

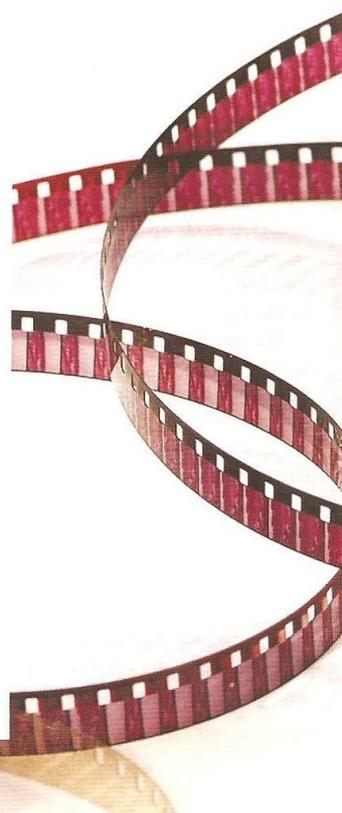
Cinema

Novos dados indicam os possíveis caminhos para um aumento na produção nacional e a ampliação no mercado internacional

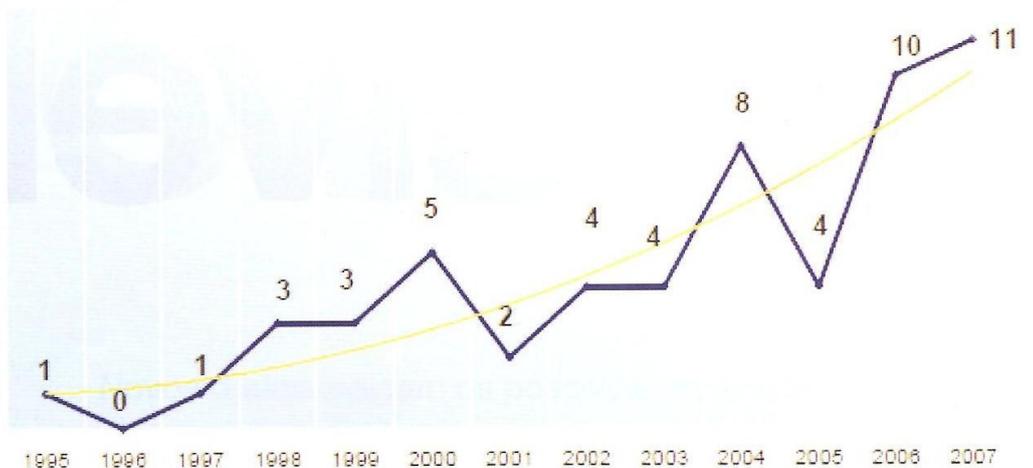
Como se sabe, as agências reguladoras no Brasil, durante os anos da presidência de Fernando Henrique Cardoso, foram implementadas em uma tentativa de transformar o Estado e a economia do país por meio da criação de um regime regulatório que inaugurou uma ampla reforma no Estado brasileiro. As agências reguladoras foram criadas como forma de manter algum controle do Estado sob determinados setores da economia, que gradativamente passavam para as mãos do capital privado.

Nesse contexto, a criação da Agência Nacional do Cinema (Ancine), em setembro de 2001, poderia ser entendida como uma volta à fiscalização do mercado cinematográfico no Brasil, após mais de dez anos em que o país passou sem dados concretos sobre os reais valores que o setor movimentou, especialmente nas áreas de distribuição e exibição. Nesta reorganização institucional, não só a criação das agências era necessária, como também a ingerência política do presidente da República na indicação dos diretores e diretores-presidentes de cada uma das agências.

A preponderância do Executivo nesse processo talvez possa explicar a política de esvaziamento das funções da Ancine durante o primeiro mandato do governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva e como a agência ganhou poder ao longo dos anos, principalmente no segundo mandato de Lula, depois que o cineasta Gustavo Dahl deixou o cargo de presidente da Ancine, em dezembro de 2006. Dahl havia sido indicado por FHC para ser o presidente da agência logo após sua criação e foi substituído por Manoel Rangel.



Coproduções internacionais realizadas pelo Brasil



- Transcorrida quase uma década da criação da Ancine – e após uma tentativa do governo Lula de criar, em 2004, a Agência Nacional do Audiovisual (Ancinav), que daria ao Estado o poder de regular não apenas o cinema, mas todos os setores da atividade audiovisual no Brasil – ações essenciais para o desenvolvimento do mercado cinematográfico brasileiro continuam sendo desenvolvidas por uma empresa privada, a Filme B, e não pelo Estado. Entre essas ações estão a sistematização de números e cifras do mercado distribuidor e exibidor nacional, o dimensionamento do volume de negócios do setor ou análises de dados de mercado do cinema brasileiro, seja no Brasil, seja no exterior.

Foi também durante o segundo mandato de FHC, pouco antes da criação da Ancine, que o Brasil viu nascer, em 1999, a atual Secretaria do Audiovisual (SAV). Analisando a medida provisória 2.228-1, de 6 de setembro de 2001, que instituiu a criação da Ancine, e o decreto nº 6.835, de 30 de abril de 2009, que determina as competências da SAV, é fácil observar as sobreposições de competência entre os dois órgãos, ambos ligados ao Ministério da Cultura. Dentre estas sobreposições, encontra-se a responsabilidade sobre a internacionalização do cinema brasileiro – o que pode acabar dificultando a expansão das fronteiras cinematográficas brasileiras justamente pela tensão das relações institucionais internas.

Coproduções internacionais

No Brasil, os acordos de coprodução internacional resultam do trabalho do Departamento Cultural do Ministério das

“Basta agora que as funções relacionadas à internacionalização do cinema brasileiro tornem-se claras (...) para todo o campo cinematográfico brasileiro, sejam elas desenvolvidas pela Ancine ou pela SAV, independentemente de qualquer sobreposição de funções que possa haver entre os dois órgãos federais”

Relações Exteriores junto a entidades públicas e autarquias de fomento ao setor, como a SAV e a Ancine. Iniciativas como essas, no campo da política internacional, deram-se a partir do momento em que se reconheceu o audiovisual como importante instrumento para a diplomacia cultural. O governo Lula, desde o primeiro mandato, vem adotando políticas para estimular coproduções através da expansão das relações institucionais entre institutos e de acordos bilaterais ou multilaterais.

Para citar um recente exemplo, o Senado aprovou, em setembro de 2009, um acordo de coprodução audiovisual entre Brasil e Índia. O acordo regulamenta, entre outras medidas, o percentual de cotas de participação financeira na coprodução e a linguagem a ser utilizada na obra audiovisual. Ou seja, cria condições institucionais para facilitar a cooperação entre os produtores brasileiros e o setor audiovisual indiano.

Como mostra o gráfico, o fenômeno das coproduções no Brasil pode ser considerado recente, e vem aumentando nos últimos dez anos. Existe uma tendência para que as co-

produções cinematográficas tornem-se o principal modelo de viabilização das produções no futuro. Isto porque, geralmente, é a única estratégia que permite a produtores acumularem orçamentos para produzirem filmes que possam efetivamente competir no mercado internacional.

O filme *Jean Charles*, que estreou no Brasil em 2009, dirigido pelo brasileiro Henrique Goldman, é um exemplo. Com produção-executiva de Stephen Frears, o longa-metragem não contou com o apoio de um acordo de coprodução formal entre os dois países – por isso trata-se de uma “coprodução sem acordo”. O modelo de financiamento do filme *Jean Charles* evidencia que, a partir de certa dimensão de produção, é quase impossível para o cinema brasileiro viabilizar-se somente com o mercado (e financiamento) interno.

No entanto, também evidencia que a ampliação dos instrumentos legais de coproduções internacionais hoje existentes pode garantir a legalização do fluxo de financiamentos – isso porque um acordo formal entre Brasil e Inglaterra criaria procedimentos para a padronização de questões tributárias e jurídicas enfrentadas ▶



O filme *Jean Charles* (2009), com produção-executiva de Stephen Frears, fortaleceu a relação institucional entre a Ancine e UK Film Council

“(…) o Senado aprovou, em setembro de 2009, um acordo de coprodução audiovisual entre Brasil e Índia. O acordo regulamenta, entre outras medidas, o percentual de cotas de participação financeira na coprodução e a linguagem a ser utilizada na obra audiovisual (…)”

► durante a produção – além de possibilitar a ocupação de mercados no exterior.

O filme coproduzido pela Inglaterra pode ser considerado um balão de ensaio que permitiu o fortalecimento da relação institucional entre as agências Ancine e a UK Film Council, e que poderia ser aproveitado como um rascunho de um possível tratado de coprodução a ser assinado com a Inglaterra. Basta agora que as funções relacionadas à internacionalização do cinema brasileiro tornem-se claras não apenas para estas instituições, mas para todo o campo cinematográfico brasileiro, sejam elas desenvolvidas pela Ancine ou pela SAV, independentemente de qualquer sobreposição de funções que possa haver entre os dois órgãos federais. 

Os autores

Márcio Rodrigo é jornalista, professor universitário e mestre em comunicação e artes pela Universidade Estadual Paulista (Unesp)

Alessandra Meleiro é pós-doutora pela University of London e coordenadora do Centro de Análise do Cinema e do Audiovisual (www.cenacine.com.br)



COPRODUÇÃO: BENEFÍCIOS

A análise do financiamento transnacional por meio da coprodução internacional *Jean Charles* aponta os seguintes benefícios potenciais:

1 RECURSOS FINANCEIROS DIVERSIFICADOS. Cada vez mais produtores não conseguem levantar orçamentos para uma “produção de nível mundial” no mercado doméstico. Uma coprodução internacional pode gerar este nível de fundos por meio de contribuições financeiras de um parceiro estrangeiro.

2 ACESSO A SUBSÍDIOS E INCENTIVOS GOVERNAMENTAIS NO EXTERIOR. Se um projeto é estruturado de forma que seja conteúdo doméstico no mercado de cada parceiro, ele estará apto a receber subsídios governamentais e usufruir de incentivos fiscais tanto no mercado doméstico quanto no estrangeiro.

3 ACESSO AO MERCADO DO PARCEIRO. Um melhor acesso é muito provável de ocorrer por diversas razões. Primeiro, o parceiro estrangeiro tem melhor conhecimento em relação ao processo de distribuição de seu mercado doméstico e melhor conexão com parceiros essenciais. Segundo, o parceiro estrangeiro terá conhecimento superior dos atributos demandados por espectadores em seu próprio mercado e poderá ajudar a garantir que o filme possua tais atributos. Terceiro, se há cotas nos países participantes, o tratado de coprodução o habilitará a usá-la.

4 ACESSO AO MERCADO DE UM TERCEIRO PAÍS. O parceiro provavelmente detém conhecimento superior em relação ao sistema de distribuição do mercado de um terceiro país, além de melhores conexões com parceiros essenciais.

5 APRENDIZADO COM O PARCEIRO. Haverá oportunidades de aprendizado se o parceiro tiver grande experiência em marketing, processo de produção cinematográfica ou em gestão de uma forma geral.