

Tony Shigueki Nakatani

**As políticas do audiovisual no Brasil: um estudo de caso do filme Bollywood
Dream**

CELACC/ECA-USP

2013

Tony Shigueki Nakatani

**As políticas do audiovisual no Brasil: um estudo de caso do filme Bollywood
Dream**

Trabalho de Conclusão de Curso de pós-
graduação em Gestão de Projetos Culturais e
Organização de Eventos, produzido sob
orientação do Prof. Dr. Dennis de Oliveira

CELACC/ECA-USP

2013

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	5
1.1. <i>Cinema e Estado no Brasil.....</i>	6
1.2. <i>Bollywood Dream: as razões para o estudo de caso.....</i>	7
2. AS SINGULARIDADES DO CINEMA BRASILEIRO: MERCADO E ARTE	8
2.1. <i>Um leitmotiv: cinema no Brasil é viável?</i>	8
2.2. <i>A produção do cinema independente no Brasil: no período Embrafilme e atual</i>	10
3. OS MECANISMOS PÚBLICOS DE INCENTIVO AO AUDIOVISUAL NO BRASIL	13
3.1. <i>O período Collor e a retirada do Estado como promotor do cinema nacional.....</i>	13
3.2. <i>No retorno do papel do Estado, as mesmas dificuldades: o cinema como arte e o cinema como entretenimento.....</i>	14
3.3. <i>As políticas públicas de cultura no governo Lula</i>	16
4. AS POLÍTICAS PÚBLICAS DO AUDIOVISUAL NO DECÊNIO 2003-2012	17
4.1. <i>O período anterior: de 1990 a 2002.....</i>	17
4.2. <i>As políticas públicas setoriais após a efetivação da ANCINE (2003-2012) ...</i>	18
4.3. <i>Uma proposta de integração dos segmentos audiovisuais: a polêmica da ANCINAV.....</i>	20
4.4. <i>Pensando o audiovisual na era da convergência digital e outras políticas públicas setoriais.....</i>	22
5. O ESTUDO DE CASO: BOLLYWOOD DREAM (2010), DE BEATRIZ SEIGNER	24
5.1. <i>Dados e aspectos de produção do longa-metragem.....</i>	24
5.2. <i>Bollywood Dream como contraposição às políticas do audiovisual</i>	25
5.3. <i>As problemáticas da gestão de projetos culturais na área do cinema.</i>	27
5.4. <i>As problemáticas da gestão pública das políticas do audiovisual no Brasil... ..</i>	29
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	32
BIBLIOGRAFIA	34

AS POLÍTICAS DO AUDIOVISUAL NO BRASIL: UM ESTUDO DE CASO DO FILME BOLLYWOOD DREAM

Tony Shigueki Nakatani¹

RESUMO

O presente trabalho procura analisar as políticas públicas setoriais do audiovisual no Brasil, com foco nas políticas do audiovisual do Governo Federal no período de 2003 a 2012. Tem como objetivo observar o desenvolvimento e atuação sobretudo da Agência Nacional do Cinema, a ANCINE, responsável pela formulação e gestão dessas políticas no país. Para balizar essa análise utilizamos o filme *Bollywood Dream* (2010), dirigido por Beatriz Seigner, como um estudo de caso, no sentido de identificar as potencialidades e fragilidades dos atuais mecanismos das políticas de incentivo à produção, distribuição e exibição do cinema brasileiro.

Palavras-chave: ANCINE, Bollywood Dream, Cinema Brasileiro, Políticas Públicas Setoriais

ABSTRACT

This paper intends to analyze the public policies on the audiovisual in Brazil, focusing on the federal government policies, during the decade of 2003 to 2012. Aims to observe the development and performance of the National Cinema Agency (ANCINE), responsible for the formulation and management of these policies in the country. To mark out this analysis, we used the film *Bollywood Dream*, directed by Beatriz Seigner, as a case study in order to identify the strengths and weaknesses of current policy mechanisms to encourage the production, distribution and exhibition of Brazilian cinema.

Keywords: ANCINE, Bollywood Dream, Brazilian Cinema, Public Policies

RESUMEN

Este trabajo analiza las políticas públicas del sector audiovisual en Brasil, centrándose en la política audiovisual del Gobierno Federal en el periodo 2003-2012. Su objetivo es observar el desarrollo y el rendimiento sobre todo de la Agencia Nacional del Cine, ANCINE, responsable de la formulación y la gestión de estas políticas en el país. Para marcar este análisis se utilizó la película *Bollywood Dream* (2010), dirigida por Beatriz Seigner, como estudio de caso a fin de identificar las fortalezas y debilidades de los mecanismos actuales de políticas para fomentar la producción, distribución y exhibición de cine brasileño.

Palabras clave: ANCINE, Bollywood Dream, Cine Brasileño, Políticas Públicas

¹ Sociólogo, formado pela Universidade Estadual Paulista (UNESP), Faculdade de Filosofia e Ciências – Campus de Marília, atua desde 2011 como gestor de políticas públicas educacionais na Secretaria de Estado da Educação de São Paulo. Possui pesquisas desenvolvidas na área da sociologia da cultura, com seus principais estudos em cinema.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente gostaria de agradecer aos meus familiares, aos meus pais, Shiguelo e Yoshie Nakatani, pelo apoio que têm me dado nas minhas escolhas profissionais e acadêmicas.

Aos professores e professoras do curso de especialização, cujo contato foi sempre muito amigável e produtivo, possibilitando o meu crescimento pessoal e intelectual.

Aos amigos e amigas conquistados nesse transcurso de quase dois anos, que também proporcionaram momentos de intensas trocas e experiências, onde, igualmente, pude aprender muito com as suas vivências. Espero poder levar essa amizade para além dos espaços e tempos que o curso nos proporcionaram.

Um agradecimento muito especial à Beatriz Seigner e ao Ibirá Machado, pelas gentilezas de compartilhar as suas experiências comigo, contando um pouco dos trabalhos que tiveram na realização do filme trabalhado neste artigo, *Bollywood Dream – o sonho bollywoodiano*. Respeito imenso pelos trabalhos que fizeram e continuam fazendo pelo cinema brasileiro.

Aos amigos e amigas que conquistei ao longo de minha vida. Certamente que, direta ou indiretamente, muitas das ideias que estão expressas nas linhas de trabalho são discussões feitas com todos eles.

À Thais Maria Souto Vieira, por estar sempre ao meu lado, apoiando e compreendendo os momentos vivenciados. Outro aprendizado de vida que sempre me acompanhará.

Por fim, ao Centro de Estudos Latino-Americanos sobre Cultura e Comunicação, Celacc, pela oportunidade que me foi dada, de poder cursar a especialização, cujo trabalho final agora apresento.

1. INTRODUÇÃO

1.1. Cinema e Estado no Brasil

Falar sobre as políticas culturais setoriais para o cinema no Brasil é falar de uma relação quase intrínseca com o Estado, pelo menos tem sido assim nos últimos 50 anos, onde o desenvolvimento do setor cinematográfico brasileiro dependeu basicamente de financiamento público para produzir suas obras. No entanto, a preocupação e interesse do Estado no cinema pode ser recuado um pouco mais no tempo, sendo o Instituto Nacional do Cinema Educativo (INCE) criado em 1936. Ele teve como um de seus objetivos trabalhar principalmente a consolidação de uma identidade nacional pelo viés da cultura popular, e guardou semelhanças e inspiração nos modelos dos órgãos de propaganda nazifascistas que vigoravam na Europa daquele período – pensando a educação das massas pelo viés do audiovisual.

A realidade brasileira é pautada pelo que podemos caracterizar como uma dependência da produção cinematográfica do aparato estatal para que consiga ter uma existência, muitas vezes pautadas por conflitos internos no que tange a sua identidade e anseios: construir uma cinematografia artística ou construir uma indústria cinematográfica? Nesse dilema, o que se observa é que nem um nem outro objetivos são plenamente satisfeitos, sendo motivo de acirradas discussões no meio e em outros setores da sociedade civil, na medida em que tanto para uma tentativa de “cinema de entretenimento” quanto a tentativa de um “cinema de arte” ou “autoral” os mecanismos que viabilizam as suas produções são os mesmos: os incentivos estatais.

O objetivo do presente trabalho, assim, é analisar como tem sido o desenvolvimento das políticas públicas setoriais do Governo Federal nos últimos 10 anos, entre 2003 e 2012. Procuraremos explorar ao longo dele os mecanismos de incentivo à produção, distribuição e exibição do cinema brasileiro. Ainda que hoje contemos com outros incentivos que são regionalizados, como os estaduais e municipais, focaremos a nossa análise no âmbito federal, principalmente no intuito de refletir se os mecanismos atualmente pensados pelo Ministério da Cultura e pela Agência Nacional do Cinema (ANCINE) conseguem abranger as diferentes realidades que o país apresenta, tanto em termos socioculturais e artísticos quanto em termos econômicos e financeiros.

Para que possamos observar como isso reflete no fazer cinematográfico do país, procuraremos realizar também um estudo de caso, por meio do filme *Bollywood Dream – o sonho bollywoodiano* (2010), escrito e dirigido por Beatriz Seigner, para refletirmos se os atuais mecanismos públicos de incentivo ao audiovisual dão conta também das diferenças conceituais frente ao cinema ou se acaba por estruturar um sistema desigual e assimétrico das possibilidades de realização dos produtores, cineastas e distribuidores brasileiros.

1.2. Bollywood Dream: as razões para o estudo de caso

Na abordagem do filme proposto neste trabalho, procuraremos analisar não o filme em si, mas sim os aspectos de produção que possibilitaram a realização do filme *Bollywood Dream*, bem como o seu lançamento no circuito comercial exibidor do país. Ao procurar abordar um estudo de caso, para refletir acerca das políticas públicas setoriais do audiovisual no país, a ideia é trazer elementos qualitativos para o debate em questão. É de se reconhecer que essa análise não tem um efeito generalizante num sentido imediato, carecendo de outras análises que possam dar consistência ao que apresentamos aqui (YIN, 2005). De todo modo, ao se analisar os diversos dados estatísticos e o conjunto de leis existentes, corremos o risco de perdermos o chão de nossa realidade, ainda que os números e as regulamentações nos possam apresentar tendências interessantes que ocorrem em nível de sociedade.

Nesse sentido, vale dizer que a ideia do trabalho é lançar algumas luzes sobre as problemáticas que permeiam o campo cinematográfico e audiovisual no país, na medida em que toda a concepção, realização e lançamento da obra em questão se deu no período que nos propomos analisar. Após traçarmos alguns elementos sobre questões históricas, fornecer dados e de como se desenvolveu, nos últimos dez anos, as políticas públicas do audiovisual por parte do Governo Federal, através da ANCINE, será o momento de “baixar a poeira” de tudo que foi levantado anteriormente com um estudo de caso. Acreditamos que ele poderá nos trazer elementos de reflexão interessantes.

Assim, para refletirmos sobre as políticas públicas setoriais do audiovisual, em realidade, optamos por escolher um contraponto ao que se observa comumente nas produções fílmicas brasileiras. Ou seja, escolhemos trabalhar com um filme que foi

produzido sem o aporte de recursos públicos e que foi lançado comercialmente no circuito exibidor. Trata-se de um fenômeno quase que inexistente, o que por si só demonstra o quanto os objetivos das leis criadas há duas décadas não tiveram sucesso, pois a concepção e o discurso inicial era a de que as leis seriam um estímulo à criação de uma “cultura de fomento” nas empresas privadas, para que investissem cada vez mais nas manifestações culturais e artísticas do país. Isso não ocorreu e *Bollywood Dream* demonstra que os vícios que essas leis de incentivo criaram, influencia de forma relevante em todas as etapas da realização de um filme.

Da mesma forma que tais vícios afetam as formas de pensar a gestão nessa área, seja em nível de políticas públicas seja em termos de projetos de produção fílmica. Procuraremos demonstrar, por meio desse estudo de caso, o quanto esses aspectos problemáticos coloca uma séria discussão acerca das possibilidades do cinema no Brasil. Alguns desses pontos foram apontados pela própria cineasta, em entrevista junto com Ibirá Machado², responsável pela distribuição do filme nos cinemas brasileiros.

2. AS SINGULARIDADES DO CINEMA BRASILEIRO: MERCADO E ARTE

2.1. Um leitmotiv: cinema no Brasil é viável?

Uma das discussões que será central para o que este trabalho procurará discutir é a questão da possibilidade de um cinema brasileiro, algo que surge na década de 1960, mas que permanece atual para a reflexão sobre o cinema e permeia a elaboração das políticas públicas pensadas para o setor no país. Trata-se, em verdade, de um ponto crucial, como veremos adiante, mas que por vezes acaba se misturando a falsas questões que impedem o avanço da formulação de políticas realmente efetivas. Acreditamos que uma dessas falsas questões sejam as possibilidades do cinema brasileiro ser autônomo, sem contar com o auxílio do Estado, pautando-se única e exclusivamente pelas leis de mercado para viabilizarem as suas produções.

² Entrevista realizada no dia 10 de abril de 2013, no município de São Paulo, no Espaço Itaú de Cinema – Complexo Augusta.

De antemão, ainda que este assunto esteja sempre em pauta nas discussões sobre as políticas públicas de incentivo do audiovisual (onde a viabilidade está atrelada muito à questão do público), sabemos que se trata de um mercado (des)configurado para não haver espaço à produção brasileira, acarretando uma estrutura cinematográfica desigual. Basta, para isso, observar alguns dados da Agência Nacional do Cinema, a ANCINE (2013)³: em 2012, foram lançados nos cinemas brasileiros 325 títulos. Destes, 133 são produções norte-americanas, o que representa cerca de 40% dos títulos. As produções brasileiras lançadas chegaram a 83 obras, representando pouco mais de 25% dos títulos. Porém, quando vamos para o levantamento de público e renda, essa representação cai drasticamente, sendo que a porcentagem da participação de público e renda dos filmes brasileiros chegam a 10,62% e 9,75% respectivamente.

Alguns dados de público também podem demonstrar o quanto a representatividade em termos de produção lançada é desproporcional. Dos 39 filmes que ultrapassaram um milhão de bilhetes vendidos em 2012, 33 são dos Estados Unidos (cerca de 84% dos filmes) e 5 são brasileiros (aproximadamente 12%). Um quadro que não se altera mesmo que ampliemos o escopo do público para 100 mil espectadores, o que podemos considerar um público razoável para qualquer filme no Brasil: dos 119 filmes que atingiram essa marca, 90 são estadunidenses (cerca de 75%) e 17 são produções locais, representando pouco mais do que 14% dos filmes “bem sucedidos”.

Trata-se de dados estatísticos básicos, mas que demonstram o quanto os mecanismos comerciais, propostos como a melhor solução para o cinema no país, não conseguem, por si só, alterar o que está colocado – soma-se a isso tudo uma cadeia audiovisual que também não colabora, como procuraremos expor mais a frente nesse trabalho. É interessante perceber o quanto isso é uma questão histórica de longa data, sendo que já na década de 1920, o cinema brasileiro era dominado pelas fitas norte-americanas. Ilusório, portanto, crer que a “mão invisível” do mercado nacional, como num passe de mágica, conseguirá revolver uma estrutura que já está consolidado há quase um século (LEITE, 2005: 24-7).

Além do mais, essa não é somente uma situação enfrentada pelo Brasil, sendo o cinema hollywoodiano dominante praticamente em todos os países

³ Fonte: Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (OCA). Disponível em: <http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/DadosMercado/2112.pdf>. Acessado em 22/04/2013.

ocidentais. São tais fatores que fazem, por exemplo, a França ser uma referência no que tange a políticas de Estado no intuito de defender o cinema nacional, via cotas de exibição e todas as formas de incentivos na produção e distribuição dos filmes franceses, além de incentivar a promoção do cinema francês internacionalmente (FORNAZARI, 2006: 668-69). Como podemos ver, portanto, há diversas questões que devem ser levadas em consideração quando se procura discutir as políticas públicas setoriais para o cinema, sobretudo no Brasil, onde o circuito exibidor é concentrado nas grandes cidades (e nestas, concentradas nos centros, de acesso majoritariamente dos setores da classe média).

As discussões sobre a viabilidade do cinema brasileiro se baseiam muito nos aspectos de sua conformação enquanto uma indústria cultural forte. Ou seja, prevalece nas discussões, dada a sua configuração via mercado, a perspectiva do cinema enquanto entretenimento, afirmando a sua necessidade de atrair o maior número de público possível, como forma de justificar os recursos públicos que são destinados às suas produções. Contudo, dado que esse discurso não é único, ainda que hegemônico, é necessário também refletirmos em como se estruturou ou se estrutura o que podemos chamar de cinema independente, ou o chamado “cinema de arte” por aqui.

2.2. A produção do cinema independente no Brasil: no período Embrafilme e atual

Assim, antes de avançarmos na discussão dos mecanismos públicos de incentivo ao audiovisual, vamos analisar de forma breve o cinema independente brasileiro num recorte bem específico do período de vigência da Embrafilme. Nesse contexto se destaca o cinema da “Boca do lixo”, em São Paulo, que acabou se constituindo a partir de grupos que não se atrelaram (e nem poderiam, dado o gênero que era explorado, num contexto sociopolítico autoritário) aos incentivos fornecidos pela produtora estatal do Governo Federal.

Talvez a experiência da “Boca do lixo” tenha sido a mais interessante nesse período, que conseguiu por um certo tempo, entre as décadas de 1960 e 80, sustentar uma “indústria do cinema”. Suas produções tinham um caráter mais popularesco, tendendo às comédias eróticas ou “porno-chanchadas” (mas não de forma exclusiva, e acabou abarcando outros gêneros de filmes), que conseguiu atrair o público e gerar autossuficiência de suas produções. Entrou em declínio no início da década de 1980,

influenciado pela conjuntura econômica desfavorável da época, mas gerou mais de 700 filmes em seu período mais produtivo, entre 1972 e 1982 (LEITE, 2005: 109).

O período da Retomada também contou com uma certa postura autônoma e independente, ainda que tenham sido resultados, dentre outros recursos, do Prêmio Resgate, que distribuiu os recursos financeiros da extinta Embrafilme, e já no contexto de implementação das leis de incentivo (Rouanet e Audiovisual). A “retomada”, assim, foi um processo mais gradual até que se atingisse um volume de produção mais consistente, já no fim da década de 1990 e início dos anos 2000, tendo sido mais um esforço quase individual de cada cineasta no sentido de conseguirem concretizar as suas produções. (LEITE, 2005: 129).

A partir do que vemos acima, quando vamos falar sobre um cinema independente, isso não significa distanciar-se de um formato “atrativo”, pois que o cinema da “Boca do lixo” tinha um apelativo, as pornochanchadas, que congregou um público em torno dele, conseguindo garantir a existência de outras produções a partir das arrecadações de bilheterias. No entanto, como outros “surto” de produção de nossa história, ela não perdurou, prevalecendo a dependência ao Estado. Dessas experiências, o que se observa é que elas são manifestações quase que autóctones, onde os erros e acertos não são refletidos, e a cada novo “movimento”, é como se tudo começasse outra vez.

A entrada em cena das leis de incentivo como os principais mecanismos de estímulo à produção forçou um atrelamento entre os cineastas e produtores e os grandes grupos privados, financiadores, onde o:

[...] debate se concentra no campo da produção mais visível ao grande público, uma vez que a legitimidade da lei de incentivo ao cinema depende da penetração social dos filmes (o dinheiro público do subsídio deve ter efeito mensurável). Vem daí a pressão para que os cineastas alcancem sucesso no mercado. (XAVIER, *in*: BOTELHO; SCHWARCZ (orgs.), 2011: 125).

Nesse embate, a produção independente, sob a alcunha de “produção de baixo orçamento” fica com o mercado restrito já na partida, pois no entendimento do senso comum ela está a favor do estético em detrimento do público, quando a discussão é mais complexa: “[...] a história dos sucessos de mercado confirma a convergência das mídias como fator decisivo, como se vê pelo papel da Globo Filmes nos casos de cineastas muito diferentes, como Fernando Meirelles, Hector Babenco,

Bruno Barreto, Andrucha Waddington e Breno Silveira.” É o que aponta Ismail Xavier, em “*Cinema brasileiro contemporâneo: pensar a conjuntura e viver impasses na sociedade do espetáculo*” (in: BOTELHO; SCHWARCZ (orgs.), 2011: 126).

Esse é um elemento interessante para refletirmos sobre a produção de filmes independentes como *Bollywood Dream*, por exemplo, e as suas inserções na estrutura dos meios de comunicação atual. Como pensar o cinema desatrelado do audiovisual como um todo, onde as mídias se convergem e não disputam entre si? Pode haver mecanismos de promoção do cinema independente que pudesse favorecer não apenas a etapa posterior à produção, no que diz respeito à divulgação do filme em cartaz, mas também as possibilidades de formas de financiamento menos burocráticas e com aportes que dependam menos dos setores marqueteiros das empresas?

Essas questões não são pontuais e permearam as dificuldades de produção do filme de Beatriz Seigner. Conforme a entrevista realizada com Ibirá Machado, responsável pela distribuição do filme, os mecanismos de divulgação para o filme se deu de forma praticamente artesanal, onde eles tiveram que criar alternativas quase que pessoais para tornar o filme de conhecimento do público, dada a ausência de recursos financeiros para tal. E a divulgação nos meios de comunicação foi parca: uma inserção no programa *Metrópolis*, da TV Cultura e uma entrevista no *Programa do Jô*, da Globo, após um mês do filme em cartaz. Ambas inserções, é de se reconhecer, não configuram uma divulgação consistente, sobretudo no segundo caso, pois, após um mês em cartaz, um filme perde muito de seu espaço de exibição.

O cinema independente, assim, se nos detivermos no período recente de sua historiografia, se estrutura muitas vezes paralelamente aos mecanismos que o Estado oferece, seja devido a um “emparelhamento ideológico do Estado”, seja devido a um “emparelhamento ideológico de mercado”, variando os seus vieses de acordo com o contexto sociopolítico e histórico. Em ambos os casos, o que prevalece é a sua marginalização enquanto expressão artística, ainda que ganhe reconhecimento dentro do campo em que atuam.

3. OS MECANISMOS PÚBLICOS DE INCENTIVO AO AUDIOVISUAL NO BRASIL

3.1. O período Collor e a retirada do Estado como promotor do cinema nacional

Nos dois próximos capítulos, analisaremos como se desenvolveram as políticas de Estado, na esfera federal, para que então possamos nos deter a um estudo de caso mais detido do filme *Bollywood Dream*. O que procuraremos fazer, assim, é um histórico recente da atuação do Governo Federal, não somente no campo cinematográfico, mas também percebê-lo inserido nas políticas culturais das últimas duas décadas. Entre um levantamento histórico e um balanço, acreditamos que eles poderão levantar algumas questões que nos auxiliem na discussão posterior, quando analisaremos mais detidamente o filme proposto neste trabalho.

A entrada de Fernando Collor de Melo no palácio do planalto, em 1990, como primeiro presidente eleito pelo voto direto, marcou também a inserção do Brasil na economia mundial pelo viés do neoliberalismo. Iniciou um processo de abertura de mercado que culmina no esvaziamento do Estado, com as privatizações de empresas estatais, já no fim da década de 1990. No campo da cultura, em 15 de março do mesmo ano, com a Medida Provisória 151, Collor dissolveu o Ministério da Cultura, rebaixando-o a uma secretaria de governo, bem como alguns de seus órgãos vinculados. Dentre eles estava a Empresa Brasileira de Filmes, a Embrafilme, “empresa de economia mista com capital majoritariamente estatal, criada em 1969 [e] a maior financiadora do cinema brasileiro, além de ser responsável pela sua distribuição quase total” (MARSON, 2009: 18).

As motivações para o fim dos mecanismos estatais de financiamento da cultura se baseava na premissa de que a cultura se caracterizava como qualquer outro setor da economia, sendo um interesse (“problema”) de mercado e não de Estado. Nessa visão, não era responsabilidade do Estado promover a cultura, como se fosse pelas regras do mercado que o seu desenvolvimento seria melhor observado. Mas havia também as razões financeiras mais prementes e imediatas para a decisão do Governo Federal. O Estado estava sem recursos e as leis de renúncia fiscal era uma forma de realizar o fomento à produção cultural.

A ausência do Estado e de políticas públicas para o setor teve como consequência direta um período de ressaca das produções de longas-metragens no

país, pairando um sentimento de “morte do cinema brasileiro” entre os cineastas – alguns deles correram para fora do Brasil para conseguirem fazer cinema. Para o campo cinematográfico, em realidade, o ato de extinção que Collor promoveu foi mais representativo, na medida em que a Embrafilme já enfrentava sérios problemas, administrativos e financeiros, desde meados da década de 1980. Ainda assim, a saída repentina e completa do Estado no cenário de incentivo do cinema, pegou os principais afetados pela MP 151 de surpresa, evidenciando uma fragilidade que muitos atores do audiovisual brasileiro talvez não quisessem encarar.

O baque sentido pela ação do Estado, frente às subvenções realizadas até então, fez com que o setor cinematográfico brasileiro se movimentasse e, de certa forma, se repolitizasse. Após um período em que a produção de filmes no Brasil caiu a ponto de não ser lançado quase nenhum título em nossas salas de exibição, a “retomada” do cinema brasileiro foi possível, contando com alguns esforços individuais⁴. Foi possível também a volta das políticas para o setor, com a aprovação em 1993 da Lei nº 8.685, mais conhecida como a Lei do Audiovisual, já com Itamar Franco na presidência da República.

3.2. No retorno do papel do Estado, as mesmas dificuldades: o cinema como arte e o cinema como entretenimento

Antes de avançarmos na análise das políticas públicas pensadas para o setor audiovisual no Brasil, cabe voltarmos a uma discussão apontada na introdução, sobre a possibilidade de um cinema brasileiro via mercado. Embora tenhamos apontado que a estruturação do mercado dificulta, se não impossibilita, a existência saudável dos filmes brasileiros, os dilemas que o próprio campo cinematográfico enfrenta é fator de uma reflexão sociológica interessante.

Melina Izar Marson, em seu livro *Cinema e políticas de Estado*, demonstra que há, além dos aspectos financeiros, as diferenças de visão sobre o cinema entre os cineastas brasileiros:

⁴ Retomada foi como ficou conhecido o período recente do cinema brasileiro, tendo como marco inicial o ano de 1995, com o sucesso do filme *Carlota Joaquina*, de Carla Camurati, e como marco final o ano de 2003, com o alcance de bilheteria surpreendente de *Cidade de Deus*, dirigidos por Fernando Meirelles e Kátia Lund.

[...] é importante ressaltar que a concepção de cinema que orienta o fazer fílmico no Brasil é a de produto artístico, enquanto que a concepção de cinema que norteia a indústria cinematográfica dos EUA é a de produto de entretenimento. O campo cinematográfico brasileiro, grosso modo, não encara sua atividade enquanto parte de uma indústria cultural – portanto dependente do mercado – mas sim como arte – portanto dependente do reconhecimento dentro do próprio campo cinematográfico. (MARSON, 2009: 29).

A concepção do cinema enquanto arte no Brasil surge sobretudo a partir dos anos 1960, na politização do Cinema Novo, tendo Glauber Rocha como seu principal formulador e defensor de um cinema nacional independente e que retratasse a sua realidade. No entanto, essa visão não é e não foi isolada. Talvez ela se sobressaiu, mesmo no período da ditadura militar (1964 – 1985), devido ao fracasso das tentativas industriais na década de 1950, como a Atlântida e a Vera Cruz.

Estas diferentes concepções, na análise de Marson, persistem no período da Retomada do cinema brasileiro, entre o fim da Embrafilme e as primeiras movimentações para criar legislações específicas para o incentivo à produção cinematográfica no país, ainda no último decênio dos anos 1990. Este processo culmina com a criação da Agência Nacional do Cinema, a ANCINE, em 2001. Embora tenha sido fruto das mobilizações do próprio campo cinematográfico, o que a autora conclui é a de que os objetivos de se criar um mercado cinematográfico brasileiro não foi efetivo, ainda que seja o mercado quem realiza a gestão desse “mecenato estatal”:

O projeto cultural do Estado, elaborado conjuntamente com o campo cinematográfico brasileiro, que vinha sendo implantado desde o final do ciclo Embrafilme e foi consolidado através da Ancine, teve como horizonte o mercado: era necessário um cinema comercial e atraente para investimentos de empresas privadas – o que o tornaria independente do Estado. Mas, durante o processo de consolidação dessa política cinematográfica, o cinema brasileiro não conseguiu tornar-se um investimento direto de empresas, continuou dependente de dinheiro público (via dedução de impostos) [...]. (MARSON, 2009: 181-2).

Como prova dessa intenção mercadológica, em seu projeto inicial, a ANCINE estava destinada a se ligar ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio, ao invés do Ministério da Cultura, como acabou ficando estabelecido, no ano de 2003. Esse papel preponderantemente econômico, contudo, é o que marca a atuação do Estado nesse setor, segundo análise de Fábio Kobol Fornazari, em seu artigo *“Instituições do Estado e políticas de regulação e incentivo ao cinema no*

Brasil: o caso da Ancine e Ancinav”, para quem o perfil da “Ancine se coaduna mais à gestão da norma legal e de recursos para fomento do que à execução de diretrizes e planos estratégicos de valorização cultural nacional pela indústria da imagem [...]” (FORNAZARI, 2006: 656).

Essa contradição instalada entre o que a legislação desenha e o que acaba se buscando na prática, impede o desenvolvimento de um cinema pleno, onde podem subsistir as duas visões (arte e entretenimento), entrando numa competição em que as fichas devem ser jogadas todas em apenas um modelo, não congregando a singularidade que o cinema carrega: a de ser arte e indústria ao mesmo tempo. Querer separá-las é como fazer uma intervenção cirúrgica em irmãos siameses, corre-se o risco de matar um dos elementos, quando não ambos.

3.3. *As políticas públicas de cultura no governo Lula*

Para Antonio Albino Canelas Rubim, em *As políticas culturais e o governo Lula*, o Ministério da Cultura (MinC), entre 2003 e 2010, apresentou diversos avanços no que tange às políticas públicas levadas a frente por essa Pasta. Em sua análise, a gestão dos Ministros “Gilberto Gil e Juca Ferreira, buscaram construir de maneira contínua uma atitude ativa do Estado no registro da cultura” (RUBIM, 2011: 41). Já para Isaura Botelho (2012), o perfil adotado pelo MinC, seria:

Um novo perfil que não significaria opor ao mercado, que tudo arbitrara anteriormente, um Estado que tudo determinaria. [Mas] um perfil que desenhasse para a atuação estatal um novo papel, hoje em discussão e em experimentação em um amplo arco de governos populares e democráticos mundo afora. [...] Desse ponto de vista, o MinC, de fato, alterou sua visibilidade [...]. (BOTELHO, 2012: 72).

A estrutura do Ministério, assim, procurou redefinições, no intuito de garantir a autonomia dos órgãos a ele ligados, como a Secretaria do Audiovisual (SAv) e a ANCINE, no campo do audiovisual.

O que é comum nas duas análises é o reconhecimento da mudança de postura em relação à formulação de políticas públicas, mesmo que não tenha conseguido transformações substanciais no modo de desenvolvimento de suas políticas, ainda muito pautadas pelos mecanismos privados de alocação dos recursos públicos, via

incentivos fiscais às empresas. Rubim reconhece que o mais importante nessa mudança de postura é a abertura para o diálogo amplo com a sociedade civil:

O diálogo, consubstanciado na interlocução para o desenvolvimento de políticas públicas de cultura, possibilita iniciar um processo, por certo longo, complexo e pleno de contradições, democratização de um Estado que sempre se mostrou distante, quando não claramente avesso à maior parcela da população brasileira. (RUBIM, 2011: 44-5)

Nesse sentido, as Conferências Nacionais de Cultura, com objetivo de subsidiar a construção do Sistema Nacional de Cultura, aprovada pelo Congresso Nacional no fim de 2012, é um exemplo bastante significativo de atuação do Estado que se distancia de um modelo que pauta a cultura como “problema de mercado”. Nessa perspectiva, há também uma preocupação com os aspectos simbólicos que permeiam o desenvolvimento cultural de uma nação.

4. AS POLÍTICAS PÚBLICAS DO AUDIOVISUAL NO DECÊNIO 2003-2012

4.1. O período anterior: de 1990 a 2002

Desde o fim da Embrafilme, com a repolitização do setor cinematográfico brasileiro, os cineastas têm sido um grupo político bastante atuante, no que tange às pressões frente ao Estado, para que políticas públicas setoriais sejam desenvolvidas. Esse grupo articulado conseguiu efetivar uma série de mecanismos para o incentivo do cinema no país, desde a aprovação da volta de cotas de telas e incentivos à coprodução internacional, em 1991, passa pela aprovação da Lei do audiovisual e culmina com a criação da ANCINE, através da Medida Provisória nº 2.228-1, de 2001.

Seguindo um modelo de gestão pública por meio de agências reguladoras, a ANCINE surgiu por meio de uma proposta elaborada pelo Grupo Executivo de Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica (Gedic), presidido pelo Ministro Chefe da Casa Civil da época, Pedro Parente, e constituídos com representantes de diversos ministérios (Fazenda, Desenvolvimento, Comunicação e Cultura), além de representantes do setor audiovisual brasileiro. A visão dada à agência, como já

afirmamos anteriormente, foi a do cinema como uma indústria mais do que como um setor da cultura e somente conseguiu ganhar corpo e atuar de fato, nas políticas públicas setoriais, a partir de 2003. (MARSON, 2009: 154-60).

Não há como afirmar que as legislações criadas pelo Governo Federal, pressionadas pelos cineastas e produtores, associadas a algumas legislações regionais, não tenham dado certo, uma vez que a produção de filmes no Brasil passou de 7 para 31 títulos lançados entre 1990 e 2002. Nesse sentido, observa-se a importância do papel desempenhado pelo Estado para a Retomada e para a existência do cinema nacional. O que preocupa, contudo, é que ainda hoje se trata de um setor não consolidado, dependente de mecanismos estatais e sem que tenha havido de fato uma preocupação em promover mudanças, no intuito de “corrigir” determinadas distorções das leis, que permanecem majoritariamente uma gestão privada de recursos públicos.

4.2. As políticas públicas setoriais após a efetivação da ANCINE (2003-2012)

Em termos de mecanismos, o período dos último 10 anos foi marcado por uma ampliação das formas de financiamento do audiovisual, o que representou também no aumento dos aporte de recursos destinados ao cinema brasileiro. Segundo podemos observar na tabela abaixo, retirada do Plano de Diretrizes e Metas (PDM) da ANCINE⁵, atualmente os cineastas e produtores podem contar com 10 mecanismos de financiamento, que correspondem, em realidade, a quatro leis: a Medida Provisória nº 2.228-1, de 2001; a Lei nº 8.685, de 1993 (Lei do Audiovisual); a Lei nº 8.313, de 1991 (Lei Rouanet) e a Lei nº 11.437, de 2006 (Fundo Setorial do Audiovisual). Somadas a essas leis, estão as Instruções Normativas da ANCINE nº 44, de 2005 (Prêmios Adicional de Renda – PAR), e nº 56, de 2006 (Prêmio ANCINE de Incentivo à Qualidade – PAQ).

⁵ Documento elaborado para a consulta pública realizada pela agência, que ficou aberta para envio de sugestões de 22/08/2012 a 08/03/2013. A consulta pública tem como objetivo elaborar diretrizes e metas para o setor audiovisual brasileiro até 2020.

Figura 1: recorte da tabela de recursos públicos para o audiovisual no Brasil (2002 - 2010)

Art. 1º Lei 8.685	43.086.715	48%	52.331.611	42%	59.341.775	35%
Art. 1ºA Lei 8.686	0	0%	0	0%	0	0%
Lei Rouanet	25.115.307	28%	20.404.190	17%	35.184.582	21%
FUNCINES	0	0%	0	0%	0	0%
Conversão da Dívida	2.651.456	3%	2.432.936	2%	0	0%
Art. 3º Lei 8.685	17.503.826	20%	34.921.822	28%	46.247.426	28%
Art. 3ºA Lei 8.685	0	0%	0	0%	0	0%
Art. 39, X MP 2228-1	0	0%	2.893.837	2%	16.652.274	10%
PAR e PAQ	0	0%	0	0%	0	0%
Fomento Direto	1.000.000	1%	10.640.244	9%	10.618.997	6%
FSA	0	0%	0	0%	0	0%

Fonte: Plano de Diretrizes e Metas para o Audiovisual – O Brasil de todos os olhares para todas as telas, 2012. p. 22.

De acordo com a tabela apresentada pela ANCINE no PDM, alguns dos mecanismos hoje existentes são adequações ou “complementações” às legislações que vêm do período anterior. Mesmo o mecanismo que atualmente mais disponibiliza verbas para financiamento à produção, distribuição e exibição no país, o Fundo Setorial do Audiovisual (FSA)⁶, foi pensado pelo Gedic, entre 2000 e 2001, ainda que não nos moldes em que ele acabou se efetivando, sendo a formulação do Gedic mais uma ideia do que realmente uma proposta concreta (MARSON, 2009: 209).

O que podemos destacar, contudo, é o fato de que esse mecanismo se caracteriza como um fundo com investimentos retornáveis, ou seja, abre-se a possibilidade de um investimento direto do Estado nas produções cinematográficas do país. Fato esse que, se não elimina, ao menos diminui a gestão privada dos recursos públicos, como ocorre sobretudo com a Lei Rouanet. Mais do que isso, na medida em que parte de seus recursos são aplicados como investimentos retornáveis, o Estado ganha a possibilidade de “atuar” nos mesmos moldes que uma empresa privada e obter lucros com as produções audiovisuais brasileiras. A diferença é que os lucros serão revertidos novamente em produções audiovisuais, fato que não se observa com as empresas privadas – pois elas voltam a se utilizar dos mecanismos de incentivo a cada nova produção.

Essa ampliação de mecanismos, num primeiro olhar, obteve reflexos nas produções cinematográficas e as salas de exibição brasileiras atualmente projetam

⁶ O orçamento disponível para o FSA em 2012 foi de R\$ 400 milhões. Fonte: ANCINE. Disponível em: <http://fsa.ancine.gov.br/o-que-e-fsa/orcamento-global-anual>. Acessado em 16/05/2013.

entre 90 e 100 filmes produzidos no país por ano. Tais questões poderiam ser vistos como uma conquista dos cineastas e produtores, contudo, ela não é sinônimo de um desenvolvimento sólido. Como demonstramos na introdução deste trabalho a participação da produção audiovisual brasileira em público e renda ainda são inexpressivos, beirando os 10% nas duas questões.

Proporcionalmente o público de filmes brasileiros não se alterou na última década, ainda que quantitativamente tenha dobrado (passando de 7 para 15 milhões de ingressos vendidos entre 2002 e 2012), mas a participação dos filmes brasileiros em bilheterias ficou em 8,03 % em 2002 e 10,62% em 2012, uma variação que não acompanhou o crescimento da produção audiovisual do período. A quantidade de títulos lançados triplicou nesse mesmo período (passando de 29 para 83 filmes lançados em 2002 e 2012, respectivamente)⁷. Isso significa que há uma diluição desse público entre os filmes que estão sendo exibidos no país.

4.3. Uma proposta de integração dos segmentos audiovisuais: a polêmica da ANCINAV

A estagnação no que tange à participação do cinema produzido no país, em termos de público e renda, demonstra que há mais questões que devem ser levadas em consideração, quando se procura refletir sobre as políticas públicas setoriais do audiovisual. A atual gestão da ANCINE demonstra as preocupações com os aspectos simbólicos que o audiovisual possui, enquanto manifestação cultural. O que não significa perder o viés de construção de uma indústria do audiovisual brasileiro.

Outro ponto interessante que pode ser observado no PDM, é que se preocupa em não observar o audiovisual de forma fragmentada. O documento apresentado em 2012 procura abordar todos os seus segmentos. Isso porque as mídias digitais aproximam os meios de comunicação, mais do que competem entre si, como se procura pensar comumente. Trata-se de meios distintos, com conteúdos distintos, linguagens distintas, etc. Contudo, o setor audiovisual se caracteriza como uma poderosa indústria cultural em potencial no Brasil, conforme aponta diversos dados

⁷ Fonte: ANCINE. Disponível em: <http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/DadosMercado/2101.pdf>. Acessado em 16/05/2013.

apresentados pela ANCINE, como a digitalização do circuito exibidor cinematográfico, o que pode facilitar, bem como reduzir, os custos da distribuição.

Uma questão que é antiga, mas que possui barreiras muito grandes e pode ser um dos caminhos para se consolidar o cinema no Brasil, é a parceria com os meios de comunicação televisivos. Esse é um ponto muito importante, na medida em que essa parceria, entre cinema e televisão, é efetiva em países como Argentina e França, para citarmos exemplos de cinematografias que possuem as mesmas dificuldades de mercado que o brasileiro, no que tange à competição com a avalanche que aporta de Hollywood todos os anos. Para avançar nesse quesito, não haveria outro caminho do que pensar o setor audiovisual como um segmento composto por diversos meios que são interdependentes entre si, como a internet e os dispositivos móveis atualmente, que se agregam à indústria televisiva e cinematográfica, movimentando tão ou mais a economia quanto as formas “tradicionais”, nascidas ainda num mundo analógico.

O Governo Federal ensaiou a criação de uma agência reguladora que procurasse ter essa perspectiva mais ampla de atuação, quando em 2004 lançou a proposta da Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual, a ANCINAV, que ficaria responsável não somente por regulamentar e elaborar políticas setoriais para o cinema, mas também articular todos os meios de comunicação audiovisual, como a televisão aberta e por assinatura, mídias eletrônicas, radiodifusão, etc.

Proposta polêmica, que enfrentou completa resistência das grandes empresas televisivas do país, a ANCINAV foi o projeto inicial para a criação de uma agência reguladora, em 2001. E tanto lá como cá, em 2004, o *lobby* televisivo – que afirmava ser a agência uma forma de o governo controlar os meios de comunicação e censurá-los – foi efetivo e, pela segunda vez, o projeto foi engavetado, muito embora, conforme análise de Fornazari, não se conseguisse efetivamente encontrar os argumentos utilizados contra o projeto na letra da lei. No fundo, o que se observa é que “os discursos de ambos os lados são característicos da luta por benesses econômicas e da busca por influência sobre a máquina pública.” (FORNAZARI, 2006: 665-67). A força esmagadora das emissoras de televisão falou mais alto sobre uma questão que possui alto interesse público.

4.4. Pensando o audiovisual na era da convergência digital e outras políticas públicas setoriais

O PDM lançado em forma de consulta pública, de certa forma, busca retomar, por outros caminhos, o que estava posto no projeto da ANCINAV e procura refletir um contexto sociocultural e histórico onde a convergência das mídias é um fato dado pela realidade. As novas tecnologias e seus bens de consumo trazem as velhas demandas de forma renovada, onde os diversos segmentos dos meios de comunicação se tornam cada vez mais interdependentes, ainda que possuam linguagens próprias, não podendo ser pensadas de forma isoladas, seja pelo poder público seja pelas empresas privadas.

Além disso, a proposta da consulta pública está em consonância com as prerrogativas colocadas pelo Plano Nacional de Cultura, de valorização da cultura em suas dimensões simbólicas (BRASIL, 2012: 12) e não somente na perspectiva econômica, ainda que haja um potencial a ser explorado. Um dos objetivos do PDM é conseguir transformar o Brasil num polo produtor de conteúdos e produtos culturais, buscando tanto a valorização da diversidade das culturas regionais, quanto a busca de expansão do seu mercado internacionalmente.

Nesse sentido, podemos destacar duas leis criadas recentemente que podem ser consideradas uma maneira de ampliar a atuação do Estado no que tange o acesso aos produtos audiovisuais brasileiros, ampliando um pouco o escopo para a televisão, com a criação da Empresa Brasil de Comunicação (por meio da Lei nº 11.652/2008), reativando a emissora pública federal, a TV Brasil, que possui fomento para a realização de programas mais regionalizados e independentes, podendo ser uma via de divulgação dos filmes brasileiros, em sua grande parte, se não no todo, produzido com recursos públicos. A dificuldade é ser o seu alcance ainda muito limitado, não estando o seu sinal aberto em grande parte do território brasileiro.

A lei nº 12.485/2011, que dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado, a chamada TV por assinatura, é um outro caminho aberto para o audiovisual brasileiro, trata-se de uma lei que busca dar novas regras para o funcionamento da oferta de pacotes e de conteúdos aos canais por assinatura no país. São leis que podem fomentar a produção de conteúdos regionais, por meio de produtoras brasileiras e independentes, dando espaço para a veiculação de conteúdos brasileiros. Esta última lei tem como objetivo também levar a oferta de canais

brasileiros aos assinantes, sendo obrigatório constar ao menos um canal brasileiro nos pacotes básicos oferecidos pelas prestadoras de serviço.

Quais serão os efeitos que a lei terá sobre as produções audiovisuais, bem como a possibilidade de diálogo entre o cinema e a televisão se estreitarem, ainda não podem ser auferidos, mesmo que já sejam observadas algumas mudanças, como o crescimento no número de assinantes de alguns canais brasileiros, conforme noticiou a Folha de S. Paulo, no dia 13 de maio, na capa do suplemento Ilustrada. Se o desenvolvimento dessa política consolidará as produtoras ou grupos brasileiros dentro do mercado da TV por assinatura, e quais as implicações que a lei terá para a produção audiovisual independente é um estudo que estará, certamente, por fazer.

Outro elemento que historicamente é uma barreira que se impõe sobre o cinema no Brasil é a questão do circuito exibidor. Segundo dados da ANCINE de 2012⁸, cerca de 93% dos municípios brasileiros não possuem sala de cinema – sendo que a televisão aberta chega a mais de 95% dos domicílios do país⁹. O que dá uma dimensão maior dessa problemática é observar que esse circuito exibidor não está apenas concentrado nas grandes metrópoles brasileiras. As salas de cinema, nesses grandes centros, concentram-se nos centros e em *shoppings centers*, o que restringe o acesso, pela dificuldade de deslocamento, pelos preços dos ingressos, além das barreiras simbólicas que segregam parte da população de frequentar espaços fechados como esses.

No intuito de suprir essa demanda, o Governo Federal aprovou a Lei nº 12.599/2012, que institui o Programa Cinema Perto de Você, convertido da Medida Provisória nº 545/2011. O programa cria diversos mecanismos para incentivar a ampliação, descentralização e modernização do circuito exibidor brasileiro. Dentre esses mecanismos estão isenções sobre taxas de importação de equipamentos de projeção, linhas de créditos para reforma e construção de salas de exibição, linhas especiais para construção e/ou reforma para municípios com menos de 100 mil habitantes. O objetivo é ampliar o número de salas de exibição no país para mais de 3 mil até 2014.

⁸ Fonte: ANCINE, Informa Anual Exibição 2012. Disponível em: http://oca.ancine.gov.br/rel_salasexibicao.htm. Acessado em 17/05/2013.

⁹ Fonte: IBGE, Pesquisa de Informações Básicas Municipais – Perfil dos Municípios Brasileiros, suplemento especial de cultura, 2006. Disponível em: <http://ibge.gov.br/home/estatistica/economia/perfilmunic/cultura2006/cultura2006.pdf>. Acessado em 17/05/2013.

De forma geral, essas são algumas das ações em âmbito federal para que o cinema e o audiovisual brasileiro consiga um desenvolvimento pleno, procurando observá-lo não apenas sob a ótica da constituição de uma indústria cinematográfica, como se fosse possível, nos moldes atuais, competir com o poderio da indústria cultural que Hollywood mantém em praticamente todo o mundo ocidental. As políticas procuram ampliar o escopo de ação no setor audiovisual, fomentando as produções dirigidas para a televisão, bem como as ações que procuram sanar o déficit de salas de cinema, historicamente insipientes.

A ampliação do circuito exibidor pode, em médio e longo prazo, dar novas dimensões ao cinema brasileiro, não apenas no que tange à produção, mas também do acesso a essas obras fílmicas, aproximando cada vez mais o público. Fatos também que, se efetivadas, trarão novos desafios e embates no setor. Da mesma forma que todos esses mecanismos atualmente existentes não dão conta de um desenvolvimento que seja considerado saudável pelos agentes que trabalham no setor. Há lacunas, brechas e ações que precisam ser melhor pensadas para estimular a produção, distribuição/comercialização e, principalmente, da divulgação do cinema brasileiro para a sua população. Procuraremos aprofundar esses questionamentos a partir do estudo de caso proposto na introdução desse trabalho: *Bollywood Dream – o sonho bollywoodiano* (2010), escrito e dirigido por Beatriz Seigner.

5. O ESTUDO DE CASO: BOLLYWOOD DREAM (2010), DE BEATRIZ SEIGNER

5.1. Dados e aspectos de produção do longa-metragem

O filme *Bollywood Dream – o sonho bollywoodiano* conta a história de três mulheres que sonham em se tornarem estrelas do cinema. Para seguirem os seus sonhos, contudo, ao invés do curso normal para Hollywood, nos Estados Unidos, vão para Índia, considerada a maior indústria cinematográfica do mundo em produção de filmes por ano, quantidade que supera até mesmo a produção hollywoodiana – daí o termo “Bollywood”. Por lá, irão vivenciar todas as dificuldades possíveis, tanto para

conseguirem espaço na indústria cinematográfica indiana, bem como as dificuldades de adaptação em relação à cultura e aos costumes locais.

Trata-se da estreia em longa-metragem da diretora Beatriz Seigner e o filme é a primeira coprodução cinematográfica entre Brasil e Índia. Além desses dois aspectos, conforme já dissemos anteriormente, a sua produção foi realizada sem a presença de recursos públicos, de nenhuma natureza, direta ou via incentivos fiscais. É um dos raros filmes independentes que foi lançado comercialmente sem que houvesse a mão do Estado em qualquer etapa de produção, da pré-produção ao lançamento no circuito exibidor. A coprodução com a Índia se deu na forma de disponibilização de equipe, acomodação, equipamento, logística, estúdios e uma parte do orçamento. Além disso, os produtores indianos ficam com 30% da renda líquida do produtor (RLP).

Em termos de criação, a concepção e a elaboração do roteiro teve início no segundo semestre de 2006, com algumas viagens para estudo de locações em 2007 e o filme foi rodado em 2008. Em 2009 se deu o processo de edição e montagem do filme e, após passar pela Mostra Internacional de Cinema de São Paulo desse mesmo ano, teve estreia comercial em abril de 2011, no circuito do Espaço Unibanco (atual Espaço Itaú de Cinema). Em termos de público, segundo dados da ANCINE, o filme teve 6.105 espectadores e uma renda de R\$ 60.561,00¹⁰.

5.2. Bollywood Dream como contraposição às políticas do audiovisual

Segundo entrevista dada ao pesquisador pela diretora e pelo responsável pela distribuição, Ibirá Machado, a informação que temos é a de que o filme teve um custo de cerca de US\$ 150 mil. Ou seja, as contas de produção foram maiores do que a arrecadação comercial nas salas de cinema, sendo que nos custos contabilizados na produção não entraram a distribuição e divulgação do filme. O trabalho de distribuição da Espaço Filmes ocorreu na forma de salas disponibilizadas pelo Espaço Unibanco – pois se trata, na realidade, de apenas um grupo –, espalhadas por 6 cidades (5 capitais mais Brasília) e totalizou 13 salas. Nesse acordo, o único papel

¹⁰ Fonte: ANCINE, Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual. Disponível em: http://oca.ancine.gov.br/filmes_bilheterias.htm. Acessado em 17/05/2013.

desempenhado pela distribuidora foi o de colocar o filme em cartaz, ficando a divulgação do filme por conta dos produtores.

O caso de *Bollywood Dream* é interessante para ilustrar as dificuldades enfrentadas ao se trabalhar no setor audiovisual no Brasil, ainda que seja também um demonstrativo de que se é possível fazer cinema sem a mediação do Estado. O baixo orçamento, contudo, não é sinal de positividade, pois o enxugamento tem um preço a se pagar, como o acúmulo de funções e a remuneração de profissionais abaixo do que está estabelecido no mercado – para isso, Beatriz teve de contar com as suas relações de amizade para produzir o filme. Todos esses fatores, reconhece a diretora, impedem um processo criativo que seja efetivo e a entrega e compreensão artística da obra não se dá de forma plena, dada a sobrecarga de trabalho, bem como a corrida contra o tempo em que se caracterizam as produções audiovisuais.

O que podemos observar, ao constatar as condições de produção do filme realizado por Seigner, é justamente o que ela coloca na entrevista realizada: mais do que um contraponto, o seu filme não pode ser tomado como um modelo. Não porque o filme não obteve uma bilheteria suntuosa, mas porque essa forma sobrecarrega o artista, impedido de uma criação mais plena. A diretora explicou que acumulou a função de diretora e produtora do filme. Dentro da produção de um filme o produtor é o responsável por deixar as condições adequadas para que a filmagem ocorra de forma a não atrapalhar a criação artística. Isso significa ter que se preocupar com uma série de aspectos técnicos que, muitas vezes, não chega ao diretor e atores. Embora não sejam funções excludentes, essa não é uma condição ideal.

O mesmo se deu com a distribuição. Segundo exposição de Ibirá Machado, a experiência de trabalhar com o filme trouxe diversos aprendizados, tendo sido *Bollywood Dream* um contato direto com a realidade do fazer cinematográfico no Brasil. Tanto ele quanto Beatriz Seigner não tinham experiência nesse campo. Ao não contar com uma estrutura que promovesse e divulgasse o filme, a “equipe” teve que se desdobrar para construir uma estratégia de promoção com ele já em cartaz. Ou seja, tiveram que construir o seu público lutando, ao mesmo tempo, para manter o seu espaço nos cinemas, na alta concorrência de salas e horários.

Os pontos apresentados aqui colocam problemáticas tanto no que diz respeito à gestão de projetos quanto na gestão de políticas públicas. Colocando em evidência que os mecanismos de financiamento público hoje, apesar de conseguir movimentar o mercado cinematográfico brasileiro – que tem a cada ano aumentado as suas

arrecadações, inclusive as produções brasileiras –, constrói uma relação distanciada entre os produtores e captadores e os artistas, não criando convergência entre seus interesses. Se é consenso, sobretudo entre os artistas, que a cultura não deve ser só um “bom negócio”, o caso de *Bollywood Dream* demonstra que ainda há algumas barreiras a serem quebradas no cinema brasileiro, para que ele possa não apenas se consolidar, como também garantir a pluralidade e diversidade de linguagens, gêneros e modos de produção – e que tudo isso chegue ao público.

5.3. As problemáticas da gestão de projetos culturais na área do cinema.

Apontamos que há duas questões que podem ser levantadas, a partir do que foi exposto com o estudo de caso de *Bollywood Dream*: a gestão de projetos culturais, neste caso, de projetos cinematográficos, e a questão do desenvolvimento de políticas públicas. Procuraremos abordar essas duas questões, apontando alguns pontos críticos, no intuito de refletir a prática tanto de produtores quanto de gestores públicos.

No que tange aos produtores, o que a diretora aponta é o fato de que a gestão de projetos culturais tem gerado um mercado descolado, descomprometido e distanciados dos aspectos culturais, tornando-se um negócio meramente financeiro. A possibilidade de o captador contabilizar, no orçamento da produção, uma porcentagem para o seu trabalho, acaba gerando um interesse que pode se ligar muito pouco com o projeto artístico em si. Principalmente se pensarmos que as produções cinematográficas possuem um orçamento que facilmente ultrapassa R\$ 1 milhão e o captador pode contabilizar 10% desses recursos, não há dúvidas de que o atrativo financeiro é um chamativo forte (atualmente uma produção cinematográfica pode captar até R\$ 7 milhões, pelas leis Rouanet e do Audiovisual).

Além disso, Beatriz Seigner coloca que esse aporte financeiro mais robusto na produção cinematográfica, muitas vezes, é um dificultador, na medida em que somente empresas de grande porte terão possibilidades mais concretas de investimento. No entanto, muitas vezes o acesso a essas empresas está “viciada”, sendo necessário laços afetivos para que se consiga chegar até eles. Ou seja, ainda que se tratem de grandes corporações privadas, isso não garante uma impessoalidade nas relações entre produtor e financiador. Há também o fato de que, por se tratar de

grandes somas de recursos, uma empresa procura se vincular a projetos que tenham visibilidade e que também dê retorno financeiro, uma vez que a legislação permite essa possibilidade.

Esses aspectos, que se ligam ao ponto de gestão pública das políticas setoriais, acaba deixando espaço apenas para poucos tipos de se fazer cinema, que é o que vulgarmente chamamos de “cinemão”. Não há nada de errado no fato de que o captador tenha a sua remuneração pelo trabalho desempenhado, o que se questiona é o vínculo que isso promove não apenas com o projeto, mas com o campo artístico como um todo. Aqui prevalece o modelo de cinema industrial, que a discussão de Marson coloca em *Cinema e políticas de Estado*, mas que, pelo próprio modelo público proposto, permite com que ele seja financiado sempre com os recursos públicos.

Tal modelo pode ter como consequência a criação de uma barreira para a inserção de novos cineastas, bem como a inviabilização do cinema independente. Observa-se, nesse sentido, um distanciamento dos produtores e captadores de uma parcela muito grande dos cineastas brasileiros, sobretudo os independentes. Esse distanciamento acaba por prejudicar os projetos, pois que a visão de um diretor que acumula a função também de produtor e, em alguns casos, de captador, pode deixar escapar alguns aspectos com as quais a sua atenção não está voltada – e nem é sua obrigação saber profundamente sobre tais questões. Tudo isso, prejudica o produto final, que é o filme.

Por outro lado, faz-se necessário compreender que, mesmo sendo um projeto independente, um filme deve ser pensado como um produto cultural e deve circular para que ele “ganhe valor”. Para isso o distribuidor precisa “vender” o filme no mercado de exibição. É o que reconhece Ibirá. E para isso, a parte de promoção e divulgação são etapas importantes do processo de produção do filme, etapas que se inicia muito antes dele ser lançado comercialmente, e pode atravessar para fora das salas de cinema, tendo em vista os outros segmentos do mercado audiovisual, como os canais de televisão (aberta ou paga), DVD e Blu-Ray, internet, etc.

Como podemos ver, a existência de um filme não se restringe a ele mesmo, havendo a necessidade de um olhar bastante amplo e até mesmo complexo, que dá vida à obra. Dentro dessa lógica posta acima, é provável que um filme como *Bollywood Dream* não tenha atrativos para uma empresa privada ou até mesmo para um captador, sobretudo porque aborda uma cultura que não é a Ocidental e considerada periférica, sendo mais “valorizada” quando de sua exotização. Nessa

reflexão também cabe perceber as lacunas que a produção do filme não conseguiu enxergar no processo de criação, como pensar as etapas da comercialização e divulgação do filme, e nesse sentido, pode-se afirmar que a função de produtor não pôde ser desempenhada de forma plena.

Geralmente uma obra de caráter independente exige um envolvimento no projeto que é muito mais próximo do processo criativo do que nas grandes produções, pois o seu cerne se encontra na concepção que ela pretende transmitir, mais do que, por exemplo, no ator que ele conseguirá promover. Trabalhar sobre esses aspectos, assim, exige não apenas uma visão de negócio, mas, principalmente, uma visão sobre a cultura e a arte que se relacionam aos seus aspectos simbólicos, que não necessariamente conflita com as suas potencialidades financeiras, mas requer, sem sombra de dúvidas, um trabalho mais dedicado do produtor. Isso pode apontar para uma demanda tanto do mercado quanto para o poder público, de um processo que podemos caracterizar como de uma qualificação profissional que compreenda as questões que envolvem o desenvolvimento do campo cultural também do ponto de vista simbólico.

5.4. As problemáticas da gestão pública das políticas do audiovisual no Brasil

A segunda questão que podemos apontar, a partir das dificuldades relatadas por Beatriz e Ibirá, refere-se à gestão pública das políticas do audiovisual. Em síntese, podemos afirmar que a simples ampliação de mecanismos e de montante de recursos disponíveis, por si só, não resolve as problemáticas e os vícios que atingem o cinema brasileiro. Se o desenvolvimento saudável para qualquer setor da economia está pautada na concorrência (sem sair da ótica liberal de mercado), o modelo em vigência não somente produz como acentua assimetrias de mercado, fortalecendo as grandes empresas produtoras, distribuidoras e exibidoras do país. Mais do que isso, ele favorece também os grupos estrangeiros que operam localmente.

A gestão privada de recursos públicos, atualmente, caminha num sentido contrário ao que os órgãos governamentais, como a ANCINE e o MinC, possuem como discurso. O crescimento do mercado audiovisual não acompanha o desempenho criativo e artístico do cinema brasileiro e um demonstrativo disso é o fato de que a participação brasileira, em termos de público e renda, permanece inalterada, na faixa

dos 10% há anos. Nesse sentido, a ANCINE, como agência reguladora, deixa de cumprir com o papel de Estado ativo, conforme foi apontado pelas análises de autores como Rubim e Botelho.

Quais são essas assimetrias de que muitos cineastas falam? Ela diz respeito a uma gestão pública que se pauta prioritariamente nos aspectos econômicos, e muito pouco nos aspectos culturais e artísticos das produções. E tais questões estão estruturadas sob essas bases porque foi a maneira que o Estado encontrou para incentivar o setor privado a “investir” no cinema. E também porque há uma lógica mercadológica de se pensar o “valor” das produções e dos produtores de filmes. Como a legislação permite não só que a empresa tenha isenção de impostos, como também permite lucrar com o imposto que ela deixa de direcionar ao Estado, as empresas tenderão a buscar essa forma de fomento, privilegiando grandes produtoras, produtores, diretores e atores conhecidos do grande público.

Não é difícil imaginar, assim, porque a Globo Filmes emplaca sucessos de bilheterias um atrás do outro, utilizando toda a estrutura que o seu grupo se permite utilizar como atrativo para chamar investidores, pois há uma vitrine para eles: a televisão aberta. Todo filme que conta com a participação da Globo Filmes terá espaço em seu canal televisivo, além de chamar a atenção do público por contar com atores que trabalham na emissora. Há todo um aparato que permite a sua promoção e divulgação, aumentando as suas possibilidades de atrair grande públicos para os seus filmes. Mais do que isso, não há preocupação com o fracasso de bilheteria, pois ele não será contabilizado por ela, uma vez que os recursos não são próprios, já que a toda nova produção em que ela participa, novas captações de recursos públicos são realizadas.

Na distribuição e exibição, ocorrem as mesmas assimetrias, os mecanismos de financiamento às empresas estão pautadas pela lógica de desempenho no mercado. O Prêmio Adicional de Renda, por exemplo, que distribui recursos para produção, distribuição e exibição, é calculado de acordo com o público que o grupo conseguiu no ano anterior. Ou seja, quem conseguiu mais público, receberá maior quantia de recursos advindos do “prêmio”. Ainda que a disponibilização desses recursos estejam atrelados a novos projetos, é evidente que esse mecanismo alimenta um círculo vicioso.

Como afirmamos acima, uma das partes importantes da cadeia cinematográfica é a promoção e a divulgação, e isso influencia na quantidade de salas

que se conseguirá “conquistar” com esse trabalho. Nesse sentido, como é que uma empresa independente concorrerá com os milhões que são gastos com propaganda e *marketing* que as grandes empresas promovem sobre seus filmes? Esse é um ponto crucial, que também deve ser compreendido pelo poder público, de que a quantidade de público não possui relação direta com a qualidade do filme. Na indústria cinematográfica, e na indústria cultural como um todo, o papel da publicidade e propaganda é um fator que tem ganhado cada vez mais centralidade. E divulgar e promover o filme requer somas cada vez mais altas dentro dessa indústria, muitas vezes utilizando orçamentos mais altos do que a própria produção do filme.

Certamente que uma obra artística deve ter entre os seus objetivos atingir o máximo de público possível, e deve ser uma preocupação do artista o diálogo que ele estabelecerá com esse público. Contudo, isso não pode ser a preocupação central na elaboração e criação artística. Assim, se compreendermos que, historicamente, a distribuição – bem como a promoção e divulgação – dos filmes brasileiros foram relegadas a segundo plano, inclusive pelos próprios cineastas, continuar a lógica do que já está colocado no mercado não conseguirá sanar as suas deficiências.

Quando do questionamento sobre a opção pela não utilização de recursos públicos de incentivo, para a produção de seu filme, a diretora Beatriz Seigner colocou como motivos as questões pessoais, de urgência em realizar o filme. Todo o processo para a aprovação e captação, além de burocrático, demanda um tempo muito grande, sendo que até o início das filmagens, essas etapas não são remuneradas. Trata-se de um outro fator a se pensar pelos gestores públicos, pois o processo criativo de um filme não se restringe apenas à filmagem, tendo etapas anteriores e posteriores. Isso demanda tempo de trabalho de todos os envolvidos numa produção.

A principal problemática, assim, no que se refere às políticas públicas do setor audiovisual são as brechas nas legislações e a permissividade delas em relação à atuação dos grandes grupos privados, constituindo um mercado onde as empresas financiadoras ganham publicidade gratuita (ao deduzir impostos) e ainda têm possibilidades de lucrar, caso o filme obtenha sucesso de bilheteria. Tais desvios precisam ser observados pelo poder público, e melhor regulamentados, para que o cinema não se torne apenas um “bom negócio” para um grupo muito restrito, seja de empresas seja dos profissionais do setor audiovisual.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As reflexões expostas nesse trabalho procurou refletir a partir da produção acadêmica sobre as políticas culturais do cinema no Brasil, bem como através de informações e dados junto a pessoas ligadas diretamente ao cinema e à produção e distribuição de seus produtos, trazidas pelas contribuições das pessoas pesquisadas nesse trabalho. O objetivo era refletir sobre as políticas do audiovisual do Governo Federal na última década, entre 2003 e 2012.

Creemos ter apresentado apontamentos relevantes para pensarmos no desenvolvimento de políticas públicas que sejam menos permissivas e que garantam a viabilidade de um cinema que não seja apenas diverso e plural, mas também que se garantam o acesso dessa diversidade e pluralidade por parte do público. Isso somente se efetivará, como tem demonstrado mais de 20 anos de políticas públicas via incentivo fiscal, se o Estado tomar um papel mais ativo, “corrigindo” distorções que os agentes do setor identificam em suas práticas profissionais.

Se há intenção por parte da ANCINE de pensar, de fato, o setor audiovisual como uma área estratégica, que agrega e complementa o desenvolvimento social do país, faz-se necessário um olhar detido para estas questões. A ampliação de mecanismos e recursos, impulsionados pelo bom desempenho do setor nos últimos anos é, certamente, um dado positivo. Contudo, ainda se faz necessário o fortalecimento da distribuição do cinema brasileiro e maior visibilidade para o filme brasileiro, seja em ocupação dos cinemas seja em sua veiculação em outros segmentos dos meios de comunicação audiovisual, como a televisão e a internet. Para que isso ocorra, a articulação e a elaboração das políticas públicas devem ter um olhar amplo sobre o cinema e o audiovisual, procurando ir além das questões econômicas.

Há na sociedade brasileira uma cobrança do retorno dos recursos públicos investidos nas produções audiovisuais, principalmente do cinema, sendo que hoje se produz muitos filmes, mas isso não significa estar no circuito comercial. Da mesma forma que se cobra “qualidade” dos filmes, que sejam atraentes para o público. Tais cobranças são legítimas, contudo, há fatores estruturais e socioculturais que também fazem com que a sociedade brasileira não se interesse pelo seu cinema. Fatores que já apontamos aqui, sendo uma das principais dela o fato de que mais de 90% dos municípios brasileiros não possuem salas de cinema e de que a programação das televisões abertas do país estão tomadas por produções estrangeiras.

Trata-se de um dado que possui dimensões simbólicas muito fortes, pois um dos raros momentos onde o brasileiro pode entrar em contato com uma expressão que retrate a sua realidade é nos programas jornalísticos, ou nas novelas, que são produzidas a partir de um polo específico do país, ganhando, assim, as especificidades do local onde é produzido. No entanto, esses espaços – mesmo que a novela ocupe o “horário nobre” – são pequenos dentro da grade de programação das emissoras.

Como podemos observar, há uma rede muito complexa para refletirmos acerca do cinema no Brasil, que envolve vários fatores e uma gama imensa de atores envolvidos, onde entram interesses de grandes corporações e capitais. O que a ANCINE sinaliza, no entanto, é que não quer fugir a esse debate, ao ter lançado uma consulta pública, com objetivo de propor diretrizes e metas para o setor. O PDM segue a linha política do governo nos últimos 10 anos, procurando demonstrar que um setor audiovisual brasileiro forte é de interesse de todos, de empresários a produtores, e beneficia a sociedade como um todo.

O risco de lançar uma consulta pública é de que ela não concretize mudanças reais nas assimetrias existentes, deixando mais evidente do que já está as relações de poder que permeiam o desenvolvimento das políticas públicas do setor. Contudo, ela também favorece a rearticulação de forças políticas e não apenas um diálogo mais ampliado, podendo dar maior legitimidade e poder para promover as mudanças necessárias, a partir das demandas oriundas do próprio setor.

Em relação ao PDM e às políticas públicas do setor, na opinião de Beatriz Seigner e Ibirá Machado o cenário, ao menos no médio prazo, é favorável a mudanças e a recondução da atual diretoria da ANCINE favorece o clima de otimismo. Em nossa análise também pode ser observado com bons olhos a continuidade de políticas públicas, o que pode dar maior tempo de maturação para as ações do poder público. Contudo, acreditamos que o principal avanço a se notar no desenvolvimento das políticas públicas do setor audiovisual no país, em relação ao que foi desenvolvido anteriormente (MARSON, 2009: 179-82), é a quebra da visão dicotômica entre cinema como indústria e cinema como arte. O que se descortina como horizonte, portanto, é uma tentativa de tratar essas visões como convergentes e necessárias para a existência saudável do cinema, se não como uma indústria, que tenha as características próprias do cinema produzido no país.

BIBLIOGRAFIA

ABEL, Richard. Os perigos da Pathé ou a americanização dos primórdios do cinema americano, in: CHARNEY, Leo; SCHWARTZ, Vanessa R. *O cinema e a invenção da vida moderna*. 2ª edição. São Paulo: CosacNaify, 2004. pp. 215-255.

BOTELHO, Isaura. Dimensões da cultura e políticas públicas, in: *São Paulo em perspectiva*, v. 15 n. 2. São Paulo, abril/junho 2001. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/spp/v15n2/8580.pdf>. Acessado em 22/04/2013.

_____. Uma rápida reflexão sobre o MinC entre 2003 e 2011, in:

BARROS, José Márcio; OLIVEIRA JÚNIOR, José (orgs.). *Pensar e agir com a cultura: desafios da gestão cultural*. 1ª edição. Belo Horizonte: Observatório da Diversidade Cultural, 2011. pp. 69-78. Disponível em: http://observatoriodadiversidade.org.br/arquivos/pensar_agir.pdf. Acessado em 06/05/2013.

BRASIL. ANCINE. *Informe de acompanhamento de mercado. Informe anual preliminar. Filmes e bilheterias – 2012*. Brasília, 2013. Disponível em: <http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/Informes/2012/Informe-anual-2012-preliminar.pdf>. Acessado em 19/04/2013.

_____. *Plano de diretrizes e metas para o audiovisual: o Brasil de todos os olhares para todas as telas*. Brasília, 2012. Disponível em: <http://ancine.gov.br/sites/default/files/consultas-publicas/PDM%20-FINAL.pdf>.

Acessado em 19/04/2013.

COSTA, Flávia Cesarino. *O primeiro cinema: espetáculo, narração, domesticação*. 1ª edição. Rio de Janeiro: Azougue Editorial, 2005.

FORNAZARI, Fabio Kobol. Instituições do Estado e políticas de regulação e incentivo ao cinema no Brasil: o caso da Ancine e Ancinav, in: *Revista de Administração Pública*. Rio de Janeiro, vol. 40 (nº 4), jul/ago 2006. pp. 647-77.

Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rap/v40n4/31600.pdf>. Acessado em 22/04/2013.

LEITE, Sidney Ferreira. *Cinema brasileiro: das origens à retomada*. 1ª edição. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2005.

MARSON, Melina Izar. *Cinema e políticas de Estado: da Embrafilme à Ancine*. 1ª edição. São Paulo: Escrituras Editora, 2009.

NAKATANI, Tony Shigueki. *Entrevista com Beatriz Seigner e Ibirá Machado, sobre Bollywood Dream – o sonho bollywoodiano*. São Paulo, 2013.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. *As políticas culturais e o governo Lula*. 1ª edição. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2011.

TV DENTRO DA TV – Lei da televisão por assinatura criou safra de canais nacionais nanicos e fartos de assinantes. *Folha de S. Paulo*, 13 de maio de 2013, Ilustrada. p.1.

YIN, Robert K. *Estudo de caso: planejamento e métodos*. 3ª edição. Porto Alegre: Bookman, 2005.

XAVIER, Ismail. Cinema brasileiro contemporâneo: pensar a conjuntura e viver impasses na sociedade do espetáculo, in: BOTELHO, André; SCHWARCZ, Lilia Moritz (orgs.). *Agenda brasileira: temas de uma sociedade em mudança*. 1ª edição. São Paulo: Companhia das Letras, 2011. pp. 122-133.

LEGISLAÇÃO

ANCINE. INSTRUÇÃO NORMATIVA nº 44, de 11 de novembro de 2005. Normatiza a concessão do Prêmio Adicional de Renda como mecanismo de fomento à indústria cinematográfica brasileira.

_____. *INSTRUÇÃO NORMATIVA nº 56*, de 25 de setembro de 2006. Estabelece normas gerais para o Programa Ancine de Incentivo à Qualidade do Cinema Brasileiro.

LEI nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991. Restabelece princípios da Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) e dá outras providências.

LEI nº 8.685, de 20 de julho de 1993. Cria mecanismos de fomento à atividade audiovisual e dá outras providências.

LEI nº 11.437, de 26 de dezembro de 2006. Altera a destinação de receitas decorrentes da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional -CONDECINE, criada pela Medida Provisória nº 2.228-1, de 6 de setembro de 2001, visando ao financiamento de programas e projetos voltados para o desenvolvimento das atividades audiovisuais; altera a Medida Provisória nº 2.228-1, de 6 de setembro de 2001, e a Lei nº 8.685, de 20 de julho de 1993, prorrogando e instituindo mecanismos de fomento à atividade audiovisual; e dá outras providências.

LEI nº 11.652, de 7 de abril de 2008. Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta; autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação – EBC; altera a Lei nº 5.070, de 7 de julho de 1966; e dá outras providências.

LEI nº 12.485, de 12 de setembro de 2011. Dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado; altera a Medida Provisória nº 2.228-1, de 6 de setembro de 2001, e as Leis nºs 11.437, de 28 de dezembro de 2006, 5.070, de 7 de julho de 1966, 8.977, de 6 de janeiro de 1995, e 9.472, de 16 de julho de 1997; e dá outras providências.

LEI nº 12.599, de 23 de março de 2012. Altera as Leis nºs 10.893, de 13 de julho de 2004, que dispõe sobre o Adicional ao Frete para a Renovação da Marinha Mercante - AFRMM e o Fundo da Marinha Mercante - FMM, 11.434, de 28 de dezembro de 2006, 11.196, de 21 de novembro de 2005, 10.865, de 30 de abril de 2004, 8.685, de 20 de julho de 1993, 12.249, de 11 de junho de 2010, 11.775, de 17 de setembro de 2008, e 11.491, de 20 de junho de 2007, e a Medida Provisória nº 2.228-1, de 6 de setembro de 2001; revoga dispositivos das Leis nºs 9.432, de 8 de janeiro de 1997, e

10.925, de 23 de junho de 2004; altera a incidência da Contribuição para o PIS/Pasep e da Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social - COFINS na cadeia produtiva do café; institui o Programa Cinema Perto de Você; e dá outras providências.

MEDIDA PROVISÓRIA nº 2.228-1, de 6 de setembro de 2001. Estabelece princípios gerais da Política Nacional do Cinema, cria o Conselho Superior do Cinema e a Agência Nacional do Cinema - ANCINE, institui o Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Nacional - PRODECINE, autoriza a criação de Fundos de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional - FUNCINES, altera a legislação sobre a Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional e dá outras providências.