



São poucos os países que conseguem escapar da hegemonia dos filmes hollywoodianos e emplacar suas próprias realizações cinematográficas. A exceção de algumas nações asiáticas e da França, que mantém há anos média de 45% de sua bilheteria interna para as produções domésticas, os Estados Unidos dominam 90% do mercado mundial. No ano passado, os filmes norte-americanos faturaram 8,4 bilhões de dólares, valor 9,8% superior a 2000. Foram lançados 482 filmes, com média de custo individual de 47,7 milhões de dólares, incluindo produção em exibição.

Os Estados Unidos dominam o mercado na Europa desde os anos 90, de acordo com estudo sobre o cinema divulgado pelo Ministério da Cultura. Em 1994, o produto americano captou 70,3% das bilheterias da Europa, mesmo em países cuja importância histórica do cinema não permitiria tal resultado, como a Inglaterra, abocanharam 90,2% do mercado.

A escala de operação e a concentração econômica também evidenciam o poder monopolista da distribuição americana. Em meados dos anos 90, as dez maiores distribuidoras americanas respondiam por 97,5% do mercado doméstico, por sua vez, representavam 45% das receitas mundiais de distribuição. A cifra é maior que toda a Comunidade Europeia junta e três vezes maior que o mercado japonês. Essa escala possibilitou lançamentos em 1.300 telas simultaneamente, em contraste com os demais países, onde os lançamentos atingiam no máximo 450. Ao mesmo tempo, as possibilidades de ganhos chegavam a 5 milhões de dólares por lançamento, ao passo que nos demais países atingiam no máximo 1,5 milhão.

Além de maior supridor do mercado internacional, os Estados Unidos ocupam o segundo lugar na produção, com uma média anual de 562 filmes entre 1991 e 1996, antecedido apenas pela Índia, cuja média é de 827 filmes. Exceção absoluta, os indianos são fanáticos pelo próprio cinema e quase não assistem a produções americanas. O Consulado da Índia em São Paulo informou que a grande maioria dos filmes tem custo de produção baixíssimo, mas ainda assim conseguem manter as salas lotadas.



Para reagir à hegemonia americana, países como França e Canadá utilizam a imposição de quotas mínimas de telas para exibição de filmes nacionais. Já a Noruega, Austrália e Inglaterra financiam diretamente a produção privada de audiovisuais, por meio de programas que apoiam a co-produção e distribuição de filmes.

### **Orgulho francês**

Dentre os países que desenvolvem políticas de incentivo ao cinema, a França, conhecida mundialmente por seu orgulho da cultura nacional, é o mais bem-sucedido. No ano passado, investiu 749,1 milhões de euros (674,2 milhões de dólares) na produção de 172 filmes, que ocuparam de 40% a 45% do mercado. Nos três primeiros meses de 2002, o cinema doméstico faturou 50% da bilheteria total do país.

Uma particularidade do cinema francês é o chamado *avance sur recettes*, uma política de incentivo que garante a destinação de um percentual de cada ingresso

vendido - filmes nacionais ou estrangeiros - para a produção cinematográfica local. A legislação ainda obriga que a televisão dê incentivos ao setor. O Canal Plus (C+) investe em média 20% de seu capital a cada ano no cinema, e 12% do montante são dedicados às produções europeias e francesas.

De acordo com o assessor audiovisual do Ministério das Relações Exteriores da França no Brasil, Yann Raymond, há ainda uma série de outras políticas dirigidas a aumentar o espaço do cinema francês no mercado mundial. O órgão mantém adidos audiovisuais em 35 países para promover o cinema, o rádio e a televisão. No escritório do Rio de Janeiro, o governo francês mantém uma cinemateca com 160 filmes e uma equipe que organiza quinze festivais por mês em vários estados brasileiros.

Raymond afirma que não é preciso investimentos gigantescos para que sejam produzidos bons filmes. "A França é o país da diversidade no cinema. No ano passado, tivemos superproduções, como Asterix, e também o Gosto dos Outros, filme de custo baixo que foi visto por 60 mil pessoas somente no Brasil", afirma. Em 2002, cerca de cinquenta filmes franceses devem ser distribuídos no Brasil. Em 2001, foram 22.

O cineasta e presidente da Associação Brasileira de Documentaristas (ABD), Leopoldo Nunes, relata um episódio marcante que dá sinais da disposição do governo francês de enfrentar as investidas hollywoodianas. Durante o lançamento do filme Jurassic Park, de Steven Spielberg, simultâneo ao lançamento de Germinal, de Claude Berri, baseado na obra homônima de Émile Zola, o governo não hesitou em alugar as salas de exibição de seu próprio país para poder fazer frente aos dinossauros enlatados.

A concorrência entre a França e os Estados Unidos surge desde o início. Indiscutivelmente, a cinematografia francesa foi a mais importante de 1895 a 1914, tanto do ponto de vista artístico como industrial. Mas, com a Primeira Guerra Mundial, os europeus tiveram muitos problemas e um forte colapso em sua produção.

Sem perder tempo, nesse período a indústria cinematográfica norte-americana dedicou-se a estruturar sua produção. Consolidou o mercado acertando todo o processo de distribuição interna, promoção e exibição, desenvolveu sua infraestrutura industrial com a presença de estúdios e buscou a qualidade nos filmes, já se preparando para assumir a supremacia econômica na cinematografia mundial, que se sedimentou a partir do final da Guerra.

Com isso, Hollywood tornou-se ponto de atenção mundial, conquistou o grande público, criou seus mitos, impôs seu ritmo e se tornou um poderoso instrumento de propaganda que civilizou o imaginário coletivo, principalmente dos ocidentais.

### **Coisa do passado**

Por aqui, a hegemonia americana começou há cinquenta anos. Dados da Unesco mostram que o cinema americano já respondia por mais de 75% das importações brasileiras de filmes em 1968, que por sua vez, supriam 90% do mercado. Nos anos 80, dados da Embrafilme indicam que 50% a 60% das exibições em cinema eram provenientes dos Estados Unidos.

O déficit na balança de comércio no setor chega a atingir 470 milhões de dólares por ano, resultado de importações de aproximadamente 500 milhões e de exportações incipientes, em tomo de 30 milhões.

Na última década a legislação brasileira sofreu diversas alterações. Em 1990, Collor extinguiu a Embrafilme e revogou a Lei Sarney, o que tirou de cena a cinematografia nacional. Posteriormente, surgiram as leis Rouanet e do Audiovisual, que garantiu a retomada do cinema, lançando uma nova geração de cineastas. No entanto, para Ismail Xavier, Ph.D. em cinema pela

New York University, pesquisador e professor da Universidade de São Paulo, USP, essas medidas precisam avançar, pois viabilizam o dinheiro para a produção, independentemente de retorno do mercado, mas estão divorciadas da distribuição e exibição. "A empresa que patrocina o filme faz a sua propaganda com dinheiro público, resultado da renúncia na cobrança de imposto. E nessa lógica quem detém os poderes da produção cinematográfica são os departamentos de marketing de tais empresas, que determinam em quais filmes investir. O governo banca, mas não decide."

O realizador de O Invasor, filme que mostra a ganância da classe média, Beto Brant, concorda com a necessidade de mudança e dispara: "Estava com o roteiro pronto desde 1999. Foram dois anos para viabilizá-lo. A gente não pode ficar na mão de diretores e gerentes de marketing de empresas multinacionais para

produzir. Acabamos exercendo o papel de captador e de relações públicas." Segundo Brant, muitos projetos correm o risco de amenizar sua argumentação para adequar-se à visão do marketing de uma empresa. "O cinema crítico é um tremendo instrumento de resistência contra as indústrias de cultura de massa e de entretenimento, que propõem a compra da felicidade, a fantasia, o merchandising, a fama, o escapismo... É muito mais fácil quando você não oferece o menor risco ideológico, quando não gera nenhum questionamento. E não é esse tipo de produção que me interessa realizar. E aí, como você convence o sujeito a colocar dinheiro?", indaga.

No final de semana de estreia, *O Invasor*, que ganhou o prêmio de melhor filme latino-americano no Festival de Sundance e seis prêmios do Festival de Brasília 2000, levou quase 12 mil pessoas aos cinemas. Com dezesseis cópias distribuídas no Brasil e quinze na França, o longa, em sua primeira semana de exibição, apenas em São Paulo e no Rio de Janeiro já alcançou a metade da bilheteria de toda a carreira do filme *Os Matadores* (1996), distribuído em todo Brasil.

Enquanto os brasileiros lutam anos para realizar um filme, que na imensa maioria das vezes é exibido em pouquíssimas salas, o Brasil permanece como um dos maiores mercados para o cinema americano, com a ocupação de 90% das salas. A média anual é de trinta filmes brasileiros, que enfrentam a pressão das distribuidoras pela marcação de salas. "A produção nacional entra em cartaz e rapidamente as distribuidoras pressionam para entrar um americano. Sem nenhum pudor, chantageiam os exibidores, que acabam comprando pacotes com oito filmes ruins e dois bons. Todos já chegam ao país pagos", sustenta Leopoldo Nunes.

A lei que cria a Agência Nacional de Cinema (Ancine) e a Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica (Condecine) foi sancionada no dia 13 de maio pelo presidente Fernando Henrique Cardoso. A estimativa é de que haja incremento de investimentos no setor dos atuais 3 milhões de reais para 40 milhões anuais. Ainda estão previstos outros 20 milhões de reais referentes a investimentos indiretos. Mas a criação da Condecine provocou forte celeuma junto às empresas cinematográficas multinacionais com atuação no Brasil. Chegaram a entrar na Justiça Federal para não serem obrigadas a pagar a taxa (além dos 15% referentes ao Imposto de Renda) caso não optem em investir em co-produção de filmes nacionais. A filial brasileira dos estúdios Warner obteve em 21 de março a primeira liminar contra a taxação. "É uma vergonha a forma como as distribuidoras americanas agem dentro do país e chegam a esse grau de resistência às decisões institucionais. Foi um baque violento, que abriu jurisprudência", contesta Leopoldo.

## Imagem\_2

Não há dúvida de que é necessária muita vontade política e garra para emplacar qualquer tentativa de alteração do sistema estabelecido pela indústria cinematográfica hollywoodiana. Ismail Xavier resume: "Por trás dessa supremacia, a política é truculenta". Ele relembra que nos anos 70, um grande executivo da indústria de Hollywood, Jacques Valente, visitou o Brasil para pressionar o governo brasileiro para segurar o apoio dado ao cinema, inclusive ameaçando com retaliação. Nesse período, o público brasileiro deliciava-se com as chanchadas, que ocuparam uma parcela significativa do mercado por quase vinte anos. "Apesar de ser um tema gasto, não dá para deixar de dizer que o cinema hollywoodiano é acima de tudo uma empreitada imperialista. É a ponta de lança de exportação do estilo de viver do norte-americano, ao mesmo tempo em que é a garantia de mercado para os seus produtos. A negociação da indústria do cinema é sempre colocada no bojo de outras. Boa parte do consenso, nas mais variadas regiões do mundo, vem a partir da construção do imaginário. O cinema é um poderoso laboratório de propaganda do mundial, é elemento decisivo do ponto de vista internacional. E como os Estados Unidos nunca foram a favor do livre comércio, não medem esforços para controlar o mercado cinematográfico em quase todo o continente. Afinal, a idéia de livre comércio é apenas uma miragem em uma cortina de fumaça. Os americanos têm uma frase que condensa essa idéia: Trade Follows Films (O negócio segue os filmes)", pontua o professor.

## De Visconti a Julia Roberts

Aparentemente é difícil compreender como no país de Visconti, de Sica, Fellini, Antonioni, Ettore Scola a situação atual não é diferente do resto do mundo. Desde a época do fascismo, a Itália produziu bons filmes até chegar ao período de glória, na fase neo-realista, logo após a Segunda Guerra, quando originou os melhores atores, diretores e produções cinematográficas do mundo.

Embora nunca tenha deixado de receber incentivos por parte do governo, o cinema italiano é dominado por filmes dos Estados Unidos desde os anos 80, numa situação bastante similar à brasileira. A partir dessa fase, a distribuição foi

controlada pelas "majors" (grandes distribuidoras) americanas e o cinema de autor acabou. A indústria tomou o lugar do cinema artesanal e artístico.

O diretor do Instituto Italiano di Cultura, órgão oficial do governo italiano em São Paulo, professor Guido Clemente, afirma que as leis do mercado não têm como defender o cinema de arte. A porcentagem do cinema artístico em relação ao cinema comercial é de 10% a 90% em todos os países da Europa e até mesmo nos Estados Unidos. "Às vezes acontece de um bom filme ser produzido pela indústria cultural, há diretores como Kubric, Scorsese, Tarantino, mas eles são minoria", diz. Para ele, embora a Europa tenha uma cultura antiga e muito estruturada, apenas uma pequena elite é sofisticada o bastante para se opor à hegemonia americana no cinema e na música. "Um bom cantor italiano pode ter um mercado de no máximo 20 milhões de pessoas. Já um americano tem o mundo, pois a qualidade não é determinante para que um produto ganhe mercado. Pão e Tulipas e A Vida é Bela foram sucessos de público no Brasil, mas o número de espectadores é infinitamente menor ao que assistiu a Gladiador", exemplifica. Clemente observa que os norte-americanos trazem uma mensagem de fácil assimilação e apresentam um estilo de vida invencível, porque é simples e também a mídia o propõe continuamente. "Todo mundo gostaria de ser bonito, rico e feliz como eles acham que são e mostram nos filmes. Isso explica porque os jovens do mundo têm um só modelo, não importa o quanto ele seja diferente do padrão local. Na China, no Japão, é a mesma coisa. A cultura americana é considerada a única possível, pois possui linguagem universal, um idioma falado em todo o mundo. Além disso, o país detém a hegemonia econômica. Há cinquenta anos, após libertar-se do fascismo, a maioria da população da Europa via os Estados Unidos como sinônimo de liberdade, e não como símbolo de hegemonia. Essa é uma diferença importante e também muito triste", conclui.