

DINÂMICA E ESTRUTURA DA CIRCULAÇÃO INTERNACIONAL DE PRODUTOS AUDIOVISUAIS ENTRE OS PAÍSES DO MERCOSUL

Alessandra Meleiro¹

Resumo

O presente trabalho discute a dinâmica e a estrutura da circulação internacional de produtos audiovisuais entre os quatro países permanentes do Mercosul, refletindo sobre as políticas públicas ligadas à difusão de filmes entre esses países. O objetivo é identificar as características desse processo, trabalhando de forma multidisciplinar e, portanto, considerando os aspectos econômicos, políticos, culturais e comunicacionais vinculados a esta problemática.

Abstract

This paper discuss the dynamics and the structure of international circulation of audiovisual products between the four permanent countries of Mercosul, reflecting the public politics connected of the movies between these countries. The aim is identify the characteristics this process, working in a multidisciplinary manner and, therefore, considering the economics, political, cultures and communications aspects linked to these problematic.

Palavras-chave

Indústria audiovisual; distribuição; Mercosul.

Key words

Audiovisual industry; distribution; Mercosul.

Esta pesquisa pretende identificar a dinâmica e estrutura da circulação internacional de produtos audiovisuais entre os quatro países permanentes do Mercosul (Argentina, Brasil, Paraguai e Uruguai), assim como propõe a construção de indicadores para o setor público e privado que permita aferir a dimensão da difusão de filmes entre estes países, visando avaliar o desempenho das políticas públicas adotadas para a área audiovisual.

A relevância da construção de indicadores que permitam aferir a dimensão da difusão de filmes entre os países do Mercosul deve-se ao fato de que a diferença entre os mercados e as legislações dos países membros tem sido a maior dificuldade encontrada para a circulação de bens culturais na região do Mercosul.

A análise da estrutura e dinâmica da comunicação internacional nos obriga constantemente a enfrentar questões onde a economia, a tecnologia, a política, a sociologia, a teoria da comunicação, a antropologia, o direito e as relações internacionais encontram-se interdependentemente relacionadas. No entanto, entre as numerosas análises realizadas durante os últimos anos sobre questões

relacionadas à comunicação internacional, grande número desconsiderou o enfoque multidisciplinar, apresentando uma visão dos problemas de forma excessivamente simplificadoras. Apesar das evidências das análises econômicas, os estudos sobre a produção cultural e informativa interessaram-se minimamente por questões derivadas da dimensão econômica e material dos processos de comunicação e informação.

Analisar a circulação da comunicação de massas exclusivamente sobre a perspectiva do impacto ideológico e cultural, sem explicar ao mesmo tempo a maneira específica com que os sistemas de difusão massiva se articulam aos processos econômicos de âmbito internacional, significa eliminar do foco de atenção a base por onde emanam os efeitos socioculturais e as relações de poder.

Frente a essa situação, este artigo propõe-se fundamentalmente a identificar as características e a dinâmica do atual processo de circulação internacional de filmes entre os países do Mercosul, considerando que a economia, a política, a cultura e a comunicação encontram-se íntima e indissociavelmente

vinculadas. Nosso objetivo, portanto, é atingido ao cruzarmos fronteiras entre geografias, comunidades e disciplinas.

Nossa análise está em consonância com o fato de que o capitalismo contemporâneo, tanto no que se refere ao sistema de produção, quanto à distribuição internacional, eliminou qualquer tipo de isolamento local. O alcance global da mídia contemporânea virtualmente obriga a produção cultural a mover-se além da restritiva estrutura da monocultura e do estado-nação.

Praticamente todos os Estados, raças e culturas de nosso mundo tornaram-se inter-relacionadas, ainda que em diferentes graus e formas. Esta nova situação nos permite falar da existência de uma dinâmica global, no interior do que consideraremos como *sistema mundial* (Braudel, 1985).

Ao situar a dinâmica da comunicação internacional no interior do *paradigma do sistema mundial*, conseguimos ao mesmo tempo:

1) Evitar o reducionismo das análises centradas no marco nacional, já que nossa análise permite compreender as conexões que se dão entre os espaços nacionais e as determinações do sistema mundial;

2) Identificar as novas dimensões que adquirem os fenômenos comunicativos, que podem ser considerados como resultado de uma estrutura de relações transnacionais, que atua através de um modelo de relações globais.

Como Robert Stam afirma:

In a transnational world typified by the global circulation of images and sounds, goods and peoples, the media impact complexly on national identity and communal belonging. By facilitating a mediated engagement with distant places, the media partially deterritorialize the process of imagining communities. And while the media can fashion spectators into atomized consumers or self-entertaining monads, they can also construct identity and alternative affiliations. Just as the media can exoticize and otherize cultures, they can also reflect and help catalyze multicultural affiliations and transnational identifications (Stam, 2003, p. 01).

No contexto de livre comércio que rege

atualmente os países, constatamos que as leis do mercado não garantem por si mesmas a criação, produção e circulação efetiva da cultura dentro e fora de fronteiras. Por esta razão os Estados têm o direito, o dever e a responsabilidade de implementar políticas públicas que promovam, fomentem e reflitam

sua diversidade cultural em todos os setores, garantindo a produção, difusão e distribuição².

Nesse sentido, os quatro países permanentes do Mercosul (Argentina, Brasil, Paraguai e Uruguai), juntamente com os países associados (Bolívia, Chile e Peru) recentemente discutiram a integração do audiovisual dos países da região³, o que pode ser considerado os primeiros passos para um projeto multicultural. O projeto multicultural assegura uma profunda reestruturação nos modos em que o conhecimento é produzido através da distribuição de recursos culturais e poder.

Dentre as propostas para o fortalecimento da presença e difusão dos conteúdos nacionais e/ou regionais nos canais de distribuição existentes nos países, o Brasil estuda criar, dentro da cota de tela (número mínimo de dias de exibição) para filmes nacionais, um percentual para filmes latino-americanos de países integrantes ou associados do Mercosul.

Essa iniciativa não exigiria contrapartida dos demais países (uma vez que não seria necessariamente um acordo comercial) e pode ser uma saída para a proposta da livre circulação de cópias, uma vez que o Mercosul vem encontrando dificuldades em criar, a curto prazo, um sistema que solucione essa questão.

A diferença entre os mercados e as legislações dos países membros tem sido a maior dificuldade encontrada para a circulação de bens culturais na região do Mercosul, uma vez que Brasil e a Argentina produzem uma quantidade anual de filmes superior aos demais países do grupo. Além disso, os dois países possuem extensa legislação cinematográfica, enquanto Paraguai e Uruguai não possuem legislação específica na área.

A necessidade de compatibilizar as legislações deveria começar pela certificação de origem. O Brasil já contempla essa certificação, mas o fato de outros países do Mercosul não terem legislação específica dificulta a definição do que seja um “filme nacional”⁴, embora como produtos de indústrias nacionais, produzidos na língua nacional, retratando situações nacionais e reciclando

literatura e folclores nacionais, todos os filmes são, num certo sentido, nacionais.

Um estudo comparado das legislações dos países do Mercosul pode viabilizar a circulação das obras por meio de alíquota zero e ainda possibilitar redução na tarifa de importação dos insumos do setor audiovisual. Nesse sentido, vários países da América Latina como Colômbia, México, Chile e Brasil vivem um momento de transformação nos marcos regulatórios do setor cinematográfico, com propostas comuns quanto à estrutura de relações transnacionais.

A Colômbia conta com uma nova legislação para o setor do audiovisual desde 2005. Esta lei é o resultado de um longo processo de tramitação no parlamento, quando criou-se um fundo de desenvolvimento cinematográfico cujas receitas são um imposto de 10% sobre a venda de bilheteria e uma taxa cobrada sobre diferentes elos da cadeia.

Foram instituídos incentivos tributários para empresas da iniciativa privada que investem no setor. A lei prevê um mecanismo que visa antecipação de receitas. Trata-se da “titularização de projetos cinematográficos”, que apoia-se no mercado acionário para atrair investimentos. Cotas de participação nos projetos são vendidas em um momento anterior à produção e a aplicação volta remunerada ao investidor.

70% dos recursos recolhidos pelo fundo são destinados à produção audiovisual e o restante divide-se na estruturação da indústria, passando pela promoção, distribuição e exibição dos filmes locais. Nos 10 primeiros meses da vigência da lei o fundo aplicou US\$ 1,2 milhão no setor e neste período estrearam 7 filmes colombianos em relação a 2 filmes em 2000. O volume anual de espectadores subiu de 16 milhões em 99 para 18,6 milhões em 2004.

O cinema chileno também passa por um processo de reestruturação, e o surgimento de uma política para o setor, ainda que incipiente e reservada a repasses diretos, fez com que a produção crescesse. As mudanças na legislação começaram em 1999 quando o Conselho Nacional da Cultura ganhou a colaboração de órgãos econômicos oficiais, como as agências de fomento à produção e a de promoção das exportações. Foi formado, então, um fundo de desenvolvimento do cinema constituído por repasses do orçamento federal.

A nova lei de Fomento ao Audiovisual, que estava no Parlamento desde 2001, entrou em vigor em 2005, permitindo a organização

de concursos públicos para o apoio à produção. Em 2005 foram lançados 12 filmes chilenos e, em 1997, apenas um.

Ao contrário de Chile e Colômbia, o México registra uma brusca redução de espectadores de filmes nacionais. Em 2003 o público foi estimado em 140 milhões de pessoas (6% do público), ou seja, 12% menos do que no ano anterior. Para efeito comparativo, a redução de 1% dos espectadores nos Estados Unidos já é suficiente para desencadear uma grave crise.

Desde que os filmes de Hollywood aumentaram a sua entrada no país, devido à flexibilização da legislação - gerada pelo acordo de livre comércio, o Nafta - o país procura retomar a defesa do mercado interno. Há uma tentativa de aprovar no Congresso a cobrança de uma taxa sobre a bilheteria, mas existe grande resistência do setor privado, já que deputados mexicanos sofrem forte pressão do *lobby* da indústria norte-americana em seu próprio país.

Contrariamente ao México, a Argentina tira partido das indústrias criativas internacionais, intensificando o intercâmbio de co-produção e codifusão e assegurando a distribuição de seus produtos audiovisuais no exterior.

Em um país devastado por crises políticas e financeiras apenas três anos atrás, é surpreendente que a produção cinematográfica na Argentina encontra-se em curva ascendente, apresentando uma média de 70 filmes lançados em 2003 e 2004. 2005 tende a apresentar resultados semelhantes.

A principal razão para este progresso, entretanto, tem origem no estrangeiro: aportes financeiros vindos da Europa que têm sido a principal fonte de recursos. O outro maior apoiador é o governo argentino, que reduziu bruscamente os recursos destinados para a área, uma vez que a moeda local, o peso, sofreu uma desvalorização da ordem de 65% em 2002 (Newbery, 2005).

Enquanto o pântano econômico dificultou a continuidade das produções levadas somente por empresas nacionais - já que um terço dos custos de produção são cotados em dólar, tais como equipamentos usados na captação (câmeras, iluminação, películas) - produtores estrangeiros acham estes valores uma barganha. Os outros 2/3 do orçamento representam gastos com recursos humanos, que são cotados em pesos e são até três vezes mais baratos do que na Europa e Estados Unidos.

A desvalorização criou condições favoráveis para co-produções e tem atraído diversos produtores estrangeiros.

A América Latina produz 200 filmes por ano, mas só 5% deles são lançados fora de seu país de origem. Iniciativas como o acordo assinado entre a Ancine (Agência Nacional de Cinema), do governo brasileiro e o INCAA (Instituto Nacional do Cinema e Artes Audiovisuais), do governo argentino, pretende reverter essa situação, apoiando a distribuição de filmes entre os dois países através de concurso público. O objetivo é apoiar a distribuição de até oito filmes de cada país por ano.

O acordo visa permitir o acesso de filmes brasileiros no mercado exibidor argentino e ampliar a distribuição de filmes argentinos no Brasil através de mecanismos de fomento. No Brasil, o apoio aos distribuidores é concedido pela Ancine sob a forma de aportes financeiros, com valores entre R\$ 60 mil e R\$ 100 mil. Na Argentina, os apoios são concedidos aos distribuidores locais pelo INCAA, na forma de serviços (como legendagem e copiagem, espaço publicitário na mídia etc), que representam valores entre 60 mil e 100 mil pesos argentinos por filme.

Entre os filmes beneficiados pelo acordo assinado no ano passado e que tiveram sua exibição no Brasil e na Argentina em 2004, encontram-se os brasileiros *Deus é Brasileiro*, *Amarelo Manga*, *Madame Satã*, *O Caminho das Nuvens* e os argentinos *Lugares Comuns*, *Apaixonados*, *Histórias Mínimas*.

O fato das empresas culturais no Brasil movimentarem 10% do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro (Newbery, 2005), índice superior à média internacional de 7% do PIB mundial, fez com que o governo brasileiro criasse também outras medidas para contribuir com o aumento da distribuição de filmes brasileiros no mercado internacional.

Uma vez que o governo brasileiro encara a cultura como geradora de crescimento econômico e emprego, desenvolveu um projeto para exportação do audiovisual que envolve a colaboração de distintos Ministérios, como a Agência de Promoção de Exportações (Apex), o Ministério da Indústria, Desenvolvimento e Comércio Exterior e o Ministério da Cultura. Através dele, criaram-se estruturas como a capacitação dos produtores – tanto para viabilizar a participação em fóruns internacionais, como em editais de exibição

em TVs estrangeiras – juntamente com a atração de investimentos no Brasil por meio de co-produções.

Outras iniciativas não-governamentais de distribuição internacional incluem o Grupo Novo de Cinema e TV (GNCTV), que lidera o mercado de exportação de produtos audiovisuais brasileiros e espera alcançar a cifra de US\$ 1,5 a US\$ 2,0 milhões em vendas, valor superior ao US\$ 1,1 milhão em 2004 (Cajueiro, 2005).

Há ainda o projeto que pretende transformar a *Riofilme*, uma distribuidora pública que pertence ao governo do Rio de Janeiro, em uma distribuidora pública transnacional, que permita a circulação de obras audiovisuais entre os países integrantes do Mercosul (Agência Brasil, 2004).

Resolver a questão da distribuição dos filmes no Brasil torna-se urgente uma vez que a produção cultural existente em nossos países nem sempre tem acesso às telas. O Estado muitas vezes é capaz de impedir que o capital externo controle a produção, mas não é capaz de garantir a distribuição e a exibição. Roberto Schwarz (1987) chama esta visão de “nacional por subtração”, isto é, que a suposição de que a simples eliminação de influências estrangeiras irá automaticamente permitir que a cultura nacional emerja, de forma absoluta.

Dos 365 longas em produção nos próximos cinco anos, 337 não possuem contrato de distribuição. Com a média anual de 15 filmes exibidos, serão necessários 20 anos para exibir todos (Dória, 2005). O desafio de buscar mecanismos para assegurar a circulação internacional dos produtos audiovisuais entre os países do Mercosul ganhou um reforço com o projeto de doutorado atualmente sendo desenvolvido aonde pretendemos construir um conjunto de indicadores para o setor público e privado e ainda construir uma área de colaboração virtual entre os países do Mercosul através do site da Ancine.

A responsabilidade de gerenciamento de conteúdo do portal será compartilhada com o grupo interdisciplinar do Projeto *O Governo Eletrônico no Brasil*, voltado para o desenvolvimento de programas de governo eletrônico e sediado na Fundação de Desenvolvimento da Administração Pública. Acreditamos que esta ferramenta constituir-se-á como forte aliada para o setor público no sentido de viabilizar o fomento e apoio a co-produções entre os países do Mercosul.

REFERÊNCIAS

BRAUDEL, Ferdinand. **La dinámica del capitalismo**. Madrid: Alianza Ed., 1985.

CAJUEIRO, Marcelo. Brazil improves global profile. **Variety**, mai. 2005. Disponível em: <<http://www.variety.com/index.asp?layout=bio&peopleID=118>>. Acesso em: 02 jun 2005.

DÓRIA, Carlos Alberto. Filmes na Lata do lixo. **Folha de São Paulo**, Caderno Mais!, 19 jun. 2005. Disponível em:<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mais/fs1906200505.htm>>. Acesso em: 19 jun. 2005.

FOLHA ONLINE. Riofilme pode ser transformada em empresa transnacional. **Folha de São Paulo**, 23 set. 2004. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u47519.shtml>>. Acesso em: 25 set. 2004

NEWBERY, Charles. Auteurs boost Argentine biz but local producers must look abroad for crucial support. **Variety**, mai. 2005. Disponível em: <http://www.variety.com/story.asp?l=story&a=VR1117922845&c=1447>. Acesso em: 20 mai 2005.

SCHWARZ, Roberto. **Que Horas São?** São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

SHOHAT, Ella; STAM, Robert. **Multiculturalism, Postcoloniality, and Transnational Media**. London: Rutgers University Press, 2003.

NOTAS

1 ¹ Pós-Doutoranda FUNDAP/FAPESP.

2 Esta resolução consta de documento elaborado pela A OEA (Organização dos Estados Americanos) durante o Seminário de Consulta à Sociedade Civil sobre o tema “O lugar da cultura nos processos de desenvolvimento social e na integração econômica do nosso hemisfério”, realizado em Santiago do Chile em 2005.

3 Esta discussão ocorreu na RECAM – Reunião Especializada de Autoridades Cinematográficas e Audiovisuais do Mercosul.

4 A Ancine considera cinema nacional aquele onde empresa, diretor, autor, artistas e técnicos são brasileiros; existe um conselho que decide as políticas, composto por servidores públicos e pessoas do ramo mas que “não podem ser sócios-controladores de empresas relacionadas com o cinema”.