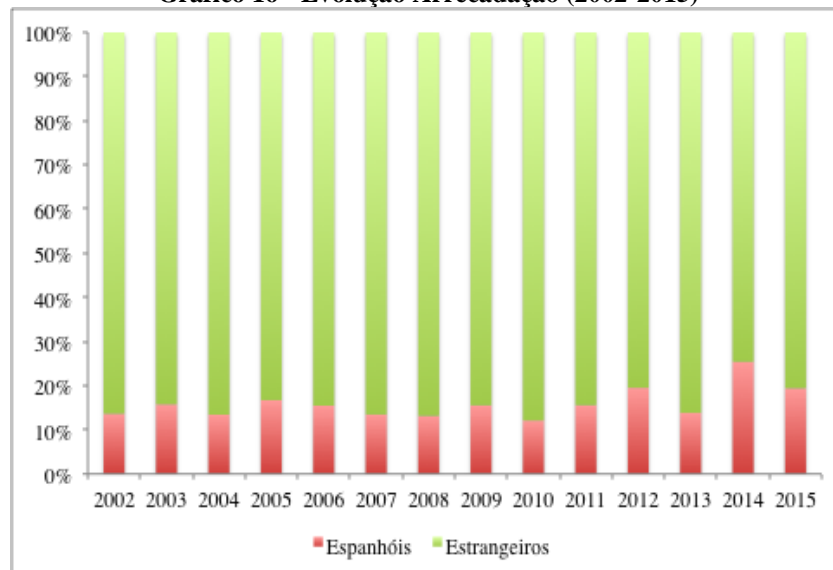
Gráfico 14 - Evolução Coproduções por Nacionalidade (2002-2015) - Unidades

Fonte: MECD (2016). Elaboração própria.

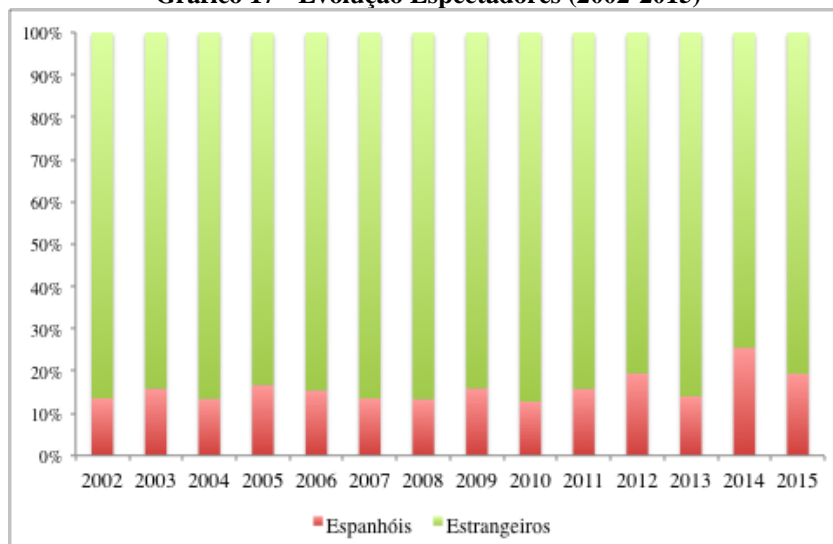
Visto os efeitos na produção e na distribuição de filmes, cabe agora analisar qual o retorno do público aos filmes nacionais e regionais. Vê-se que tanto a arrecadação, quanto o público de cinema apresentaram franco crescimento desde 1993 até meados de 2005. Posteriormente, ambos apresentaram declínio, mas a arrecadação caiu de forma mais abrupta. Dentre os motivos para tal, se destacam tanto o decréscimo no número de espectadores ao longo dos anos, demonstrando uma menor demanda por esse tipo de entretenimento, quanto o aumento do *Impuesto sobre el Valor Añadido* (IVA) em 2012, afetando a receita das salas de exibição (CANO, 2016).

Gráfico 15 - Evolução Arrecadação – EU milhões - e Espectadores – unidades - (1993-2015)

Fonte: MECD (2016). Elaboração própria.

Gráfico 16 - Evolução Arrecadação (2002-2015)

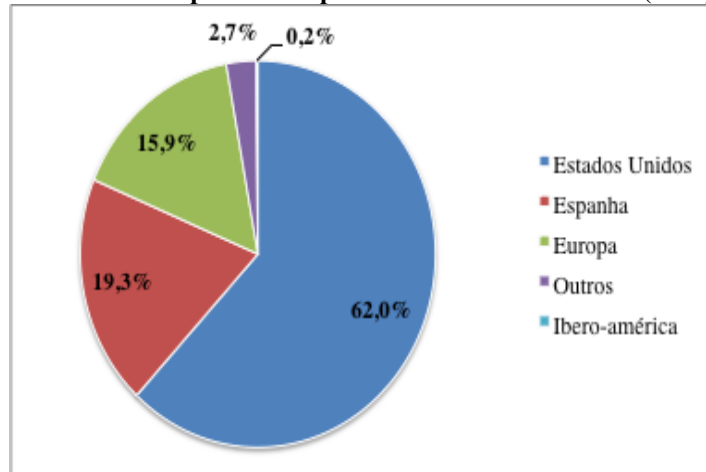
Fonte: MECD (2016). Elaboração própria.

Gráfico 17 - Evolução Espectadores (2002-2015)

Fonte: MECD (2016). Elaboração própria.

Os Gráficos 16 e 17 representam a porcentagem de filmes nacionais e estrangeiros em termos de arrecadação e de público. Importa demarcar que o valor arrecadado e o número de espectadores nos filmes nacionais não apresentaram uma queda tão pungente ao longo dos anos quanto os filmes estrangeiros, inclusive crescendo a uma média de 2% ao ano desde 2002 no caso das arrecadações. Portanto, há um indicativo de que o consumo de cinema nacional está crescendo de forma lenta e gradual através das políticas lançadas pelo governo, tanto nacionalmente, quanto regionalmente. No entanto, esse cenário positivo não foi suficiente para suplantar a preferência do público por filmes norte-americanos, como demonstra o Gráfico 18.

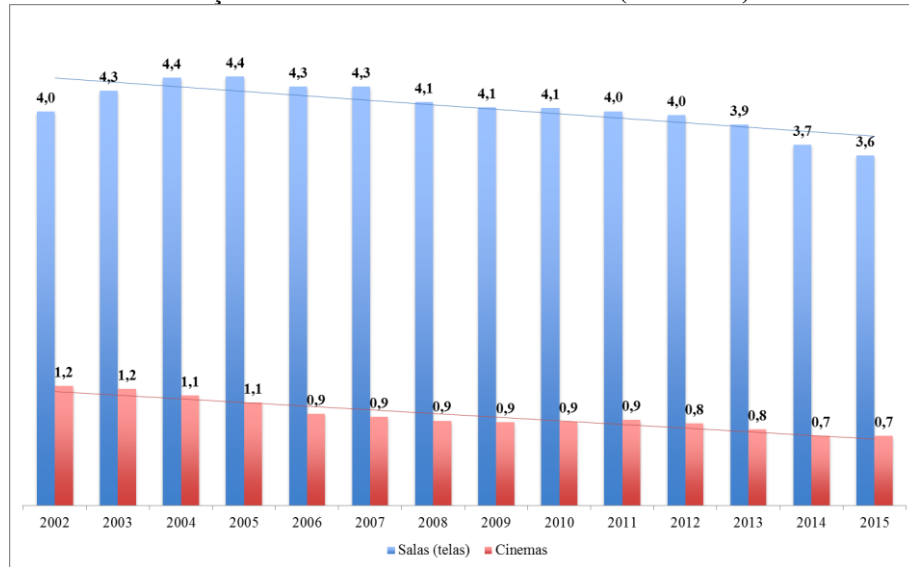
Gráfico 18 – Espectadores por Nacionalidade do Filme (2015)



Fonte: MECD (2016). Elaboração própria.

A preferência do público continua sendo majoritariamente de filmes norte-americanos, mesmo com a queda de 4 pontos percentuais ocorrida em relação ao ano de 2002. Os filmes europeus, por sua vez, aumentaram sua participação no público total de cinema na Espanha, em dissonância com a queda presenciada na distribuição de filmes. Já as produções espanholas aumentaram sua participação em termos de público em 5 pontos percentuais na última década, se aproximando a 20% do mercado nacional. Por fim, os filmes ibero-americanos detêm uma participação ínfima, representando menos de 1% do total de ingressos vendidos. Tal fato demonstra que, apesar do auxílio à produção regional apresentar algum resultado, a sua projeção não alcança o público de cinema, limitando o alcance das obras e das coproduções criadas no âmbito do bloco pela falta de políticas eficientes destinadas à criação de público e à distribuição dos filmes (VILLAZANA, 2007).

Queda semelhante se deu no número de salas e de cinemas do país conforme o Gráfico 19. Essa queda representa uma possível retração que o mercado tradicional de cinema está vivenciando com o surgimento de novas mídias e tecnologias, assim como pelo aumento do *Impuesto sobre el Valor Añadido* (IVA) em 2012, afetando a receita das salas de exibição (CANO, 2016).

Gráfico 19 - Evolução Número De Salas e de Cinemas (1992-2015) – Mil unidades

Fonte: MECD (2016). Elaboração própria.

O cinema espanhol apresentou alguns resultados que podem ser considerados positivos, principalmente no que cerne as políticas regionais ibero-americanas. A União Europeia, por se focar majoritariamente em outros temas que não o cinema, segue detendo uma importância grande para o mercado de cinema espanhol, mas vem perdendo espaço para os filmes nacionais e latinos. A relevância do bloco europeu se deu principalmente nas coproduções, fruto de programas como o Media, e no público de filmes, resultado das grandes produções de países com indústrias cinematográficas tradicionais, como a França e o Reino Unido. Os Estados Unidos também perderam mercado para as produções regionais e nacionais, mas ainda são a principal escolha dos espectadores espanhóis.

Apesar dos resultados positivos nas produções ibero-americana, esses ainda se mostraram limitados no que cerne a distribuição, a exibição e o consumo de filmes produzidos regionalmente, devendo ser alvo de maior atenção caso as políticas se mantenham nos próximos anos. Será analisado agora o caso brasileiro a fim de comparar os resultados e encontrar tendências comuns entre os países.

4.2 Brasil

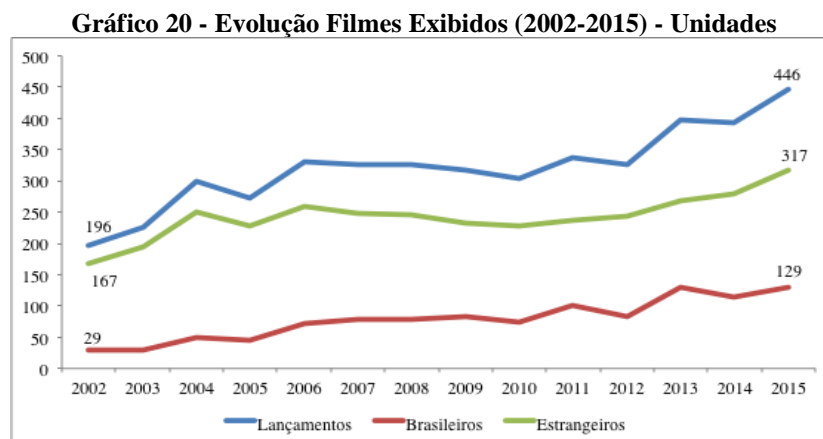
O discurso feito por Nelson Pereira dos Santos no Canecão demonstra o início de uma política mais ativa frente o cinema nacional nos anos 1930 (AZULAY, 2007).

[...] as maiores atividades econômicas das próximas décadas estarão relacionadas às indústrias culturais e à comunicação. Isso significa que o país que não desenvolver e fomentar sua expressão cultural estará condenado a um papel secundário na economia

global. Alguns países, [...] antecipando essa megatendência econômica, já estão ocupando espaços vitais na circulação nacional e internacional de bens culturais. [...] O audiovisual é a maior e mais importante indústria cultural (AZULAY, 2007 apud SANTOS).

Com a difusão do cinema no mundo, o Brasil se figurou entre os maiores produtores na América Latina ao lado de países como a Argentina e o México. No entanto, a partir dos anos 1990, a produção de filmes brasileiros apresentou declínio dadas as políticas neoliberais implementadas pelo governo, conforme visto no primeiro capítulo desta monografia (AZULAY, 2007). Ainda nessa década, iniciou-se o debate acerca das políticas integracionistas e o Brasil, enquanto uma das maiores economias da América do Sul, liderou o processo no Mercosul (RAPOPORT, MUSACCHIO, 1993; BAUMANN, CANUTO, GONÇALVES, 2004; FARIA, 2004). O debate sobre políticas culturais regionais só foi inserido na pauta da integração posteriormente e o Brasil sempre se mostrou bastante favorável à criação e à manutenção dessas (RAPOPORT; MUSACCHIO, 1993). Dada a importância econômica e cultural do Brasil na região, será realizada uma análise mais detalhada sobre o mercado de cinema nacional a fim de avaliar os efeitos das políticas adotadas.

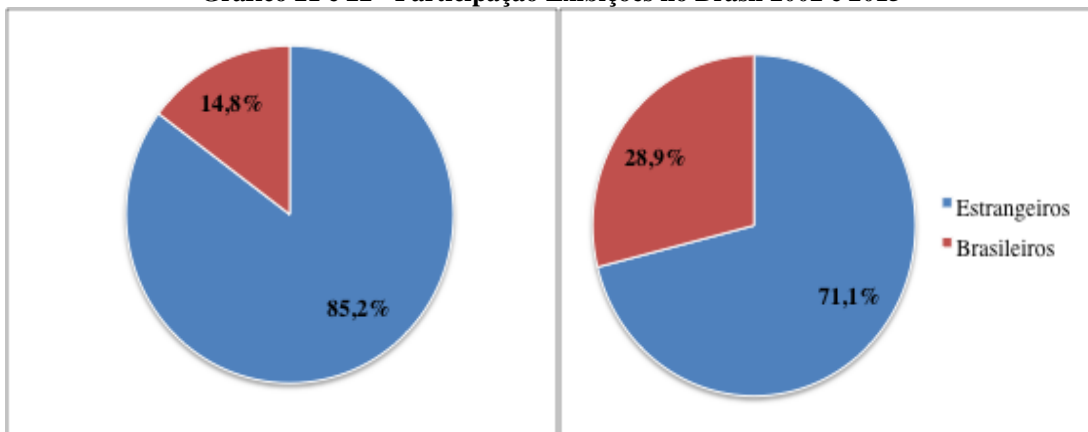
Primeiramente, será analisada a distribuição de filmes no mercado brasileiro. O número de produções exibidas cresceu fortemente nos últimos anos – uma média de 6,5% ao ano –, demonstrando uma maior tendência ao consumo de cinema no país, de certa forma relacionado com o crescimento econômico apresentado no mesmo período. Esse movimento se deu de forma mais acentuada para os filmes nacionais, que cresceram a uma taxa anual média de 12,2%. Por fim, as exibições estrangeiras também apresentaram crescimento, porém de ordem inferior, resultando na perda de participação no montante exibido conforme será apresentado nos Gráfico 21 e 22.



Fonte: OCA (2016). Elaboração própria.

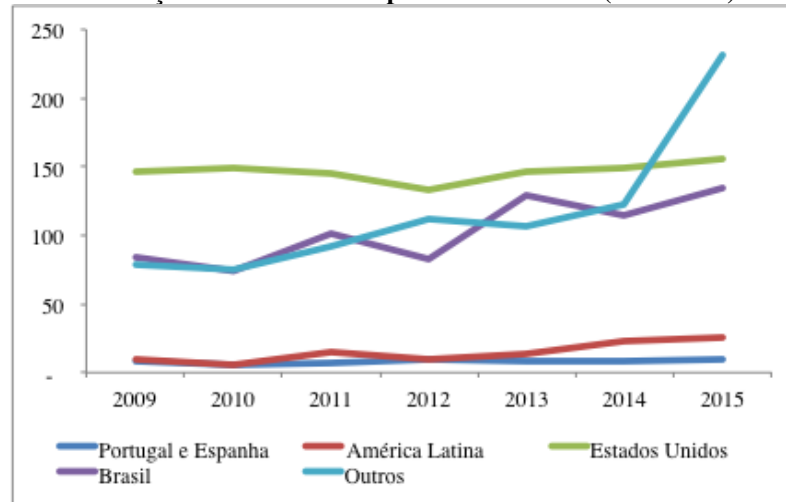
Em 2015, foram exibidos 446 títulos no Brasil dos quais 129 foram brasileiros - aproximadamente 30% - e 317 estrangeiros. Apesar da proporção ainda ser desfavorável à produção nacional, é possível perceber um notável crescimento em relação a 2002, quando os filmes brasileiros representavam apenas 15% dos filmes exibidos no país. Ou seja, a porcentagem de filmes brasileiros exibidos em relação aos estrangeiros quase dobrou em 13 anos, marcados tanto por políticas nacionais, quanto regionais de fomento ao cinema local.

Gráfico 21 e 22 - Participação Exibições no Brasil 2002 e 2015



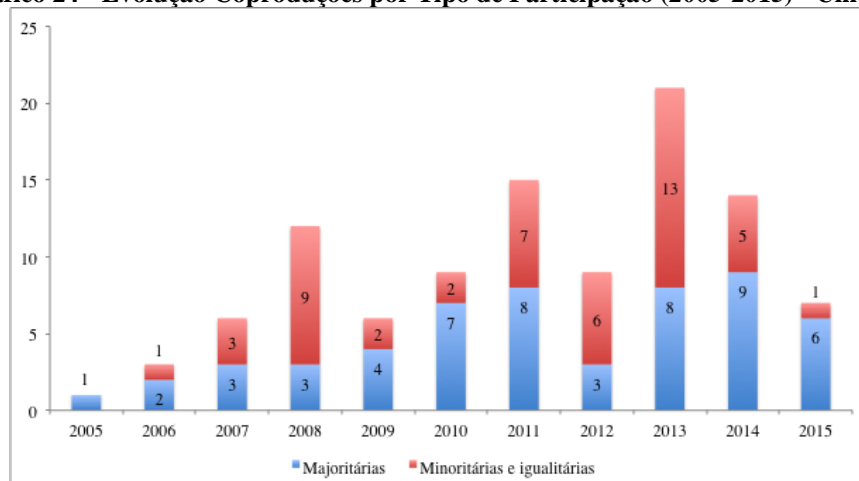
Fonte: OCA (2016). Elaboração própria.

Avaliando mais a fundo a nacionalidade dos filmes exibidos, é possível notar que a participação dos países ibero-americanos no Brasil não sofreu grandes alterações ao longo dos anos, conforme o gráfico a seguir demonstra. Os filmes ibéricos e latino-americanos representaram pouco mais que 6% do total em 2015, um valor pouco expressivo no total exibido. Por fim, o grande aumento no número de filmes de outras nacionalidades se deu principalmente pelo crescimento na quantidade de produções europeias exibidas no país. A pequena participação de filmes ibero-americanos no mercado brasileiro reitera a já mencionada falta de alcance das políticas regionais no setor de distribuição e exibição (VILLAZANA, 2007).

Gráfico 23 - Evolução Filmes Exibidos por Nacionalidade (2009-2015) - Unidades

Fonte: OCA (2016). Elaboração própria.

Enquanto questão central dos mecanismos integracionistas e sendo o Brasil o segundo maior financiador do Ibermedia e um dos maiores na Recam, a coprodução aparece como uma temática essencial para compreender o mercado de cinema brasileiro (AZULAY, 2007). O país sempre apresentou um número relativamente grande de coproduções e na maior parte dos anos teve um papel majoritário nessas. Apesar da grande variação entre os anos, houve uma tendência positiva nas coproduções majoritárias. Tal resultado, assim como no caso espanhol, pode se dever tanto da importância de sua indústria cinematográfica na região, quanto pelas políticas de integração que incentivam a coprodução.

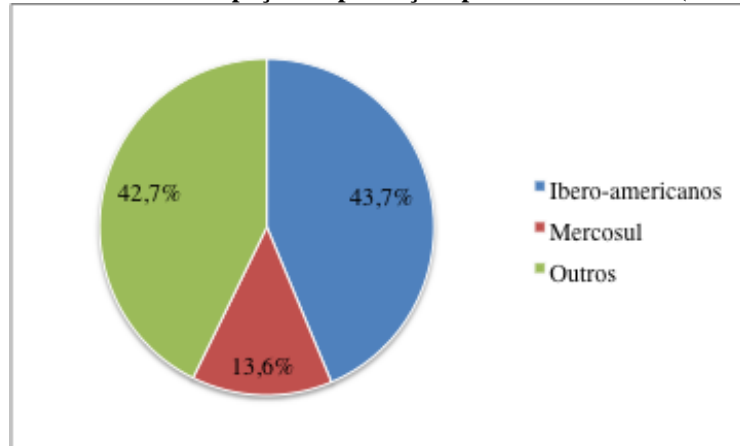
Gráfico 24 - Evolução Coproduções por Tipo de Participação (2005-2015) - Unidades

Fonte: OCA (2016). Elaboração própria.

A importância da região no total de coproduções apresentado é marcante. Em 2015 as parcerias com países ibero-americanos e mercosulenhos representaram mais que a metade das coproduções lançadas. Esse número apresentou uma trajetória crescente desde 2005,

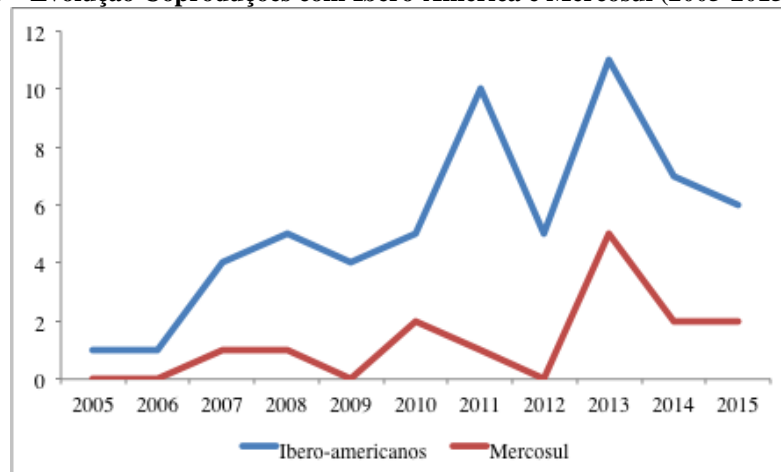
estimulados pelos programas antes mencionados. No Gráfico 26 fica claro que as parcerias com países ibero-americanos cresceu de forma mais acentuada do que com os países-membros do Mercosul, refletindo maiores resultados de programas como o Ibermedia frente os programas promovidos pela Recam.

Gráfico 25 - Participação Coproduções por Nacionalidade (2015)



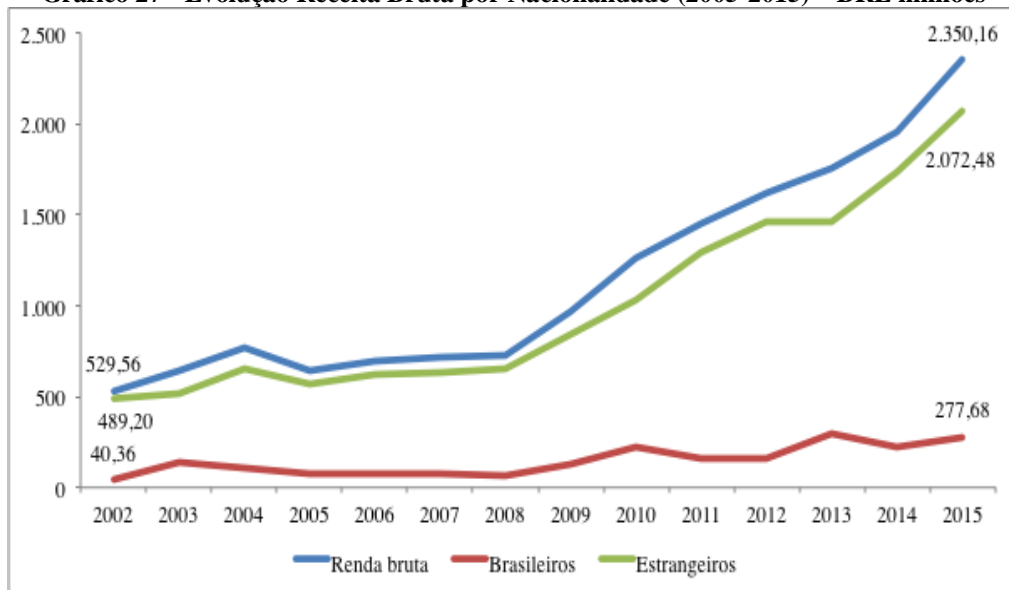
Fonte: OCA (2016). Elaboração própria.

Gráfico 26 – Evolução Coproduções com Ibero-América e Mercosul (2005-2015) - Unidades



Fonte: OCA (2016). Elaboração própria.

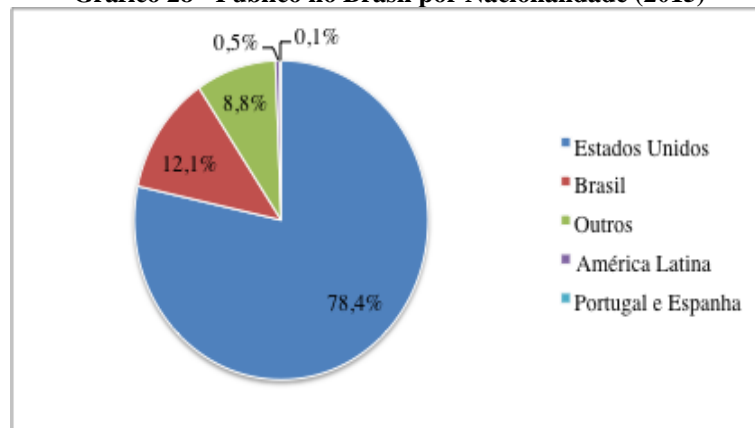
Quanto a receita bruta dos filmes exibidos, vê-se que a diferença em pontos percentuais na participação de obras nacionais e estrangeiras variou sutilmente desde 2002. A renda bruta total em 2015 foi de R\$ 2,3 bilhões dos quais 88% eram referentes a filmes estrangeiros. No Gráfico 27 é possível perceber que a renda bruta de filmes, principalmente estrangeiros, cresceu de forma acentuada a partir de 2008. A renda para produções nacionais, entretanto, permaneceu em uma trajetória ascendente mais tímida. Isso reflete o baixo consumo de produções nacionais, ainda que existam diversos incentivos ao setor (VILLAZANA, 2007).

Gráfico 27 - Evolução Receita Bruta por Nacionalidade (2005-2015) – BRL milhões

Fonte: OCA (2016). Elaboração própria.

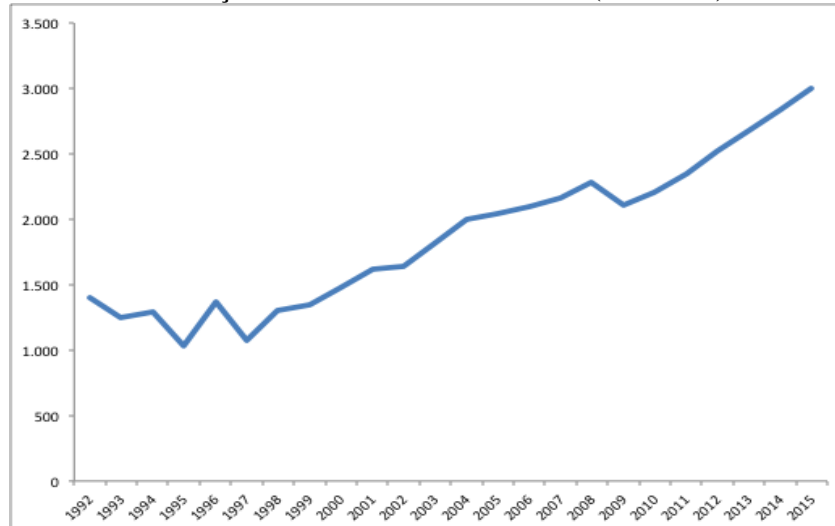
Indo ao encontro do que foi exposto anteriormente, o público de cinema cresceu a uma taxa média de 5% ao ano desde 2002 e foi acompanhado por um crescimento análogo na venda de ingressos para filmes estrangeiros. O crescimento no número de entradas vendidas para obras brasileiras foi superior – aproximadamente 9% ao ano –, mas a sua participação no total ainda se encontra em níveis muito inferiores. Ou seja, apesar do consumo de filmes estar se ampliando no país, ainda é muito concentrado em produções estrangeiras – e majoritariamente norte-americanas. As políticas direcionadas à indústria cinematográfica, ultrapassada a fase de fomento à produção local, devem empenhar-se em ampliar o consumo de filmes regionais (VILLAZANA, 2007).

A seguir é possível avaliar a composição por nacionalidade dos ingressos vendidos em 2015. Aproximadamente 80% do público se destinou a filmes produzidos nos Estados Unidos, mesmo que se tenha notado uma tendência positiva no número de exhibições de outros países. Houve, no entanto, um crescimento pungente nos espectadores de filmes latino-americanos, crescendo a uma média de mais de 30% ao ano. Apesar dessa tendência positiva, os filmes latinos ainda não possuem uma posição forte no mercado nacional – não somam 1% do total.

Gráfico 28 - Público no Brasil por Nacionalidade (2015)

Fonte: OCA (2016). Elaboração própria.

Por fim, é preciso analisar o parque exibidor do mercado cinematográfico. O número de salas de exibição respondeu ao maior mercado consumidor brasileiro para filmes, crescendo continuamente a partir de 1997 e quase duplicando-se em 2015. Esse resultado positivo também é consequência de programas como o Rede de Salas Digitais, criado no âmbito do Mercosul e visto no capítulo anterior. Tal crescimento não foi acompanhado por um aumento no número de complexos cinematográficos, uma vez que se expandiu o conceito de salas *multiplex* ao redor do mundo.

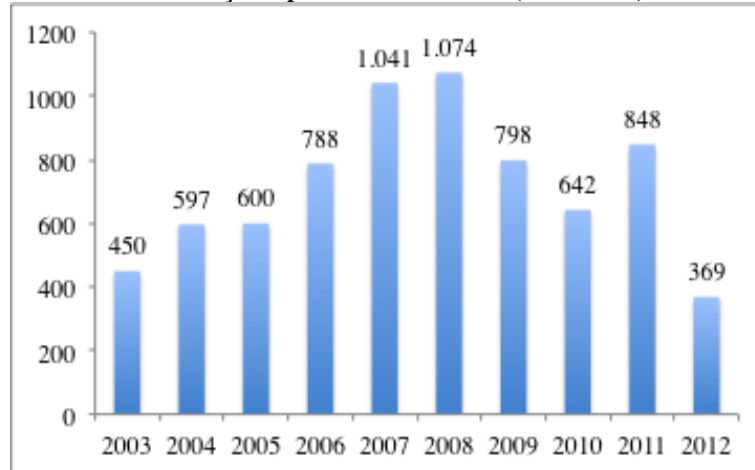
Gráfico 29 – Evolução Número de Salas de Cinema (1992-2015) - Unidades

Fonte: OCA (2016). Elaboração própria.

Conforme visto ao longo da monografia, o Brasil sempre se mostrou favorável à criação de políticas regionais para a integração cultural e foi um dos maiores apoiadores dos fundos criados. A seguir, é possível analisar o montante que o país disponibilizou para o programa Ibermedia entre 2003 e 2012 e o retorno oferecido pelo programa. O apoio

brasileiro apresentou uma tendência de crescimento até 2008, atingindo a cifra de USD 1,1 milhão no final da primeira década de vigência do programa, e, posteriormente, passou a apresentar um decréscimo no valor aportado.

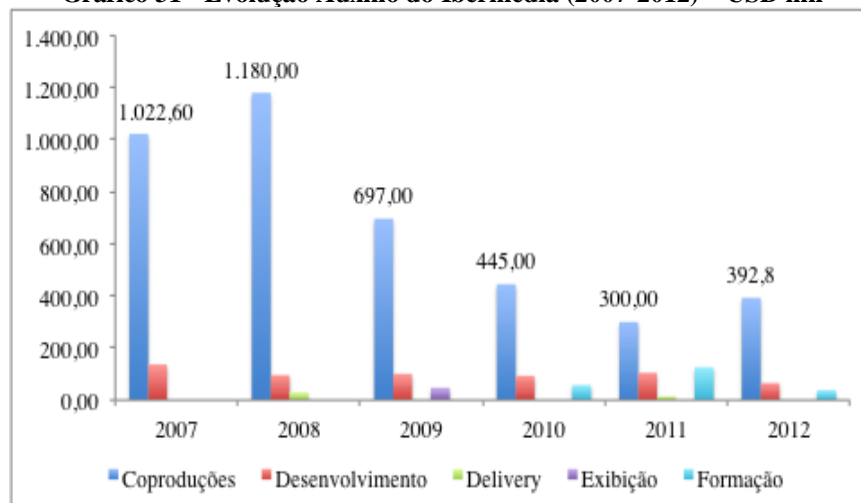
Gráfico 30 – Evolução Aporte ao Ibermedia (2003-2012) – USD mil



Fonte: OCA (2016). Elaboração própria.

A participação do Brasil no fundo acabou gerando bons resultados para a cinematografia nacional. O programa Ibermedia foi responsável por apoiar projetos na área de coprodução, no desenvolvimento de filmes e na formação de capital humano. O ano de 2008 se destaca uma vez que representou o período em que maiores recursos foram cedidos e captados pelo programa. Em concordância com o exposto ao longo da monografia, os aportes a coproduções superaram qualquer outra atividade dado o enfoque que é destinado a esta no âmbito regional.

Gráfico 31 - Evolução Auxílio do Ibermedia (2007-2012) – USD mil



Fonte: OCA (2016). Elaboração própria.

Em resumo, vimos uma melhora constante do cinema nacional e regional no mercado brasileiro, apesar de ainda representarem uma pequena parcela do mercado. As políticas regionais apresentadas demonstraram alguns resultados, ainda bastante incipientes, no sentido de universalizar e diversificar o cinema brasileiro (AZULAY, 2007). Para se alcançar uma maior expressão cultural ibero-americana e mercosulenha são necessários esforços ainda maiores por parte dos Estados, ultrapassando a retórica política e partindo para mais ações práticas, principalmente na área de distribuição e exibição. Nesse sentido, retoma-se o posicionamento de Gatti (2007) de que:

A simples manufatura de filmes não é o único e suficiente alicerce para se construir um verdadeiro projeto industrial: para a sobrevivência da atividade, necessariamente, deve-se integrar a produção e a circulação da mercadoria cinematográfica com a finalidade de se formar um sistema que absorva tal conjunto de obras audiovisuais (GATTI, 2007),

O cinema brasileiro, impulsionado tanto por políticas nacionais e regionais, possui um diagnóstico bastante semelhante ao caso espanhol. Os programas ibero-americanos apresentaram maiores resultados do que aqueles promovidos pelo Mercosul nas coproduções realizadas. No entanto, destaca-se a importância da Rede de Salas Digitais em ampliar o número de salas disponíveis em território nacional ao longo dos anos. Em ambos os casos as políticas priorizam a produção de cinema nacional e os esforços no setor distributivo e de formação de público se mostraram insuficientes, sendo esses essenciais para a manutenção da produção a longo prazo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir dos dados demonstrados nesta monografia, foi possível identificar que, mesmo com os inúmeros programas e políticas de contraposição à hegemonia norte-americana no mercado cinematográfico, esta se mantém de forma indubitável no mundo ocidental. Isso se dá principalmente em relação ao público de cinema, sempre fiel às grandes produções Hollywoodianas. Tal preferência pode ser explicada pelo baixo *cultural discount* das produções, pelo alto valor investido em efeitos visuais e sonoros, assim como pelo uso de atores reconhecidos internacionalmente.

Os mecanismos de integração regionais, de grande relevância política e econômica para os países, possuíram um papel significativo no sentido de reduzir a magnitude dessa hegemonia. Foi possível notar ao longo dos anos uma diminuição na participação de obras norte-americanas no total de filmes produzidos e exibidos e no público de cinema – o último sendo afetado em menor grau que o primeiro. Isso se deu pelo conjunto de políticas nacionais e regionais que atuaram buscando resistir às tendências globais de manutenção do *status quo*.

Sem dúvida a introdução de temas como a cultura no âmbito integracionista foi essencial para a estruturação dos setores culturais nos países de menor porte e ao aumento da relevância que é dada à indústria cinematográfica nos países-membros. A cultura, e mais especificamente o setor audiovisual, não só traz benefícios econômicos para os países como também políticos, uma vez que promove sua visibilidade no mundo. Conforme já fora mencionado, a criação de mecanismos de integração com o objetivo de contrabalancear a hegemonia e promover a região no mercado cinematográfico é, por si só, de grande importância política. Cabe avaliar, no entanto, os reais efeitos dessas no mercado interno.

Ao estudar os casos da Espanha e do Brasil foi possível identificar algumas questões comuns. A primeira delas sendo a produção de cinema nacional que cresceu ao longo dos anos, mas esta pode ser resultado tanto de mecanismos nacionais, quanto regionais. Houve um aumento simultaneamente nas exibições de filmes regionais, o que demonstra de certa forma os efeitos positivos dessas políticas. Se destaca, por fim, as coproduções como aquelas que mais apresentaram resultados em ambos os países. Além das regiões em que estão inseridos serem tradicionalmente os espaços em que se busca parcerias para a produção de filmes, elas cresceram em participação ao longo dos anos. Logo, os programas aqui estudados apresentaram um retorno real nesse aspecto, principalmente o Ibermedia.

No caso Espanhol, cabe ainda ressaltar que os programas da União Europeia não apresentaram retornos tão positivos quanto os da Organização dos Estados Ibero-americanos,

uma vez que a participação dos primeiros não cresceu de forma tão acentuada quanto os países latino-americanos. Isso pode ser resultado do enfoque que é dado em cada mecanismo às questões aqui estudadas. Ao analisar as atas de reuniões da Diretiva de Serviços de Comunicação Audiovisual foi possível notar sua tendência maior ao trato de questões relativas à televisão e à formação de um patrimônio regional audiovisual em detrimento de novas produções. Isso se resulta do fato de a região já possuir uma indústria consolidada no cinema, apesar de não-hegemônica. O Ibermedia e a Recam, no entanto, centram seus esforços na produção de filmes e na estruturação da indústria cinematográfica regional, ainda incipientes na América Latina. A Recam mostrou resultados principalmente na ampliação do número de salas no caso brasileiro com o programa Rede de Salas Digitais.

Por fim, ao partir para a análise do consumo de cinema local o resultado não se mostra tão positivo. Em ambos países o consumo de cinema nacional aumentou, fruto de políticas nacionais como as cotas de tela, principalmente. No entanto, não se verificou com a mesma intensidade o aumento no consumo de filmes produzidos nos países-membros dos blocos em que estão inseridos. Tal fato demonstra que esses mecanismos, apesar de sua importância política e do fomento à produção nacional, são insuficientes em se tratando da distribuição e do consumo dos filmes produzidos.

Para poder avançar nesse sentido e criar uma indústria cinematográfica forte e consolidada na região com capacidade de competir no mercado externo, é necessário gerar programas que abranjam todo o espectro da indústria cinematográfica, desde a produção até o consumo final. Foram vistas algumas iniciativas objetivando a formação de público nos blocos, portanto é necessário revisitá-las e ampliá-las para que se alcance os objetivos esperados. Além disso, é necessário estudar a criação de novo programas, com diferentes escopos e formas de atuação, a serem concebidos no interior desses blocos integracionistas.

É preciso ressaltar que o presente estudo diz respeito a apenas uma forma de consumo do cinema – as salas de cinema tradicionais. Com o surgimento de novas ferramentas e pelo avanço nas telecomunicações será necessário, no futuro, avaliar como se dá o avanço do consumo de filmes nacionais nessas novas plataformas. Inclusive, sendo essas uma possível forma de fortalecer a cinematografia nacional e avançar no que se refere à distribuição.

Se possui, portanto, uma análise inicial de que tais mecanismos apresentaram resultados positivos do lado da oferta de filmes, uma vez que se centram majoritariamente na coprodução e esta apresentou resultados ao longo dos anos. No entanto, seria essencial que os investimentos e esforços nesse sentido não cessem ou diminuam. Dessa forma tais mecanismos poderão ir além da produção, apoiando também a distribuição e a formação de

público, de forma a auxiliar na formação de uma indústria cinematográfica nacional mais forte e competitiva em todos nos países que os integram.

REFERÊNCIAS

AZULAY, Jom Tob. Por uma Política Cinematográfica Brasileira para o Século XXI. In: MELEIRO, Alessandra (Org.). **Cinema no Mundo: Indústria, Política e Mercado**. V. 2. São Paulo: Escrituras Editora, 2007. p. 65-96.

BAUMANN, Renato; CANUTO, Otaviano; GONÇALVES, Reinaldo. **Economia Internacional: teoria e experiência brasileira**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2004.

BONET, Lluís. Industriais culturais e desenvolvimento na Ibero-América: antecedentes para um debate. In: CANCLINI, Néstor García (Coord.). **Culturas da Ibero-américa: Diagnósticos e propostas para seu desenvolvimento**. Madrid: Organización de Estados Iberoamericanos (oei), 2002. Cap. 2.2. p. 263-292.

Conferencia de Autoridades Cinematográficas de Iberoamérica (CACI), IV, 1997, Caracas. **IV Reunion Ordinaria de la Conferencia de Autoridades Cinematográficas de Iberoamérica**. 1997. Disponível em: <http://www.caaci.int/files/other/23/1997_07_IV_Reunion_Ordinaria.pdf>. Acesso em: 23 out. 2016.

_____. VIII, 1999, Cartagena de Indias. **VIII Reunion Ordinaria de la Conferencia de Autoridades Cinematográficas de Iberoamérica**. 1999. Disponível em: <http://www.caaci.int/files/other/27/1999_11_VIII_Reunion_Ordinaria.pdf>. Acesso em: 23 out. 2016.

_____. XIII, 2004, Santiago de Compostela. **XIII Reunion Ordinaria de la Conferencia de Autoridades Cinematográficas de Iberoamérica**. 2004a. Disponível em: <http://www.caaci.int/files/other/35/2004_05_XIII_Reunion_Ordinaria.pdf>. Acesso em: 23 out. 2016.

_____. IV, 2004, Tavira. **Reunion Extraordinaria de la Conferencia de Autoridades Cinematográficas de Iberoamérica**. 2004b. Disponível em: <http://www.caaci.int/files/other/36/2004_11_Reunion_Extraordinaria.pdf>. Acesso em: 23 out. 2016.

_____. XVII, 2008, Montevideo. **Reunion Extraordinaria de la Conferencia de Autoridades Cinematográficas de Iberoamérica**. 2008. Disponível em: <http://www.caaci.int/files/other/45/2008_11_XVII_Reunion_Extraordinaria.pdf>. Acesso em: 23 out. 2016.

_____. XVIII, 2009, Santo Domingo. **XVIII Reunion Ordinaria de la Conferencia de Autoridades Cinematográficas de Iberoamérica**. 2009. Disponível em: <http://www.caaci.int/files/other/46/2009_07_XVIII_Reunion_Ordinaria.pdf>. Acesso em: 23 out. 2016.

CAIN, Rob. India's Film Industry: A \$10 Billion Business Trapped In A \$2 Billion Body. **Forbes**. New York. 23 out. 2015. Disponível em: <<http://www.forbes.com/sites/robcairn/2015/10/23/indias-film-industry-a-10-billion-business-trapped-in-a-2-billion-body/#4a535a2e1005>>. Acesso em: 24 set. 2016.

CANO, Luis. Aquí antes había un cine: salas cerradas en Madrid. **Abc Madrid**. Madrid. 05 maio 2016. Disponível em: <http://www.abc.es/espana/madrid/abci-aqui-antes-habia-cine-salas-cerradas-madrid-201605052309_noticia.html>. Acesso em: 24 set. 2016.

CHAPMAN, James. **Cinemas of the World: Film and Society from 1895 to the Present**. London: Reaktion Books Ltd, 2003.

CRUSAFON, Carmina. La política audiovisual del MERCOSUR y la influencia del modelo europeo. **Cuadernos de Información**, Santiago, v. 25, n. , p.93-104, jul. 2009. Semestral. Disponível em: <<http://www.cuadernos.info/index.php/CDI/article/view/50/47>>. Acesso em: 23 out. 2016.

EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY (EAO). **Box office down in the European Union in 2013 but first quarter of 2014 shows promise**. 09 maio 2014b. Disponível em: <<http://www.obs.coe.int/en/-/pr-cannes-2014-cinema-market-trends-2013;jsessionid=A9F5D69EB74617D9C685059400DBE2A9>>. Acesso em: 24 set. 2016.

_____. **Cinema admissions in the European Union down by 4.1% in 2013**. 14 fev. 2014a. Disponível em: <<http://www.obs.coe.int/en/-/pr-berlinale-2014>>. Acesso em: 24 set. 2016.

_____. **Focus 2016: World Film Market Trends**. Paris: Marché du film / Festival de Cannes, 2016.

FARIA, Luiz Augusto Estrella. **A Chave do Tamanho: Desenvolvimento econômico e perspectivas do Mercosul**. Porto Alegre: Editora da Ufrgs, 2004.

GATTI, André. O mercado cinematográfico brasileiro: uma situação global? In: MELEIRO, Alessandra (Org.). **Cinema no Mundo: Indústria, Política e Mercado**. V. 2. São Paulo: Escrituras Editora, 2007. p. 99-142.

GETINO, Octavio. As cinematografias da América Latina e do Cariba: Indústria, Produção e Mercados. In: MELEIRO, Alessandra (Org.). **Cinema no Mundo: Indústria, Política e Mercado**. V. 2. São Paulo: Escrituras Editora, 2007. p. 23-62.

GILPIN, Robert. **Global political economy: understanding the international economic order**. Princeton: Pinceton University Press, 2001.

GOMERY, Douglas. The Rise of Hollywood: The Hollywood Studio System. In: NOWELL-SMITH, Geoffrey (Ed.). **The Oxford History of World Cinema**. New York: Oxford University Press Inc., 1996. p. 43-53.

MALVANIA, Urvi. Coming soon: Multiplex boom across India. **Business Standard**. Mumbai. 11 fev. 2015. Disponível em: <http://www.business-standard.com/article/companies/coming-soon-multiplex-boom-across-india-115021101507_1.html>. Acesso em: 24 set. 2016.

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (MECD). **Anuario de Cine ICAA 2002-2015**. s.l., 2016. Disponível em: <<http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/cine/mc/anuario-cine/anuarios/>>. Acesso em: 12 nov. 2016.

MCMURRIA, John. Hollywood co-produzindo. In: MELEIRO, Alessandra (Org.). **Cinema no mundo: indústria, política e mercado**. V. 4. São Paulo: Escrituras Editora, 2007. p. 53-118.

NOWELL-SMITH, Geoffrey. General Introduction. In: NOWELL-SMITH, Geoffrey (Ed.). **The Oxford History of World Cinema**. New York: Oxford University Press Inc., 1996a. p. xix-xxi.

NOWELL-SMITH, Geoffrey. Introduction. In: NOWELL-SMITH, Geoffrey (Ed.). **The Oxford History of World Cinema**. New York: Oxford University Press Inc., 1996b. p. 3-5.

Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (OCA). **Dados de Mercado**. Rio de Janeiro, 2016. Disponível em: <<http://oca.ancine.gov.br/dados-mercado.htm>>. Acesso em: 13 nov. 2016.

Organización de Estados Iberoamericanos (OEI). **Reglamento de la OEI**. 1985. Disponível em: <<http://oei.org.br/regulamento/>>. Acesso em: 23 out. 2016.

_____. **¿Qué es la OEI?**. 2016. Disponível em: <<http://oei.org.br/oeibrasil/>>. Acesso em: 23 out. 2016.

PARDO, Alejandro. A Indústria Cinematográfica na Espanha: reconquistando o mercado doméstico e em direção à internacionalização. In: MELEIRO, Alessandra (Org.). **Cinema no Mundo: Indústria, Política e Mercado**. V. 5. São Paulo: Escrituras Editora, 2007a. p. 141-184.

_____. Introdução. In: MELEIRO, Alessandra (Org.). **Cinema no Mundo: Indústria, Política e Mercado**. V. 5. São Paulo: Escrituras Editora, 2007b. p. 17-30.

PEARSON, Roberta. Early Cinema. In: NOWELL-SMITH, Geoffrey (Ed.). **The Oxford History of World Cinema**. New York: Oxford University Press Inc., 1996a. p. 13-23.

_____. Transitional Cinema. In: NOWELL-SMITH, Geoffrey (Ed.). **The Oxford History of World Cinema**. New York: Oxford University Press Inc., 1996b. p. 23-42.

RAPOPORT, Mario; MUSACCHIO, Andrés (Coord.). **La Comunidad Europea y el Mercosur: una evaluación comparada**. Buenos Aires: Fihs, 1993.

Reunion Especializada de Autoridades Cinematográficas y Audiovisuales (RECAM), I, 2004, Mar del Plata. **I Reunion Ordinaria de la Reunion Especializada de Autoridades Cinematográficas y Audiovisuales**. 2004a. Disponível em: <http://www.recam.org/_files/documents/acta_i_reunionordinariarecam.pdf>. Acesso em: 23 out. 2016.

_____. **Programa de Trabalho 2004**. 2004b. Disponível em: <http://www.recam.org/_files/documents/protrabajo2004_port.pdf>. Acesso em: 23 out. 2016.

_____. II, 2004, Buenos Aires. **II Reunion Ordinaria de la Reunion Especializada de Autoridades Cinematográficas y Audiovisuales**. 2004c. Disponível em: <http://www.recam.org/_files/documents/acta_ii_reunionordinariarecam.pdf>. Acesso em: 23 out. 2016.

_____. IV, 2004, São Paulo. **IV Reunion Ordinaria de la Reunion Especializada de Autoridades Cinematograficas y Audiovisuales.** 2004d. Disponível em: <http://www.recam.org/_files/documents/acta_iv_reunionordinariarecam.pdf>. Acesso em: 23 out. 2016.

_____. V, 2005, Asunción. **V Reunion Ordinaria de la Reunion Especializada de Autoridades Cinematograficas y Audiovisuales.** 2005. Disponível em: <http://www.recam.org/_files/documents/acta_v_reunionordinariarecam.pdf>. Acesso em: 23 out. 2016.

_____. VIII, 2006, Rio de Janeiro. **VIII Reunion Ordinaria de la Reunion Especializada de Autoridades Cinematograficas y Audiovisuales.** 2006. Disponível em: <http://www.recam.org/_files/documents/acta_viii_reunionordinariarecam.pdf>. Acesso em: 23 out. 2016.

_____. **Programa de Trabalho 2007.** 2007a. Disponível em: <http://www.recam.org/_files/documents/progrtrabajo2007_port.pdf>. Acesso em: 23 out. 2016.

_____. XI, 2007, Montevideo. **XI Reunion Ordinaria de la Reunion Especializada de Autoridades Cinematograficas y Audiovisuales.** 2007b. Disponível em: <http://www.recam.org/_files/documents/acta_xireunionordinariarecam.pdf>. Acesso em: 23 out. 2016.

_____. **Programa de Trabalho 2008.** 2008a. Disponível em: <http://www.recam.org/_files/documents/progrtrabajo2008_port.pdf>. Acesso em: 23 out. 2016.

_____. XII, 2008, Buenos Aires. **XII Reunion Ordinaria de la Reunion Especializada de Autoridades Cinematograficas y Audiovisuales.** 2008b. Disponível em: <http://www.recam.org/_files/documents/acta_xii_ro_recam.doc.pdf>. Acesso em: 23 out. 2016.

_____. **Programa de Trabalho 2009.** 2009a. Disponível em: <http://www.recam.org/_files/documents/progrtrabajo2009_port.pdf>. Acesso em: 23 out. 2016.

_____. XIV, 2009, Asunción. **XIV Reunion Ordinaria de la Reunion Especializada de Autoridades Cinematograficas y Audiovisuales.** 2009b. Disponível em: <http://www.recam.org/_files/documents/acta_xiv_recam.doc.pdf>. Acesso em: 23 out. 2016.

_____. XXVI, 2015, Asunción. **XXVI Reunion Ordinaria de la Reunion Especializada de Autoridades Cinematograficas y Audiovisuales.** 2015. Disponível em: <http://www.recam.org/_files/documents/acta_xxvi_recam.pdf>. Acesso em: 23 out. 2016.

_____. XXVII, 2016, Montevideo. **XXVII Reunion Ordinaria de la Reunion Especializada de Autoridades Cinematograficas y Audiovisuales.** 2016. Disponível em: <http://www.recam.org/_files/documents/acta_recam_xxvii.pdf>. Acesso em: 23 out. 2016.

REDACCIÓN AV451. La inversión publicitaria en las salas de cine españolas cayó otro 10 por ciento en 2013. **Audiovisual 451.** 26 fev. 2014. Disponível em:

<<http://www.audiovisual451.com/la-inversion-publicitaria-en-las-salas-de-cine-espanolas-cayo-otro-10-por-ciento-en-2013/>>. Acesso em: 24 set. 2016.

STAVENHAGEN, Rodolfo. Cultos, incultos e ocultos: as novas identidades Latino-Americanas. In: CANCLINI, Néstor García (Coord.). **Culturas da Ibero-américa: Diagnósticos e propostas para seu desenvolvimento**. Madrid: Organización de Estados Iberoamericanos (oei), 2002. Cap. 1. p. 31-53.

TORRENT, Ramón. Un marco analítico para los procesos de integración regional: los instrumentos y las dimensiones de la IER. In: BERLINSKI, Julio et al (Coord.). **15 años de Mercosur: Comercio, Macroeconomía e Inversiones Extranjeras**. Montevideo: Zonalibro, 2006. Cap. 1. p. 13-33.

UNIÃO EUROPEIA (UE). **Audiovisual Media Services Directive (AVMSD)**. 2016a.

Disponível em:

<http://ec.europa.eu/archives/information_society/avpolicy/reg/tvwf/index_en.htm>. Acesso em: 23 out. 2016.

_____. **Cinema**. 2016b. Disponível em:

<http://ec.europa.eu/archives/information_society/avpolicy/reg/cinema/index_en.htm>. Acesso em: 23 out. 2016.

_____. **ERGA - Audiovisual Regulators**. 2016c. Disponível em: <

<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/audiovisual-regulators>>. Acesso em: 23 out. 2016.

_____. **MEDIA Programme (2007-2013)**. 2016d. Disponível em:

<http://ec.europa.eu/culture/tools/media-programme_en.htm>. Acesso em: 23 out. 2016.

VASEY, Ruth. The World-Wide Spread of Cinema. In: NOWELL-SMITH, Geoffrey (Ed.). **The Oxford History of World Cinema**. New York: Oxford University Press Inc., 1996. p. 53-62.

VERRIER, Richard. China is on track to surpass U.S. as world's biggest movie market by 2017. **Los Angeles Times**. Los Angeles. 05 nov. 2015. Disponível em:

<<http://www.latimes.com/entertainment/envelope/cotown/la-et-ct-china-growth-20151105-story.html>>. Acesso em: 24 set. 2016.

VILLAZANA, Libia. Iniciativas Sinérgicas de Co-produção, Distribuição e Exibição no Cinema Latino-americano. In: MELEIRO, Alessandra (Org.). **Cinema no Mundo: Indústria, Política e Mercado**. V. 2. São Paulo: Escrituras Editora, 2007. p. 175-196.

WASKO, Janet. Por que Hollywood é global? In: MELEIRO, Alessandra (Org.). **Cinema no Mundo: Indústria, Política e Mercado**. V. 4. São Paulo: Escrituras Editora, 2007. p. 29-50.

WEFFORT, Francisco. Da história comum ao mercado compartilhado. In: CANCLINI, Néstor García (Coord.). **Culturas da Ibero-américa: Diagnósticos e propostas para seu desenvolvimento**. Madrid: Organización de Estados Iberoamericanos (oei), 2002. Cap. 2. p. 211-218.

YÚDICE, George. Ata. In: CANCLINI, Néstor García (Coord.). **Culturas da Ibero-américa:** Diagnósticos e propostas para seu desenvolvimento. Madrid: Organización de Estados Iberoamericanos (oei), 2002. Cap. 2.2. p. 293-309.