

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE ARTE E COMUNICAÇÃO
CENTRO LATINOAMERICANO DE COMUNICAÇÃO E CULTURA

MARINA PEREIRA VILELA

AS LÓGICAS SIMBÓLICAS E ECONÔMICAS NAS POLÍTICAS DE INCENTIVO AO
CINEMA NACIONAL

São Paulo

2024

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

ESCOLA DE ARTE E COMUNICAÇÃO
CENTRO LATINOAMERICANO DE COMUNICAÇÃO E CULTURA

AS LÓGICAS SIMBÓLICAS E ECONÔMICAS NAS POLÍTICAS DE INCENTIVO AO
CINEMA NACIONAL

MARINA PEREIRA VILELA

Trabalho de conclusão de curso
apresentado como requisito
parcial para obtenção do título de
Especialista em Gestão de
Projetos Culturais.

Orientação Profa. Dra. Karina
Poli.

São Paulo

2024

AGRADECIMENTOS

A realização deste trabalho só foi possível graças ao apoio e incentivo de várias pessoas e instituições, às quais sou profundamente grata.

Agradeço primeiramente à minha orientadora, Profa. Dra. Karina Poli, pela orientação dedicada, paciência e conhecimento compartilhado ao longo de todo o processo, contribuindo para o desenvolvimento deste estudo.

Expresso minha gratidão também aos professores e colegas da Escola de Arte e Comunicação da Universidade de São Paulo, por todas as trocas enriquecedoras e o ambiente inspirador.

Agradeço às profissionais das produtoras Glaz Entretenimento e Galeria Distribuidora, que gentilmente contribuíram com seu tempo e conhecimento para a realização das entrevistas que fundamentaram este trabalho.

Por fim, agradeço à minha família e amigos, pelo apoio constante, motivação e compreensão nos momentos mais desafiadores deste percurso.

AS LÓGICAS SIMBÓLICAS E ECONÔMICAS NAS POLÍTICAS DE INCENTIVO AO CINEMA NACIONAL¹

Marina Pereira Vilela²

Resumo: Este trabalho analisa as dinâmicas simbólicas e econômicas nas políticas de incentivo ao cinema nacional brasileiro, discutindo como elas impactam a produção audiovisual. Baseando-se nas teorias de Pierre Bourdieu sobre campos e capital cultural, e no trabalho de David Hesmondhalgh, o estudo investiga a dicotomia presente nas normativas governamentais, que ora incentivam o setor pela sua capacidade comercial, ora por seu valor simbólico. A pesquisa inclui a análise do arcabouço normativo de incentivo ao setor e entrevistas com representantes de produtoras nacionais, destacando como essas políticas moldam o funcionamento e as estratégias de produção no Brasil. Os resultados sugerem que a concentração de recursos em agentes consolidados e a falta de incentivos para novos talentos e diversidade de obras representam desafios à sustentabilidade e à inovação na indústria cinematográfica brasileira.

Palavras-chave: Políticas Públicas. Cinema. Brasil. Economia. Cultura.

¹Trabalho de conclusão de curso apresentado como condição para obtenção do título de Especialista em Gestão de Projetos Culturais.

²Pós-graduanda em Gestão de Projetos Culturais.

1 INTRODUÇÃO

Há pouco mais de seis anos estudando e trabalhando na área da produção audiovisual brasileira, foi possível perceber que a produção cinematográfica brasileira gira em torno das políticas públicas de incentivo ao setor, de forma que estas definem a dinâmica das relações entre os agentes culturais, políticos e econômicos que atuam no setor cinematográfico do país.

Para poder acessar os recursos públicos a fim realizar a produção e distribuição de obras audiovisuais, as produtoras brasileiras independentes³ precisam ajustar seus projetos audiovisuais e até mesmo seu funcionamento - contrato social, setor financeiro e regime tributário - às normativas dos órgãos governamentais que definem as políticas do setor. Parte do trabalho que se vivencia no setor é entender tais normativas e processos seletivos da Agência Nacional do Cinema (doravante “ANCINE”) e do Fundo Setorial do Audiovisual (“FSA”), entre outros órgãos, para poder atendê-las, visando realizar os projetos de obras audiovisuais.

Obras audiovisuais cinematográficas são produtos culturais de natureza dual, pois fazem parte da chamada indústria cultural, estando sujeitas às lógicas de mercado, e, ao mesmo tempo, possuem valor simbólico e cultural, *i.e.*, carregam e transmitem a cultura e a identidade de quem as realiza. Nesse sentido, o inciso I do artigo 6º da Medida Provisória nº 2.228-1 de 6 de setembro de 2001 (doravante simplesmente “MP 2.228-1”), determina que é objetivo da ANCINE “promover a cultura nacional e a língua portuguesa mediante o estímulo ao desenvolvimento da indústria cinematográfica e videofonográfica nacional em sua área de atuação”. Assim, é possível identificar esta característica dual do cinema pautando a origem da política pública do setor, pois o legislador determinou que ao fomentar a indústria cinematográfica, também se promove a cultura do Brasil.

Porém, o funcionamento do incentivo ao cinema brasileiro parece classificar os projetos por uma dicotomia: produto com valor comercial *versus* produto com valor cultural/simbólico. Ao se analisar os mecanismos de incentivo, é possível perceber que a seleção de projetos acontece por sua capacidade comercial ou por seu capital simbólico, ao invés de lidar com os projetos audiovisuais considerando ambas as características.

Com isso, as produtoras vivem sob a constante necessidade de ajustar seus projetos e o próprio funcionamento da empresa aos editais e chamadas públicas da ANCINE e do FSA, a partir de tal dicotomia. Entender como a dinâmica das normativas funciona e de que maneira a

³ Podem receber os valores disponibilizados pela ANCINE para investimento, as empresas que se enquadrem à definição do inciso XLII do artigo 1º da Instrução Normativa 104/2012 da ANCINE.

atuação dos agentes do setor é impactada, é fundamental para quem deseja trabalhar com cinema no Brasil e obter sucesso para os filmes brasileiros. Assim, o presente artigo quer responder ao seguinte questionamento: como as produtoras audiovisuais do setor são impactadas pela dicotomia das políticas de incentivo ao setor cinematográfico, que ora pautam a produção cinematográfica por uma lógica comercial, e ora pautam a produção por uma lógica simbólica?

Para tentar responder à pergunta acima, este artigo realizará uma pesquisa exploratória analisando as normativas atuais do setor, a saber: a Lei nº. 8.685 de 20 de julho de 1993, conhecida como Lei do Audiovisual, que criou as políticas de incentivo até hoje em vigor; a já mencionada MP 2.228-1, criadora da ANCINE, as chamadas públicas, instruções normativas e regulamentos da ANCINE e do FSA.

Então, para entender como é a dinâmica do campo cinematográfico da perspectiva dos agentes do setor, usar-se-á de pesquisa empírica, realizando entrevistas semiestruturadas com produtoras de diferentes perfis de produção audiovisual, a fim de entender como estas estruturam suas atividades, como determinam suas linhas editoriais e projetos de preferência, e como vivenciam as políticas públicas. Optou-se por realizar as entrevistas com os agentes apresentados a seguir:

Glaz Entretenimento, produtora localizada na cidade de São Paulo -SP e que atua na criação, desenvolvimento e produção de conteúdo audiovisual para cinema desde 2004⁴. É a produtora responsável pelo longa-metragem “Loucas para Casar”, o filme brasileiro mais assistido nos cinemas em 2015 (Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual, 2022, p. 44).

Galeria Distribuidora⁵, produtora fundada em 2018, é também responsável por distribuir os filmes dos quais participa da produção, ou seja, é também responsável por “fazer a(s) venda(s)” dos filmes e séries.

Carnaval⁶, é uma produtora localizada em Recife no Pernambuco, conta com filmes reconhecidos internacionalmente e ganhadores de prêmios em festivais nacionais e internacionais.

Assim, o próximo item do artigo irá explorar e explicar a lógica comercial e a lógica cultural/simbólica da indústria cultural, em especial no setor audiovisual. O terceiro tópico servirá para expor as normas legais nas quais é possível perceber a dicotomia entre lógicas

⁴ “Sobre” Glaz Entretenimento. Disponível em: <<https://glazentretenimento.com/sobre/>> Acesso em 10 jul. 2024

⁵ “Sobre” Galeria Distribuidora. Disponível em: <<https://www.galeriadistribuidora.com.br/sobre/>> Acesso em 10 jul. 2024

⁶ Sobre “Carnaval Filmes”. Disponível em: <<https://carnavalfilmes.com.br/>> Acesso em 10 out. 2024

comercial e simbólica analisadas no segundo capítulo. Então, o tópico seguinte trará as visões das produtoras obtidas a partir das entrevistas, para entender como estas percebem a dicotomia. E por fim, tentar-se-á avaliar possíveis conclusões do percurso deste trabalho.

A partir desses entendimentos, o presente trabalho tenta compreender como as políticas públicas do audiovisual brasileiro determinam o *habitus*, *i.e.*, o alicerce que estrutura as formas de acesso ao financiamento público e como as produtoras brasileiras encaram o funcionamento da ANCINE, ora como fomento à indústria - priorizando o aspecto comercial das obras audiovisuais e dos seus agentes - ora fomentando obras audiovisuais e agentes a partir do seu capital simbólico.

2 AS LÓGICAS ECONÔMICAS E SIMBÓLICAS DA INDÚSTRIA CULTURAL

A partir da década de 1980, as indústrias culturais passaram a fazer parte do escopo de políticas culturais governamentais, que até então estavam focadas nas artes de pequena escala, das quais podemos citar as artes plásticas e a literatura. Nas políticas governamentais, a cultura é vista como recurso de inclusão e transformação social; assim, visando combater a hegemonia das indústrias culturais estadunidenses, os governos dos países criam, então, instrumentos para proteger seu mercado cultural interno (POLI, 2021, p.88).

Durante a década de 1990, no âmbito do comércio internacional, o princípio chamado “exceção cultural” pautou as discussões do Acordo Geral de Tarifas de Comércio (GATT) na Rodada do Uruguai. Tal princípio foi usado por países como França e Canadá para justificar a exclusão de produtos culturais das regras de livre comércio internacional. Tatiana Serfert define que:

“A teoria da exceção cultural é baseada no entendimento de que os produtos culturais são portadores de natureza econômica e ao mesmo tempo simbólica, pois, além de terem valor comercial, carregam a identidade da nação produtora. Neste sentido, estes produtos exigem um tratamento especial no ambiente comercial, pois necessitam de uma proteção diferenciada dos Estados, através de políticas que visem garantir sua natureza dual.” (2009, p.12)

Igualmente a outros países, é possível afirmar que o Estado brasileiro editou as normativas que estruturam a política de incentivo ao audiovisual - usufruída até hoje - baseando-se na teoria da exceção cultural. Dessa forma, e como já mencionado anteriormente, pode-se identificar na Lei do Audiovisual e na MP 2.228-1 a vontade do legislador em promover a cultura brasileira e ao mesmo tempo promover a sustentabilidade e a competitividade do setor cinematográfico do país.

Ao instituir a política que irá reger o financiamento de obras cinematográficas, se estabelece o campo da produção independente, que é formado pelas relações entre os agentes independentes - que buscam, na referida política pública, o dinheiro para financiar suas obras - e os agentes financiadores. Essas relações, que são moldadas por lógicas econômicas e simbólicas, podem ser analisadas pela teoria dos campos de Pierre Bourdieu, porém, é essencial também compreender os desdobramentos dessa teoria para a indústria cultural contemporânea a partir do trabalho do autor David Hesmondhalgh.

Na teoria dos campos de Bourdieu aplicada à cultura, o setor cinematográfico está inserido no subcampo das indústrias culturais, no qual as produções dos bens culturais - aqui as obras audiovisuais - são feitas em larga escala e seus agentes estão sujeitos às regras de mercado. De acordo com a autora Karina Poli (2021, p. 87), o conceito de campo na referida teoria de Bourdieu é o que segue:

“o campo é um espaço social que tem suas próprias regras, princípios e hierarquias. É definido a partir de diversas redes de relações e agentes que se posicionam de maneiras distintas e disputam forças simbólicas, políticas e econômicas, estabelecendo conflitos e tensões entre seus membros.”

Lia Bahia também utiliza a teoria dos campos de Bourdieu para descrever o campo cinematográfico brasileiro, “pois como quaisquer outras áreas, se trata de uma questão de poder e capital. É, assim, o lugar de relações de forças, internamente marcadas por lutas e disputas históricas e permeado por outros campos, como o do poder, o econômico, o artístico, o político e o social.” (BAHIA, 2012, p. 30). Para a autora Poli (2021, p. 88), ainda, a produção cultural funciona como um ecossistema em que produtores, instituições e artistas que já possuem reconhecimento e reputação acessam financiamento e prêmios, ao passo que agentes do setor com menos prestígio tentam alcançar tais financiamentos e capital econômico.

Ao considerarmos o setor cinematográfico brasileiro com um campo, conforme a teoria de Bourdieu, então, podemos afirmar que as políticas de incentivo ao setor cinematográfico definem o *habitus* do campo, ou seja, estruturam as maneiras como os agentes se relacionam. Isto porque ao estabelecerem os mecanismos pelos quais são financiadas as produções, definem o capital de cada agente, quais tipos de relação contratual as partes podem compor. Em outras palavras, as normativas do incentivo público ao cinema nacional determinam “as regras do jogo” do financiamento das obras cinematográficas. Nesse sentido, este artigo pretende explorar como é o funcionamento deste *habitus* definido pelas normativas da ANCINE e do FSA a partir da perspectiva das produtoras audiovisuais entrevistadas.

Para o autor Hesmondhalgh (2006, p. 215) a teoria dos campos de Bourdieu aplicada ao campo cultural dá pouca atenção à produção cultural em larga escala, *i.e.*, à indústria cultural. De forma que a discussão do sociólogo francês parece implicar que a produção cultural em larga escala não poderia realizar produtos com alto valor simbólico, já que estariam “presas” à lógica industrial (“*production for producers*”). Porém, é preciso considerar que os próprios conglomerados de comunicação, em específico as empresas de canais de transmissão e exibição, segmentam as suas produções a fim de alcançar públicos diversos e não apenas realizar obras comerciais para um público indiferenciado. Assim, Hesmondhalgh lista obras audiovisuais que recebem tanto premiações da indústria e as críticas de jornais e profissionais especializados (prestígio), quanto são campeãs em audiência (popularidade) (2006, p. 222).

Com essas teorias em mente, passamos, então, a explorar as políticas de incentivo e as relações estabelecidas por elas entre os agentes do setor.

3 OS MECANISMOS DE INCENTIVO E A VISÃO DAS PRODUTORAS BRASILEIRAS INDEPENDENTES

A seguir, será realizada a análise das normativas legais e infralegais mais relevantes para apresentar os conceitos e mecanismos de acesso ao fomento e investimento público governamental dos últimos dois anos, buscando identificar nesses a dicotomia entre valor simbólico e valor econômico.

Em razão do pouco uso pelo setor, não serão analisados os seguintes mecanismos: artigo 1º da Lei do Audiovisual que define a compra de quotas de participação nas obras audiovisuais, a ser regulamentada pela Comissão de Valores Mobiliários; o artigo 41 da MP 2.228-1, que estabelece os FUNCINES, fundos de investimento voltados para o setor cinematográfico e operados por instituições financeiras; e os mecanismos da Lei de Incentivo à Cultura, Lei nº 8.313 de 23 de dezembro de 1991.

Cumpramos ressaltar que para todas as possibilidades de investimento que iremos trabalhar, os projetos audiovisuais precisam ser previamente apresentados e aprovados pela ANCINE, através de seu sistema digital na internet⁷, o Sistema ANCINE Digital, ou “SAD”. O mesmo vale para os contratos e negócios jurídicos firmados entre as produtoras e os demais agentes, como investidores, distribuidores, parceiros, entre outros. Ainda, todos os gastos da produção

⁷Sistema ANCINE Digital: <

da obra audiovisual realizados com os recursos administrados pela ANCINE e/ou FSA devem ser devidamente comprovados por meio de uma prestação de contas, conforme Instrução Normativa n. 159/2021 emitida pela ANCINE em 23 de dezembro de 2021.

3.1 CONCEITUAÇÃO OBRA BRASILEIRA INDEPENDENTE

Antes de mais nada, é de suma importância pontuar que as políticas de incentivo ao audiovisual do Brasil servem para a realização de as obras brasileiras e independentes, cujo conceito é definido pelos incisos IV e V do artigo 1º da MP 2.228-1, transcritos a seguir:

“IV - obra cinematográfica e videofonográfica de produção independente: aquela cuja empresa produtora, detentora majoritária dos direitos patrimoniais sobre a obra, não tenha qualquer associação ou vínculo, direto ou indireto, com empresas de serviços de radiodifusão de sons e imagens ou operadoras de comunicação eletrônica de massa por assinatura;

V - obra cinematográfica brasileira ou obra videofonográfica brasileira: aquela que atende a um dos seguintes requisitos:

a) ser produzida por empresa produtora brasileira, observado o disposto no § 1o, registrada na ANCINE, ser dirigida por diretor brasileiro ou estrangeiro residente no País há mais de 3 (três) anos, e utilizar para sua produção, no mínimo, 2/3 (dois terços) de artistas e técnicos brasileiros ou residentes no Brasil há mais de 5 (cinco) anos;

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

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

3.2 MECANISMOS DE INCENTIVO INDIRETO

Os mecanismos de incentivo indireto funcionam de maneira que as produtoras precisam captar e firmar contratos com empresas que farão o investimento e não diretamente com o órgão governamental. No entanto, como mencionado acima, os projetos de obras audiovisuais são inscritos no SAD e precisam prestar contas dos valores captados e utilizados na execução do projeto, já que tratamos de uso de dinheiro público.

3.2.1 Análise do artigo 1º-A da Lei do Audiovisual

O artigo 1º-A da Lei do Audiovisual dita o seguinte:

“Art. 1º-A Até o ano-calendário de 2024, inclusive, as quantias referentes ao patrocínio à produção de obras audiovisuais brasileiras de produção independente, cujos projetos tenham sido previamente aprovados pela Ancine, poderão ser deduzidas do imposto de renda devido apurado:

I - na declaração de ajuste anual pelas pessoas físicas; e

II - em cada período de apuração, trimestral ou anual, pelas pessoas jurídicas tributadas com base no lucro real.

[...] § 4o Os projetos específicos da área audiovisual, cinematográfica de difusão, preservação, exibição, distribuição e infraestrutura técnica apresentados por empresa brasileira poderão ser credenciados pela Ancine para fruição dos incentivos fiscais de que trata o caput deste artigo, na forma do regulamento.”

O artigo acima define a figura do patrocínio: pessoas físicas e empresas cuja tributação é realizada com base no lucro real podem destinar parcela de seu imposto de renda para patrocinar projetos de obras audiovisuais. Como contrapartida, as pessoas e/ou empresas que realizam o investimento recebem crédito como patrocinadores nos créditos iniciais e finais do filme. Esse mecanismo é bastante similar ao que ocorre em patrocínios de projetos culturais realizados por meio da Lei de Incentivo à Cultura, *i.e.*, Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991. Vale ressaltar que o investidor por este mecanismo não necessariamente é um agente do setor cinematográfico, podendo ser empresas do setor de energia, saneamento básico, bancos, entre outras.

3.2.2 Análise dos Artigos 3º e 3º-A da Lei do Audiovisual

O Artigo 3º da Lei do Audiovisual define a possibilidade de investimento ou de coprodução de obras audiovisuais brasileiras e independentes por empresas que realizam remessas de quantias ao exterior em razão da exploração de obras audiovisuais estrangeiras em território brasileiro, ou seja, as empresas que distribuem filmes estrangeiros no Brasil. Vide a seguir:

“Art. 3o Os contribuintes do Imposto de Renda incidente nos termos do art. 13 do Decreto-Lei nº 1.089, de 1970⁸, alterado pelo art. 2o desta Lei, poderão beneficiar-se de abatimento de 70% (setenta por cento) do imposto devido, desde que invistam no desenvolvimento de projetos de produção de obras cinematográficas brasileiras de longa-metragem de produção independente, e na coprodução de telefilmes e minisséries brasileiros de produção independente e de obras cinematográficas brasileiras de produção independente.

§ 1o A pessoa jurídica responsável pela remessa das importâncias pagas, creditadas, empregadas ou remetidas aos contribuintes de que trata o caput deste artigo terá preferência na utilização dos recursos decorrentes do benefício fiscal de que trata este artigo.

§ 2o Para o exercício da preferência prevista no § 1o deste artigo, o contribuinte poderá transferir expressamente ao responsável pelo pagamento ou remessa o benefício de que trata o caput deste artigo em dispositivo do contrato ou por documento especialmente constituído para esses fins.”

⁸ “Art. 13. As importâncias pagas, creditadas, empregadas, remetidas ou entregues aos produtores, distribuidores ou intermediários no exterior, como rendimentos decorrentes da exploração de obras audiovisuais estrangeiras em todo o território nacional, ou por sua aquisição ou importação a preço fixo, ficam sujeitas ao imposto de 25% na fonte.”

Já o artigo 3º-A da Lei do Audiovisual trata da possibilidade de investir até 70% do valor que seria recolhido a título de imposto de renda, por empresas que realizam a transmissão de conteúdos na TV aberta, para o investimento ou coprodução em obras audiovisuais brasileiras e independentes:

“Art. 3º-A. Os contribuintes do Imposto de Renda incidente nos termos do art. 72 da Lei no 9.430, de 27 de dezembro de 1996⁹, beneficiários do crédito, emprego, remessa, entrega ou pagamento pela aquisição ou remuneração, a qualquer título, de direitos, relativos à transmissão, por meio de radiodifusão de sons e imagens e serviço de comunicação eletrônica de massa por assinatura, de quaisquer obras audiovisuais ou eventos, mesmo os de competições desportivas das quais faça parte representação brasileira, poderão beneficiar-se de abatimento de 70% (setenta por cento) do imposto devido, desde que invistam no desenvolvimento de projetos de produção de obras cinematográficas brasileira de longa-metragem de produção independente e na coprodução de obras cinematográficas e videofonográficas brasileiras de produção independente de curta, média e longas-metragens, documentários, telefilmes e minisséries.

§ 1º A pessoa jurídica responsável pela remessa das importâncias pagas, creditadas, empregadas, entregues ou remetidas aos contribuintes de que trata o caput deste artigo terá preferência na utilização dos recursos decorrentes do benefício fiscal de que trata este artigo.

§ 2º Para o exercício da preferência prevista no § 1º deste artigo, o contribuinte poderá transferir expressamente ao responsável pelo crédito, emprego, remessa, entrega ou pagamento o benefício de que trata o caput deste artigo em dispositivo do contrato ou por documento especialmente constituído para esses fins.”

Pelos mecanismos definidos nos artigos 3º e 3º-A acima, as empresas podem se tornar investidoras da obra. Assim, além de receber créditos, também recebem uma porcentagem proporcional ao seu investimento nas receitas da exploração comercial da obra audiovisual. Caso a empresa opte por se tornar coprodutora, além de receber créditos e receitas, também será titular de direitos autorais patrimoniais da obra, proporcionais a seu investimento – com valor máximo de 49%, a fim de garantir que a maior parte dos direitos sobre a obra sejam de produtora (ou produtoras) brasileira e independente.

Como esses dois artigos, 3º e 3º-A, tratam especificamente do investimento por distribuidoras e emissoras de televisão, é bastante comum que essas empresas, além dos benefícios elencados acima, também adquiram os direitos de distribuir e/ou exibir os filmes realizados com os recursos durante um período de tempo, sendo 25 anos o prazo máximo permitido pela ANCINE.

3.2.3. Análise do Art. 39, inciso X, da MP 2.228-1

⁹Art. 72. Estão sujeitas à incidência do imposto na fonte, à alíquota de quinze por cento, as importâncias pagas, creditadas, entregues, empregadas ou remetidas para o exterior pela aquisição ou pela remuneração, a qualquer título, de qualquer forma de direito, inclusive à transmissão, por meio de rádio ou televisão ou por qualquer outro meio, de quaisquer filmes ou eventos, mesmo os de competições desportivas das quais faça parte representação brasileira.

O Art. 39, inciso X, da MP 2.228-1 define que é possível às empresas programadoras de conteúdos para televisão paga (janelas como tv a cabo, “*pay per view*”, etc.) destinar 3% (três por cento) do valor que seria recolhido a título do tributo Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional, ou “CONDECINE”, para a produção de obras brasileiras independente. Conforme a seguir:

“X - a CONDECINE de que trata o parágrafo único do art. 32, referente à programação internacional, de que trata o inciso XIV do art. 1o, desde que a programadora beneficiária desta isenção opte por aplicar o valor correspondente a 3% (três por cento) do valor do pagamento, do crédito, do emprego, da remessa ou da entrega aos produtores, distribuidores ou intermediários no exterior, das importâncias relativas a rendimentos ou remuneração decorrentes da exploração de obras cinematográficas ou videofonográficas ou por sua aquisição ou importação a preço fixo, bem como qualquer montante referente a aquisição ou licenciamento de qualquer forma de direitos, em projetos de produção de obras cinematográficas e videofonográficas brasileiras de longa, média e curta metragens de produção independente, de co-produção de obras cinematográficas e videofonográficas brasileiras de produção independente, de telefilmes, minisséries, documentais, ficcionais, animações e de programas de televisão de caráter educativo e cultural, brasileiros de produção independente, aprovados pela ANCINE.”

Igualmente aos mecanismos estabelecidos anteriormente, no caso da aplicação em projetos de produção ou coprodução, as empresas podem se tornar investidoras ou coprodutoras do filme, recebendo créditos, titularidade sobre os direitos autorais e recebem uma porcentagem proporcional ao seu investimento das receitas da exploração comercial da obra audiovisual. Além de também poderem adquirir os direitos de distribuição/exibição das obras pelo prazo máximo de 25 anos.

Para acessar os mecanismos de incentivo indireto, as produtoras proponentes de projetos na ANCINE precisam realizar a chamada “captação”, i.e., buscar no mercado empresas e/ou pessoas que tenham interesse em investir recursos, a partir dos mecanismos definidos nas normas elencadas acima. Assim, para uma empresa -ou no linguajar do setor um “*player*” - realizar um investimento, é preciso que o projeto da obra audiovisual dialogue com os produtos/serviços da empresa, sua missão, valores, marca e visão de mercado. Além disso, e mais importante, é preciso que a obra audiovisual tenha valor comercial, para que a marca do investidor atinja o maior número possível de público. Nesse sentido, podemos afirmar que estes mecanismos se enquadram mais em uma lógica comercial.

3.3. MECANISMOS DE INCENTIVO DIRETO

Além dos mecanismos de incentivo indireto trabalhados no item anterior, existem os mecanismos de incentivo direto, nos quais as produtoras independentes obtêm investimento por meio de contratos assinados diretamente com o poder público. Para a seleção de projetos

que receberão investimento direto, a ANCINE e o FSA elaboram e divulgam editais e chamadas públicas.

Para fins deste estudo, analisaremos as 14 (catorze) chamadas públicas voltadas para o cinema divulgadas a partir de 2022. Essas chamadas públicas podem ser divididas em quatro subgrupos: (i) desempenho comercial; (ii) critérios de avaliação por uma comissão de seleção; (iii) desempenho artístico; e (iv) sistema de pontuação da ANCINE às produtoras, distribuidoras e diretores. Vejamos:

3.3.1 Chamadas Públicas por desempenho comercial

Em três processos seletivos, as chamadas públicas por desempenho comercial das distribuidoras de 2022 e 2023 e a chamada pública por desempenho comercial de produtoras de 2024, a seleção dos projetos foi realizada a partir de um sistema de pontuação das produtoras ou distribuidoras, que teve como base a receita bruta auferida nas bilheterias dos filmes anteriores desses agentes. Ou seja, a seleção considerou apenas o desempenho dos filmes lançados anteriormente em salas de cinema pelos agentes do setor, conforme informações que constam no Sistema de Acompanhamento de Distribuição em Salas – “SADIS”.

3.3.2 Chamadas Públicas com critérios de avaliação por uma comissão de seleção

Em seis das chamadas públicas de 2022 a 2024, os projetos são classificados pela avaliação dos seguintes critérios, que são pontuados de 1 a 5:

- “a) Projeto artístico, incluindo sinopse, visão do diretor e roteiro, *storyboard* ou estrutura de documentário, além de bíblia para o caso dos projetos de animação [...];
- b) Abrangência do tema, comunicabilidade e adequação da proposta ao público;
- c) Estruturação físico-financeira: condições de conclusão da obra no prazo, observando estágio de produção, captação, licenciamentos e parcerias efetivadas;
- d) Estratégia comercial e potencial de retorno comercial da obra audiovisual cinematográfica nos diversos segmentos do mercado audiovisual;
- e) Perspectiva de participação em mostras e festivais nacionais e internacionais e a consequente difusão e valorização cultural dos países coprodutores; [...]”

Nas Chamadas Públicas BRDE/FSA – “Cinema – Novos Realizadores 2022” (p. 8), “Coprodução Internacional Cinema 2022” (p. 8), “Coprodução Brasil-Portugal – 2023” (p. 8), “Coprodução Internacional Cinema – 2023” (p. 10), “Coprodução Brasil-Portugal – 2024” (p. 8) e “Coprodução Brasil-Uruguai – 2024” (p. 8), a decisão de investimento é realizada por uma comissão de seleção mista, composta por servidores da ANCINE e por profissionais do setor audiovisual. No caso de coproduções internacionais, é possível que a comissão também seja composta por servidores dos órgãos reguladores do cinema do respectivo país, como o Instituto

do Cinema e do Audiovisual de Portugal – ICA e Agência del Cine y el Audiovisual do Uruguai – ACAU.

Pelos itens de avaliação a) e e) elencados acima, podemos perceber que o capital simbólico da obra audiovisual inscrita é considerado para a escolha dos projetos que serão objeto de investimento. Ao mesmo tempo que os demais itens, i.e., b), c) e d) demonstram a preocupação com o potencial comercial do projeto, e com o retorno financeiro que a exploração da obra audiovisual trará. Afinal de contas, o FSA se torna um investidor da obra cinematográfica, recebendo receitas da exploração da obra.

3.3.3 Chamadas Públicas por desempenho artístico

A Chamada Pública BRDE/FSA – Produção Cinema: Desempenho Artístico 2024 definiu a seleção dos projetos a partir da participação e premiação das obras audiovisuais lançadas entre 2016 e 2022 das produtoras proponentes nos festivais listados no edital da chamada pública.

De acordo com Hesmondhalgh (2006, p. 215), é possível conceituar capital simbólico como acúmulo de prestígio, ou seja, reconhecimento e aclamação, o que pode ser concretizado, por exemplo, por premiações. Os festivais de cinema realizam a exibição e premiação de filmes, mas também proporcionam formação, reflexão, promoção, reconhecimento artístico, articulações política e setorial, sendo ainda propícios para promover a formação de plateias, criação de uma cidadania audiovisual brasileira, além do surgimento de novos talentos e valorização dos profissionais do setor (Leal; Mattos, 2010, p. 73). Assim, o uso de festivais como forma de promover obras com capital simbólico é um acerto nas políticas públicas, e o processo seletivo mencionado acima visa estimular a produção de obras audiovisuais cujas produtoras demonstraram seu potencial artístico.

3.3.4 Chamadas Públicas com seleção pelo sistema de pontuação da ANCINE

Antes de analisar os quatros processos seletivos restantes vale destrinchar o funcionamento do sistema de pontuação da ANCINE que é usado como critério de seleção nas chamadas públicas do FSA. O sistema de pontuação está definido no Regulamento de Pontuação: Cinema e TV, disponível no site da ANCINE¹⁰, sendo que as notas das produtoras e dos diretores são calculadas a partir de dados informados pelos próprios agentes no SAD.

¹⁰ Regulamentos da ANCINE, disponível em: <<https://www.gov.br/ancine/pt-br/fsa/normas/regulamentos>>. Acesso em 10 out. 2024.

As produtoras são classificadas, primeiramente, de acordo com a sua capacidade gerencial, a partir de requerimento junto à ANCINE em seu registro na agência, nos termos da Instrução Normativa n. 119/2015. Sendo que a pontuação é determinada pelo número de obras produzidas e comunicadas publicamente, i.e., lançadas comercialmente, conforme a Tabela 1 abaixo.

Tabela 1: Classificação de nível Produtoras na ANCINE

Nível	Número de obras audiovisuais produzidas	Pontuação
1	-	2
2	2 (duas) obras	4
3	4 (quatro) obras	6
4	6 (seis) obras	8
5	12 (doze) obras	10

Tabela desenvolvida pela autora a partir do Regulamento de Pontuação Cinema e TV da ANCINE¹¹

A pontuação das produtoras é a multiplicação do seu nível por dois, resultando em uma pontuação de 2, 4, 6, 8 ou 10 pontos. Já os diretores são classificados pelo número de obras dirigidas, com pontuação entre 1 a 10.

Ainda, as produtoras e os diretores são classificados e pontuados de 1 a 10 de acordo com seu desempenho comercial. O Regulamento de Pontuação: Cinema e TV define que essa avaliação é feita com base nos dados de desempenho comercial das obras de longa-metragem produzidas e exibidas em salas de cinema e listadas no site OCA- ANCINE (Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual)”.

Outra forma de pontuação das produtoras e dos diretores é a participação e premiação de seus filmes em mostras e festivais, conforme informações enviadas pelos próprios agentes no sistema digital da agência. Existe uma classificação também dos próprios festivais, de forma que a premiação ou a participação em cada um dos festivais elencados pela ANCINE, dá pontos mais altos ou mais baixos às produtoras e aos diretores.

Por fim, as distribuidoras são pontuadas considerando a quantidade de obras lançadas em salas de cinema, variando a nota de 1 a 10. A mesma variação de nota serve para a pontuação

¹¹ Regulamento de Pontuação Cinema e TV. Disponível em: <<https://www.gov.br/ancine/pt-br/fsa/normas/RegulamentodePontuaoFSAV.pdf>> Acesso 10 out. 2024.

do quesito desempenho de público nos últimos três anos, de acordo com os dados informados pelo OCA ANCINE.

Em quatro processos seletivos, as chamadas públicas Cinema via Distribuidora de 2022 e 2023 e Produção Cinema de 2022 e 2023, o critério de seleção fundamentou-se na pontuação do(a) diretor(a) da obra com peso de 15% da nota, na produtora proponente com pesos entre 35% e 45% e na distribuidora do projeto com peso entre 40% e 50%.

Cinema via distribuidora 2022 (p. 9):

QUESITOS	PESO
1. DIRETOR	15%
1.1 Quantidade de obras dirigidas (CPB)	7,5%
1.2 Desempenho comercial – salas de exibição	7,5%
2. PRODUTORA	35%
2.1 Capacidade gerencial (classificação de nível)	15%
2.2 Desempenho comercial – salas de exibição	20%
3. DISTRIBUIDORA	50%
3.1 Capacidade gerencial (nº de obras lançadas)	20%
3.2 Desempenho de público	30%
TOTAL	100%

Produção cinema 2022 (p.9):

QUESITOS	PESO
1. DIRETOR	15%
1.1 Quantidade de obras dirigidas (CPB)	7,5%
1.2 Desempenho comercial – salas de exibição	7,5%
2. PRODUTORA	45%
2.1 Capacidade gerencial (classificação de nível)	25%
2.2 Desempenho comercial – salas de exibição	20%
3. DISTRIBUIDORA	40%
3.1 Capacidade gerencial (nº de obras lançadas)	20%
3.2 Desempenho de público	20%
TOTAL	100%

Cinema via distribuidora 2023 (p. 9):

QUESITOS	PESO
1. DIRETOR	15%
1.1 Quantidade de obras dirigidas (CPB)	7,5%
1.2 Desempenho comercial – salas de exibição	7,5%
2. PRODUTORA	35%
2.1 Capacidade gerencial (classificação de nível)	15%
2.2 Desempenho comercial – salas de exibição	20%
3. DISTRIBUIDORA	50%
3.1 Capacidade gerencial (nº de obras lançadas)	20%
3.2 Desempenho de público	30%
TOTAL	100%

Produção Cinema 2023 (p. 8):

QUESITOS	PESO
1. DIRETOR	15%
1.1 Quantidade de obras dirigidas (CPB)	7,5%
1.2 Desempenho comercial – salas de exibição	7,5%
2. PRODUTORA	45%
2.1 Capacidade gerencial (classificação de nível)	25%
2.2 Desempenho comercial – salas de exibição	20%
3. DISTRIBUIDORA	40%
3.1 Capacidade gerencial (nº de obras lançadas)	20%
3.2 Desempenho de público	20%
TOTAL	100%

Apesar de o Regulamento de Pontuação: Cinema e TV prever pontuação para o desempenho artístico das produtoras e dos diretores, tal pontuação não foi considerada para determinar o investimento nas chamadas públicas nos processos seletivos acima em 2022 e 2023, mas somente as informações acerca da capacidade comercial. Vale observar ainda que o peso dado ao diretor, responsável principal pelo valor simbólico/cultural do filme, tem peso bastante inferior em relação ao peso dado à produtora e à distribuidora. Assim, mesmo que o sistema de pontuação considere o capital simbólico e cultural dos projetos, o apelo comercial continua sendo mais relevante.

4 A VISÃO DAS PRODUTORAS

Clara Ramos, Diretora de Produção na Galeria Distribuidora, explica que houve uma evolução em como os mecanismos de incentivo se organizaram. Assim, logo no início das políticas públicas, os mecanismos de incentivo direto permitiram a produção de conteúdo mais autoral:

“Num primeiro momento, no “renascimento” do cinema brasileiro, com a criação da Lei do Audiovisual, que permite captar recursos, o poder de decisão sobre o investimento estava na mão das “majors”, essas distribuidoras grandes, mas em um cenário com pouca clareza, pouca visibilidade, do que seria a vida comercial do filme depois de lançado. Sem a obrigação de que o filme deveria ter um retorno financeiro. Isso tem a ver com o fato de que o dinheiro do incentivo indireto é um dinheiro que esses agentes teriam que gastar necessariamente. [...] Então, você tem gerações de cineastas, de uma produção independente, autoral muito forte, que não tinha um compromisso com um sucesso comercial. Logo, obras muito experimentais. Nesse contexto, muitos diretores que hoje são consolidados, vieram de uma produção com bastante carga autoral. Então, uma produção muito focada em consolidar o Brasil como uma potência de produção com capital simbólico. (RAMOS, 2024).”

Clara Ramos, continua afirmando que a partir da criação do FSA e dos mecanismos de incentivo direto, é que surge a preocupação de realizar produções que tragam retorno financeiro, “como a gente vira indústria” (RAMOS, 2024).

De acordo com a Diretora da Glaz Entretenimento, que preferiu permanecer no anonimato, os *players*¹², que realizam investimento por meio dos recursos de Artigo 3º, 3º-A e Artigo 39, ou seja, os mecanismos de incentivo indireto, demonstram mais interesse em projetos com maior apelo comercial - ou seja, com maior possibilidade de bilheteria - e que contam com artistas reconhecidos pelo público e pelo mercado audiovisual, a fim, assim, de ter retorno econômico por seu investimento. Quando o projeto tem um “selo independente”, isto é, não conta com nomes relevantes para o público e/ou possui enredo e narrativa pouco comerciais, o investimento costuma ser menor e menos relevante dentro da composição das fontes de recursos daquele projeto (informação verbal, 2024). Essa mesma questão da necessidade de possuir artistas conhecidos para apresentar projetos que sejam de interesse aos *players* é também apontada por Clara Ramos (RAMOS, 2024).

Já para o caso de investimento pelo Artigo 1º, a Diretora da Glaz, também afirma que como os investidores desse mecanismo não costumam ser agentes do setor audiovisual, é ainda mais difícil apresentar um projeto que seja interessante. Logo, é necessário buscar um relacionamento ou contato pessoal com tais investidores (informação verbal, 2024).

¹² Entrevista fornecida de maneira informal em São Paulo, 10 out. 2024.

Clara Ramos diz ainda que “o fomento indireto não é mais suficiente para realizar um projeto” (RAMOS, 2024). De forma que ocorreu um esgotamento desse modelo de incentivo, assim, hoje em dia é difícil encontrar *players* dispostos a investir recursos desses mecanismos, e quando se encontra, o valor não é suficiente para dar conta de todo o orçamento do projeto.

Passando para os mecanismos de incentivo direto, a saber as Chamadas Públicas do FSA, aliados ao sistema de pontuação das produtoras, distribuidoras e diretores da ANCINE, as produtoras entrevistadas trouxeram visões muito interessantes a respeito do próprio funcionamento dos mecanismos.

A Diretora da Glaz Entretenimento disse que as Chamadas Públicas por desempenho comercial são as mais objetivas, porque a seleção é feita a partir de dados do mercado, e são os próprios agentes do setor - sejam as produtoras ou as distribuidoras - que decidem quais projetos receberão o investimento (informação verbal, 2024).

Já sobre as Chamadas Públicas que elencam critérios a serem avaliados nos projetos, ambas as entrevistadas se queixaram da falta de transparência pela comissão de avaliação e a dificuldade em se discutir a avaliação. A Diretora da Glaz se queixou dizendo que: “se tudo que for ser realizado no mercado brasileiro precisar passar por um avaliador [da forma como é feita a avaliação das Chamadas Públicas], isso pode impedir a sustentabilidade do mercado” (informação verbal, 2024).

Quanto ao sistema de pontuação, a entrevistada anônima entende que não é uma métrica que efetivamente meça a capacidade das produtoras, porque não se mede o resultado das obras audiovisuais lançadas por aquele agente - seja o resultado de bilheteria ou o resultado artístico (premiações em festivais, por exemplo) - mas somente o número de obras lançadas (informação verbal, 2024). Em outras palavras, se um agente lançar uma obra que teve 5 pessoas como público, ela terá a mesma pontuação que outro agente que lançar uma obra premiada em festivais e que tenha feito um milhão de espectadores. Assim, a entrevistada defende que o sistema de pontuação deveria considerar não apenas a “conclusão” do projeto da obra audiovisual, mas sim o resultado do seu lançamento – seja em número de bilheteria, seja em carreira em festivais.

Ramos, por sua vez, entende que o sistema de pontuação causa uma concentração dos recursos dos mecanismos incentivados, porque beneficia quem já produziu anteriormente, e dificulta o acesso a novos talentos: “como se pode ter inovação? Como tem gente nova entrando no mercado? Como ter novos talentos?” (RAMOS, 2024). Ela cita, inclusive, que em editais anteriores a 2022, havia uma primeira rodada da seleção que descartava projetos a partir dessa métrica, sem nenhum tipo de avaliação de aspectos criativos - então, o capital simbólico dos

projetos tinha pouco valor (RAMOS, 2024). Com esta fala de Clara Ramos, estabelece-se um paralelo com o texto da autora Karina Poli (2021, p. 88) em que os agentes que já possuem reconhecimento conseguem acessar o financiamento, enquanto os demais tentam alcançar o mesmo capital para também poderem ter recursos financeiros.

Clara Ramos alega que o mercado cinematográfico está passando por um amadurecimento, logo os mecanismos de incentivo ao setor precisam dar conta de demandas diferentes e de produtos diferentes, ou seja, possibilitar uma diversificação de obras e demandas diferentes de financiamento. Ramos menciona, ainda, que muitas produtoras apostaram em formatos e projetos que já tinham obtido sucesso anteriormente, porém, nos últimos tempos esses projetos que antes eram sucesso já não entregam número de público como antes. Principalmente, ao considerar que “entre você elaborar um projeto, vender, executar e lançar, pode demorar dois anos”, então esse comportamento de repetir gêneros e histórias pode ser complicado porque se fica sujeito a tempos do mercado que não são simples de controlar - se é que é possível controlá-los (RAMOS, 2024).

Infelizmente não foi possível realizar a entrevista com a produtora Carnaval Filmes, que muito poderia ter contribuído a respeito da participação de filmes brasileiros em festivais nacionais e internacionais, e como os festivais podem ser uma forma de legitimar o capital simbólico das obras para além dos números de bilheteria.

Em suma, as produtoras entrevistadas enxergam dificuldades para além da simples divisão entre projetos com capital comercial e projetos com capital simbólico, sendo possível entender que o número de projetos e produtoras 20 anos após o início das políticas públicas é demasiado grande para os tipos de financiamento que a ANCINE e o FSA permitem atualmente. Uma queixa principal é a imprevisibilidade dos mecanismos, não existindo uma certeza sobre a abertura dos processos seletivos, e os critérios de seleção de cada edital. Assim, os desafios da produção audiovisual vão além da dinâmica entre comercial e simbólico, e incluem a própria sustentabilidade do mercado como indústria.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como vimos, para trabalhar em determinado setor é necessário entender as dinâmicas dos agentes e o seu funcionamento. No caso da produção audiovisual brasileira, é preciso conhecer os mecanismos de incentivo público ao setor, que determinam o *habitus* deste campo, conforme a teoria dos campos de Bourdieu. Pelo arcabouço normativo que este trabalho buscou explicar percebe-se que o mercado cinematográfico é bastante complexo. As produtoras audiovisuais precisam lidar com diversas nuances e dificuldades, em especial quando se trata da busca pelos

recursos que possibilitam a execução de seus projetos, apenas uma pequena (mas fundamental) parte da enorme gama de desafios no dia a dia.

Como vimos na obra Hesmondhalgh (2006, p. 222), a indústria cultural contemporânea não acomoda uma divisão entre produtos culturais com capital simbólico, que respondem a uma lógica de produção restrita, e produtos culturais que fazem parte da produção em larga escala e possuem um caráter mais comercial. Ao contrário, ambos os tipos de produção - restrita e em larga escala - coexistem dentro do campo da indústria cinematográfica, que está sempre em busca de histórias que atendam a diferentes públicos e não a um público homogêneo.

Durante as entrevistas ficou explícito que o momento do mercado de produção audiovisual brasileiro se modificou - como era justamente esperado quando da criação das políticas de incentivo - assim, as produtoras hoje não enfrentam mais um problema com a falta de recursos para a realização dos projetos, mas sim grande complexidade para acessar o financiamento estabelecido pelas políticas públicas.

Como os mecanismos de incentivo indireto já não são suficientes para viabilizar totalmente o projeto, é preciso encontrar mais de uma fonte de recursos, o que implica negociar e montar uma estrutura de investimentos e contrapartidas que permita viabilizar a produção - e claro, permita que a própria produtora receba receitas e remuneração pelo seu trabalho. Assim, para estruturar todas as fontes de recursos de um projeto, aumenta-se a complexidade das negociações entre os agentes.

A autora Lia Bahia em seu trabalho já apontava para esta necessidade de diversificação das fontes de investimento, porém, dita que há a necessidade de “mecanismo de reinvestimento permanente da atividade, visando um cinema autossustentável no Brasil” (BAHIA, 2012. pp. 125 e 126).

Com tudo isso em vista, é possível identificar que a dualidade entre o comercial e o simbólico nas políticas públicas é apenas parte do desafio. As demandas a serem atendidas são tornar as políticas de incentivo do setor mais previsíveis - o que permite a consolidação do setor como indústria sustentável -; evitar a concentração dos recursos nas mãos dos mesmos agentes - que já possuem capital cultural e econômico para acessar os mecanismos públicos -; e, ao mesmo tempo, permitir a diversificação das histórias, de agentes, a fim de atender as demandas culturais do público e da sociedade.

Referências Bibliográficas

ANDERS, Guilherme; CESNIK, Fábio. Mecanismos de Financiamento ao Audiovisual no Brasil. In. SOLOT, Steve (org.). *Incentivos Fiscales para la producción y coproducción audiovisual en Iberoamérica, Canadá y EE.UU.* Rio de Janeiro: LATC, 2009. p. 27-63.

BAHIA, Lia. Discursos, políticas e ações: processos de industrialização do campo cinematográfico brasileiro / organização da coleção Lia Calabre – **Itaú Cultural: Iluminuras** São Paulo, 2012.

BRASIL. Agência Nacional do Cinema; Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul; Fundo Setorial do Audiovisual. **Chamada Pública FSA/BRDE – Produção Cinema: Desempenho Artístico 2024**. Brasília, DF: Fundo Setorial do Audiovisual. 2024. Disponível em <<https://www.brde.com.br/wp-content/uploads/2024/05/EDITAL-DESEMPENHO-ARTISTICO-2024-Retificacao-2-13.05.2024.pdf>> Acesso em 14 de setembro de 2024.

BRASIL. Agência Nacional do Cinema; Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul; Fundo Setorial do Audiovisual. **Chamada Pública FSA/BRDE – CINEMA: Desempenho Comercial 2022**. Brasília, DF: Fundo Setorial do Audiovisual. 2024. Disponível em <https://www.brde.com.br/wp-content/uploads/2022/07/CHAMADA-P%3%9ABLICA-2022-Cinema_Desempenho-Comercial-Retifica%C3%A7%C3%A3o-2.pdf> Acesso em 14 de setembro de 2024.

BRASIL. Agência Nacional do Cinema; Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul; Fundo Setorial do Audiovisual. **Chamada Pública FSA/BRDE – Produção Cinema: Desempenho Comercial de Distribuidoras 2023**. Brasília, DF: Fundo Setorial do Audiovisual. 2024. Disponível em <https://www.brde.com.br/wp-content/uploads/2024/09/CHAMADA-PUBLICA-DESEMPENHO-COMERCIAL-DISTRIBUIDORAS-2023_com-anexos-retificados.pdf> Acesso em 14 de setembro de 2024.

BRASIL. Agência Nacional do Cinema; Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul; Fundo Setorial do Audiovisual. **Chamada Pública FSA/BRDE – Produção Cinema: Desempenho Comercial de Produtoras 2024**. Brasília, DF: Fundo Setorial do Audiovisual. 2024. Disponível em <https://www.brde.com.br/wp-content/uploads/2024/02/EDITAL-PRODUCAO-CINEMA-DESEMPENHO-COMERCIAL-DE-PRODUTORAS-2024_com-anexos.pdf> Acesso em 14 de setembro de 2024.

BRASIL. Agência Nacional do Cinema; Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul; Fundo Setorial do Audiovisual. **Chamada Pública FSA/BRDE – Cinema via Distribuidora 2022**. Brasília, DF: Fundo Setorial do Audiovisual. 2022. Disponível em: <https://www.brde.com.br/wp-content/uploads/2022/04/CHAMADA-P%3%9ABLICA-BRDE-FSA_CINEMA-VIA-DISTRIBUIDORA_Retifica%C3%A7%C3%A3o-1.pdf> Acesso em 14 de setembro de 2024.

BRASIL. Agência Nacional do Cinema; Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul; Fundo Setorial do Audiovisual. **Chamada Pública FSA/BRDE – Cinema via Distribuidora 2023**. Brasília, DF: Fundo Setorial do Audiovisual. 2023. Disponível em: <<https://www.brde.com.br/wp-content/uploads/2023/07/CHAMADA-PUBLICA-CINEMA-VIA-DISTRIBUIDORA-2023-Retificacao-1-12.07.2023.pdf>> Acesso em 14 de setembro de 2024.

BRASIL. Agência Nacional do Cinema; Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul; Fundo Setorial do Audiovisual. **Chamada Pública FSA/BRDE – Coprodução Brasil - Portugal 2023**. Brasília, DF: Fundo Setorial do Audiovisual. 2023. Disponível em: <<https://www.brde.com.br/wp-content/uploads/2023/08/CHAMADA-PUBLICA-COPRODUCAO-BRASIL-PORTUGAL-2023.pdf>> Acesso em 14 de setembro de 2024.

BRASIL. Agência Nacional do Cinema; Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul; Fundo Setorial do Audiovisual. **Chamada Pública FSA/BRDE – Coprodução Brasil - Portugal 2024**. Brasília, DF: Fundo Setorial do Audiovisual. 2024. Disponível em: <<https://www.brde.com.br/wp-content/uploads/2024/07/CHAMADA-PUBLICA-COPRODUCAO-BRASIL-PORTUGAL-2024-Retificacao-1-site.pdf>> Acesso em 14 de setembro de 2024.

BRASIL. Agência Nacional do Cinema; Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul; Fundo Setorial do Audiovisual. **Chamada Pública FSA/BRDE – Coprodução Brasil - Uruguai 2024**. Brasília, DF: Fundo Setorial do Audiovisual. 2024. Disponível em: <<https://www.brde.com.br/wp-content/uploads/2024/07/CHAMADA-PUBLICA-COPRODUCAO-BRASIL-URUGUAI-2024-Retificacao-1-site.pdf>> Acesso em 14 de setembro de 2024.

BRASIL. Agência Nacional do Cinema; Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul; Fundo Setorial do Audiovisual. **Chamada Pública FSA/BRDE – Coprodução Internacional Cinema 2022**. Brasília, DF: Fundo Setorial do Audiovisual. 2022. Disponível em: <https://www.brde.com.br/wp-content/uploads/2022/02/Edital-Chamada-Publica-BRDE-FSA_Coproduco-Internacional-Cinema-2022.pdf> Acesso em 14 de setembro de 2024.

BRASIL. Agência Nacional do Cinema; Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul; Fundo Setorial do Audiovisual. **Chamada Pública FSA/BRDE – Coprodução Internacional Cinema 2023**. Brasília, DF: Fundo Setorial do Audiovisual. 2023. Disponível em: <https://www.brde.com.br/wp-content/uploads/2024/09/CHAMADA-PUBLICA-Coproducao-Internacional-Cinema-2023-2024_Retificacao1_com-anexos-retificados.pdf> Acesso em 14 de setembro de 2024.

BRASIL. Agência Nacional do Cinema; Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul; Fundo Setorial do Audiovisual. **Chamada Pública FSA/BRDE – CINEMA - Novos Realizadores 2022**. Brasília, DF: Fundo Setorial do Audiovisual. 2022. Disponível em: <<https://www.brde.com.br/wp-content/uploads/2023/02/CHAMADA-PUBLICA-2022-CINEMA-NOVOS-REALIZADORES-Retificacao-6.pdf>> Acesso em 14 de setembro de 2024.

BRASIL. Agência Nacional do Cinema; Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul; Fundo Setorial do Audiovisual. **Chamada Pública FSA/BRDE – Produção Cinema 2022**. Brasília, DF: Fundo Setorial do Audiovisual. 2022. Disponível em: <<https://www.brde.com.br/wp-content/uploads/2022/12/CHAMADA-PUBLICA-2022-PRODUCAO-CINEMA-Retificacao-2.pdf>> Acesso em 14 de setembro de 2024.

BRASIL. Agência Nacional do Cinema; Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul; Fundo Setorial do Audiovisual. **Chamada Pública FSA/BRDE – Produção Cinema 2023**. Brasília, DF: Fundo Setorial do Audiovisual. 2023. Disponível em: <<https://www.brde.com.br/wp-content/uploads/2023/07/CHAMADA-PUBLICA-PRODUCAO-CINEMA-2023-Retificacao-1-12.07.2023.pdf>> Acesso em 14 de setembro de 2024.

2024.

BRASIL. Agência Nacional do Cinema; Observatório Brasileiro de Cinema e Audiovisual. **Anuário Estatístico do Audiovisual Brasileiro 2022**. Brasília, DF, OCA, 04 jan. 2024. Disponível em: <<https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/publicacoes/arquivos/pdf/anuario-2022r.pdf>> Acesso em 24 de julho de 2024

BRASIL. **Instrução Normativa n. 119**, 16 de junho de 2015. Estabelece critérios para a classificação de nível de empresa produtora brasileira independente, para fins de captação de recursos por meio de fomento indireto, e dá outras providências. Brasília, DF, Agência Nacional do Cinema, 19 jun. 2021. Disponível em: <<https://www.gov.br/ancine/pt-br/acesso-a-informacao/legislacao/instrucoes-normativas/instrucao-normativa-no-119>> Acesso em 24 de julho de 2024

BRASIL. **Instrução Normativa n. 159**, 23 de dezembro de 2021. Dispõe sobre os procedimentos para apresentação e análise das prestações de contas de recursos públicos aplicados em projetos audiovisuais de competência da ANCINE, executados por meio de ações de fomento direto e indireto, revoga a Instrução Normativa n.º 150, de 23 de setembro de 2019, e dá outras providências. Brasília, DF, Agência Nacional do Cinema, 23 dez. 2021. Disponível em: <<https://www.gov.br/ancine/pt-br/acesso-a-informacao/legislacao/instrucoes-normativas/instrucao-normativa-no-159>> Acesso em 24 de julho de 2024

BRASIL. Agência Nacional do Cinema. **Regulamento de Pontuação: Cinema e TV - Regras de apuração de notas nos processos seletivos do FSA – Fundo Setorial do Audiovisual 3ª versão**. Brasília, DF, 02, fev. 202. Disponível em: <<https://www.gov.br/ancine/pt-br/fsa/normas/RegulamentodePontuaoFSAV.pdf>> Acesso em 20 de setembro de 2024

BRASIL. Lei nº 8.685, 20 de julho de 1993. Cria mecanismos de fomento à atividade audiovisual e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 21 jul 1993. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8685.htm> Acesso em 24 de julho de 2024.

BRASIL. Lei nº 11.437, 28 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. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 28 dez. 2006. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/111437.htm> Acesso em 24 de julho de 2024.

BRASIL. Medida Provisória nº 2.228-1, 06 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. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 10 set. 2001. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/mpv/2228-1.htm> Acesso em 24 de julho de 2024.

BOURDIEU, Pierre. The forms of capital. In J. Richardson (Ed.) Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education, pp. 241-258. **Greenwood**, New York, 1986.

ENTREVISTADO ANÔNIMO. Entrevista concedida por Marina Vilela. São Paulo, 10 out. 2024.

HESMONDHALGH, David. Bordieu, the Media and Cultural Production. In *Media Culture & Society* 2006; 28; 211. DOI: 10.1177/0163443706061682.

LEAL, Antonio; MATTOS, Tetê. O Papel dos Festivais de Cinema no Brasil: Um diagnóstico do setor. In MELEIROS, Alessandra (org.). *Cinema e Mercado*. São Paulo: **Escrituras Editora**, 2010. p. 73-91.

POLI, Karina. O Campo de Produção Cultural e Criativo: Uma Leitura através da teoria dos campos de Bourdieu. **Extraprensa**, São Paulo, v. 14, n. 2, p. 81 - 103, jan-jun 2021.

RAMOS, Clara. Diretora de Produção na Galeria Distribuidora. Entrevista concedida por Marina Vilela. São Paulo, 28 out. 2024.

SERFERT, Tatiane Andrade. Da exceção cultural à diversidade cultural: a questão dos bens e serviços culturais no comércio internacional. Tatiane Andrade Serfert. Salvador, 2009. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/handle/ri/31415>> Acesso em 04 set. 2024

Anexo A – Transcrição da Entrevista com Clara Ramos

Data: 26 de outubro de 2024

Local: São Paulo -SP

Marina Vilela: [...] o que eu queria perguntar pra você é, como é essa busca dos players quando a gente leva os projetos, se existe essa coisa realmente do simbólico, do comercial, que tipo de projeto a gente leva para isso?

Clara Ramos: Olha, eu acho assim, você tem que pensar que tem uma evolução na maneira como os mecanismos de fomento no Brasil se organizaram e esses diferentes momentos refletem também diferentes formas de hierarquizar esses capitais simbólicos e comerciais que você está falando, né?

Então tem um primeiro momento quando, assim, no renascimento do cinema brasileiro então que começa a existir a nível audiovisual e que te permite captar recursos e tudo mais tem um aumento que vai se tornando exponencial, né? Da produção de filmes e tudo mais, em que muito do poder de decisão sobre o que estava sendo produzido, estava na mão desses agentes dessas distribuidoras, as mentes e tudo mais mas num cenário ainda com pouca clareza ou pouca visibilidade do que seria a vida comercial desse filme depois de lançado, sem uma obrigação que esse filme fosse trazer um retorno financeiro porque tem a ver com o fato de que esse é um dinheiro que as pessoas gastariam sim ou sim, é muito diferente disso ser um investimento direto de uma major tem uma noção de que tem alguma coisa mais fluida aí, então você tem muitas gerações assim, de cineastas de uma produção independente autoral muito forte e tal que não necessariamente tinha um compromisso com um sucesso comercial e tudo mais. Então, coisas super experimentais e nesse contexto, muito dos diretores que a gente tem hoje como diretores brasileiros consolidados e tal, vem nesse momento a partir de uma produção de muita autoralidade, portanto, muito focada nesse reconhecimento do Brasil com uma potência com muito capital simbólico e tudo mais.

No momento que o FSA entra nessa equação é justamente o momento em que você começa a entender que, tudo bem a gente produz centenas de filmes anualmente, mas como a gente pode trabalhar pra que esses filmes tenham de fato potencial, um compromisso de trazer um retorno financeiro como é que a gente vira indústria. Então, nesse momento do início do FSA, tinha uma divisão muito clara desses dois caminhos. Então, tinham as linhas de financiamento voltadas para filmes comerciais, vamos dizer assim, que estava muito ligada à curadoria das distribuidoras, então, que eram os prodígios, em que as distribuidoras podiam apontar os projetos que iam receber e tudo mais, imaginando que essas distribuidoras estariam mais

afinadas com aquilo que poderia ter potencial, que elas estão apostando naquilo que pode gerar uma receita. E algumas linhas que ainda se mantinham focadas no desempenho artístico e tudo mais.

E daí começa uma outra camada também desse ranqueamento, desse equilíbrio aí, desses capitais todos, que era a pontuação dos diretores, a pontuação das produtoras, como a pontuação das distribuidoras, né? Vai se atribuindo um capital literalmente nesse caso para esses atores que estão atuando ali na busca na prospecção de projetos, na realização de projetos e tudo mais.

E daí a gente tem a balança pende para um outro lado, e que daí justamente começa toda uma discussão, puxa, mas se a gente só vai premiar quem já tem um sucesso comercial, as produtoras que também tem um ranqueamento não só do que a produtora tem de desempenho comercial, mas a própria questão da pontuação também é um ranqueamento, um valor que é o que te permite ter acesso.

E como é que você pode ter inovação? Como é que você pode ter gente nova entrando no mercado? Como é que você pode ter novos talentos?

E daí agora a expectativa é que nessa nova leva digitais, de alguma maneira isso esteja um pouco melhor equacionado, porque a gente chegou ao ápice no ano passado que foram os editais basicamente de uma primeira rodada que era a rodada de uma seleção por pontos, né? Então somava-se o ponto da distribuidora, da produtora, do diretor e tudo mais e o projeto nem chegava a ser avaliado.

Então muitos projetos eram descartados numa primeira rodada a partir desse conjunto de pontos com nenhum tipo de avaliação criativa desses projetos. Então é como se esse capital simbólico que a gente está falando tivesse perdido muito valor nesse momento e a lógica do capital comercial é uma lógica que tende ao afunilamento naturalmente, porque tem pessoas que desempenharam bem então você vai focar nesses mesmos talentos que eles são melhor pontuados que vão fazer novos projetos. Então, você acaba concentrando em alguns diretores específicos, em algumas produtoras específicas e tudo mais.

Isso dentro do campo da produção independente, né? Assim, se você pensa em como que você envolve as plataformas, os players e tal, eu acho que isso fica um pouco ainda à margem, porque de alguma maneira as plataformas ainda não estão integradas a esse sistema de fomento, né?

As plataformas não pagam com o CONDECINE, elas não têm que cumprir cota de tela.

Marina Vilela: Não existe nenhum artigo 3º-B, por exemplo...

Clara Ramos: Não existe. Você começa a ter, por exemplo, agora nessa leva de Editais do ano que vem, uma linha que vai ser específica para projetos que sejam exibidos, que vão exigir já contratos de pré-licenciamento e tal... Mas ainda é uma coisa muito incipiente que que não está colocada, né?

Então, enfim, eu acho que tudo isso foi se organizando e se reorganizando muitas vezes. E agora a gente está chegando num momento, eu acho, de amadurecimento de mercado, assim, em que, de alguma maneira, as políticas públicas precisam dar conta de demandas diferentes, de produtos diferentes, porque quando você tem um filme que nem, por exemplo, agora o do Walter Salles, que vai e é um sucesso internacional e que está em Veneza, as pessoas levantam e tal isso tem um valor simbólico muito grande e que tem a ver claro, com a possibilidade de você criar um sistema comercialmente sustentável.

Você vai pensar no exemplo da Coreia do Sul... anos e anos de construção de um soft power em que muito se investiu não só na produção mas em todo o sistema em toda a cadeia, no consumo na sala de cinema na valorização da cultura sul-coreana como uma coisa que tem valor dentro desse mercado interno, que as pessoas se identificam com isso e a gente tem hoje uma certa crise, porque a gente pode achar n mil mecanismos de fomento mas como as pessoas vão consumir os nossos projetos todo o drama em relação às bilheterias, quais são os filmes que conseguem se comunicar como que o produto brasileiro é percebido para o nosso próprio público interno. Então eu acho que nenhuma dessas políticas isoladamente conseguiram resolver esse imbróglio, assim, uma hora pendendo mais a balança para a busca de fortalecer a gente como indústria, então investir em projetos que possam trazer potencial comercial e tal, e que é super importante, lógico, e outros mecanismos que estão pensando em projetos que possam ser culturalmente relevantes.

E de alguma maneira vai ter que se encontrar uma síntese dessas coisas se a gente quiser fazer um produto que seja relevante para a nossa própria audiência.

Marina Vilela E aí até uma coisa que eu queria entender é... E como produtora, como é, quais são os tipos de dificuldade que existem pra buscar esses tipos de mecanismo? A gente precisa ter projetos diversos, cada projeto precisa ter uma cara diferente pra um player diferente?

Clara Ramos: Eu acho que tem isso, as produtoras cada vez mais tentam diversificar seus portfólios de projetos. Porque a verdade é que você nunca sabe exatamente o que a outra parte está buscando naquele momento. A gente como players, a coisa que eu mais pergunto é “que tipo de projeto vocês querem?”

E a nossa resposta padrão é “um projeto bom”, porque muitas produtoras foram apostando em ter projetos parecidos com projetos que deram certo. Então assim, você tem aquela coisa Paulo Gustavo, grande sucesso de comédia e tal, muitas produtoras que a gente diz, né, como mais comerciais ou que emplacaram sucessos como esse tentam se repetir e tal, e daí o que aconteceu agora, por exemplo, é que os últimos lançamentos de comédias super abertas não estão indo bem.

Então, tá... Então é uma percepção e tem sempre uma dificuldade que é: entre você elaborar um projeto, vender, executar, pode demorar dois anos, três anos... Então muitas vezes tem um comportamento de manada. Por exemplo, Cangaço Novo deu certo. Daí as produtoras começam a pensar em projetos que tem um pouco essa característica, de um western, esse novo cangaço e tal.

Então assim... Tem gêneros que começam ser super buscados inclusive histórias que se repetem. Tem um gênero que todo mundo tenta emplacar no Brasil e ninguém nunca conseguiu direito, que é o terror. Porque a gente tem muitos casos de bilheterias super boas, recentes, mas não de terror brasileiro.

Marina Vilela: Eu acho que eu nunca vi um filme de terror brasileiro.

Clara Ramos: Então, é raro, a gente tem preconceito. Tem questões aí, a gente não conseguiu achar essa história. Mas todo mundo tem essa vontade, qualquer produtora tenha o seu projeto de terror e tem essas coisas que parecem que estão meio no inconsciente coletivo. Eu recebi um projeto há umas duas semanas que eu mesma já li dois projetos praticamente idênticos. Não é que seja plágio, não é que seja nada, é que são essas ideias que estão um pouco no ar. A partir de coisas que você vai percebendo o que está fazendo sentido na cultura nesse momento.

Então tem essa questão de você tentar emplacar várias coisas, eu acho que as produtoras cada vez mais tentam já anexar os seus projetos talentos porque é uma coisa que faz diferença porque é uma coisa que tem uma ideia que tem uma cara e tudo mais e os talentos especialmente, o elenco e tal, são entendidos não só são entendidos, como são de verdade um fator muito determinante pensando em sala de cinema. O que leva uma pessoa a sair de casa pra ver um filme? Ter um talento específico é super importante.

Ao mesmo tempo, é uma conta que é muito difícil de prestar, você pode fazer um projeto super comercial, mas daí você tá um pouco sujeito a esses *timings* dos editais. Tudo isso, porque hoje a gente tem um lance que o fomento indireto, ele não é mais suficiente pra você fazer um projeto. Dez anos atrás, se você conseguisse alguém pra colocar artigo 3º e você juntasse um pouquinho de artigo 1º, você conseguia fazer um filme de 5 milhões. Um filme de 5 milhões

não existe mais, então teve um esgotamento um pouco desse modelo do artigo 3º, em especial. Você tem poucos players que estão investindo, e estão investindo um dinheiro que é insuficiente.

E daí, você vai criando vários desafios de modelo de negócio porque esse dinheiro de artigo 3º, especialmente, que vem das *majors*, já vem atrelado a diversas condições comerciais. Então, se você já tem uma distribuidora, você já comprometeu seus direitos de distribuição, você tem pouca coisa na manga pra vender. E você não tem um esquema no Brasil consolidado de financiamento privado de cinema, assim como existe fora do Brasil, sabe? Entender isso como um lugar mesmo de investimento é super raro.

Então, ficou difícil de compor. E depois do super *boom*, né, de demanda dos *streamings*, todo mundo colocou, deu um passo pra trás, e ficou o mercado ali meio preocupado porque aquela demanda que tava suprimindo a vida que girava de todo mundo que é a produção, o preço de serviço e tal... De repente isso diminui o fomento indireto, que é uma roda constante de dinheiro que também é importante, mas não fecha o projeto.

E daí você volta a depender muito nesse dinheiro do FSA. Só que esse dinheiro do FSA, você tem pouquíssimo controle sobre esses *timings*. Então, agora eles anunciaram umas quatro semanas lá os editais que vão ter. Quando que vão ser? Quando que vão sair? Mesmo por exemplo, de coprodução internacional (2023), o tempo, a gente escreveu em abril, demora seis meses pra você ter uma resposta. Então, não tem, dentro desse esquema do FSA, uma previsibilidade.

Não é que o calendário só diz quando começa a edital, nunca diz quando termina. Não é que tem uma data que você possa contar e tudo mais.

Marina Vilela: E nem é todo ano também.

Clara Ramos: E nem é todo ano, nem é a regra igual todo ano. Então, assim, por exemplo, ano passado a gente não foi bem, porque a gente apostou em projetos, a nossa nota não estava boa de distribuidora. A gente apostou em projetos que alguns deles, a nota de direção também não era tão boa.

E por mais que fossem projetos que nas notas de projetos são bem pontuados, como é o caso das coproduções, a gente teve notas super boas, máximas ou quase máximas em todos os projetos, a concorrência é muito grande... Então assim, agora a gente não sabe ... Você vai pensar: “Poxa, o que é um projeto competitivo para o FSA?”

Ah, então eu vou ter um diretor com essas características, e tal, só que de repente essa regra não é exatamente igual a anterior.

Marina Vilela: Não dá para você pautar o que você já fez esse ano para o ano que vem.

Clara Ramos: Exatamente. Então, por exemplo, um projeto que a gente teve agora no Edital de Coprodução (2023), que tem um diretor que tem uma super pontuação, mas não é um diretor que não circula tanto em festival. Ao mesmo tempo, outro projeto com “mais cara de festival” teve uma nota 2 em festival. Você fala: “Gente, tem alguma coisa muito errada!”. Porque são diretores que tem um perfil muito forte, muito capital simbólico.

Então, enfim, o fato é que a vida do produtor é bem complexa. Você tem que ir se reajustando a demanda constantemente. Tem critérios claros, mas não tão claros.

Quando você pensa em outros países, sei lá, na França, lá você tem talvez menos linhas até, mas tem uma clareza muito grande.

Então, assim, tem... três edições no ano, em datas tais, você sabe qual que é. Tem a linha pra diretor iniciante, a linha a partir do segundo filme.

Então, assim, a subdivisão dos produtos, porque assim, se você pensar, se você dividir em produtos em artísticos e comerciais, é uma divisão um pouco genérica e tosca, né?

Marina Vilela: Sim.

Clara Ramos: E tem outras métricas, que às vezes são mais objetivas é importante que você ajude a financiar primeiros filmes, porque senão como é que você vai ter novos talentos?

Marina Vilela: Sim, com certeza.

Clara Ramos: Mas é importante também que um diretor se você financia só primeiros filmes, como é que você consolida esses talentos? Então tem um tipo de sei lá, a gente tem um processo de amadurecimento pra pensar.

A verdade é que formou-se um mercado muito mais profissionalizado, muito mais sólido. Tem produtora à beça, tem gente talentosa à beçaa, as pessoas aprenderam, se formaram e tal. Mas, de alguma maneira, a gente ainda tá truncado, assim, né?

Em alguns mecanismos que a gente tem pouca visibilidade e que vão oscilando um pouco conforme a dança, assim. Porque são essas dicotomias que são verdade por exemplo, é verdade que um primeiro filme não pode ser comercial. Não concordo. Você pode ter uma ideia super popular e super comercial. E ser um diretor experiente. Então se a sua métrica de avaliação de potencial comercial é o cara ter nota 10, significa que só pode ser um cara que já fez 5 longas. Logo ele já é um cara de 50 anos. Entendeu? E você tá querendo falar com uma audiência de 18 a 25 anos. É isso mesmo?

Eu acho que a tendência é que a gente tenha uma melhora agora, porque eu acho que mesmo agora, o edital de coprodução, já é uma evolução, porque tem todas as notas, mas tem, tá lá com, já tá com o iluminado. Tem as notas de avaliação artística, de mérito artístico, que tem as notas todas comerciais. Então, acho que eles buscaram fazer uma coisa 360 de avaliar os diversos aspectos de cada coisa, né?

[Interrupção externa]

Clara Ramos: E também eu acho que a própria tentativa e erro, um sistema que ainda está amadurecendo. Então é isso, focou-se muito em produção, depois passou-se a entender que se não apoiasse também a comercialização e distribuição,

Você tinha muitos filmes, mas não tinham como ser lançados. Ainda não existe muito um fomento estabelecido para a cadeia de exibição. Mas talvez em algum momento isso vá mudar, porque no final das contas, um projeto bem sucedido é uma cadeia muito longa de trabalho.