

ECONOMIA DA CULTURA, CINEMA E DESENVOLVIMENTO

GONÇALVES, Érica de Abreu⁸
SANTOS, Fabio Allon dos⁹

Universidade Estadual do Paraná / Faculdade de Artes do Paraná

Resumo:

O presente artigo volta sua atenção ao audiovisual e às modernas definições de economia da cultura, indústrias criativas e desenvolvimento, relacionando-os a seus principais indicadores, na tentativa de caracterizar o cenário brasileiro e suas implicações e concatenar conclusões palpáveis. O estudo destes conceitos, aliado à análise de casos internacionais vinculados ao tema, servem de base para a análise de como o impulso na atividade econômica do cinema elucida a perspectiva de crescimento do setor e sua capacidade geradora de emprego e renda, bem como a habilidade de promover um desenvolvimento não somente no âmbito econômico, mas também com respaldos no desenvolvimento individual humano e das coletividades territoriais.

Palavras-chave: Audiovisual; Economia da Cultura; Desenvolvimento

Abstract:

This article turns its attention to the movies and the modern definitions of culture economics, creative industries and development, along with all its main indicators, with the effort of characterizing the Brazilian situation and its implications to obtaining concrete conclusions. The overall studies of these concepts, allied with the analysis of several cases occurred throughout the Globe, serve as a background to other studies such as how to impulse the movie business, along with the perspective of

⁸ Graduada em administração de empresas pela Universidade do Estado de Santa Catarina, pós-graduada em Cinema com ênfase em produção pela Faculdade de Artes do Paraná, e atualmente cursa mestrado em história cultural e social na Universidade de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines na França.

⁹ Fábio Allon é graduado em *Arquitetura e Urbanismo* pela UFPR, em *Cinema e Vídeo* pela FAP / CINETVPR e mestre em *Teoria, História e Crítica da Arquitetura* pela UFRGS. Desenvolve estudos nas áreas de *Teoria da Arquitetura*, de *Linguagem Cinematográfica* e das interfaces entre ambos. Em cinema, trabalha como principalmente como diretor, editor, colorista e diretor de arte, sendo um dos sócios fundadores da Processo MultiArtes.

generating jobs and goods, which has the ability to promote development in the economic field as in the individual and social field.

Key-words: Audiovisual; Culture Economics; Development.

INTRODUÇÃO

Em um mundo onde o crescimento é pautado pelo desenvolvimento econômico, buscam-se alternativas para um desenvolvimento social que seja sustentável e que possa visar um bem-estar global. O cinema, assim, tem se mostrado uma importante atividade, pois além de ser uma forma de expressão, uma arte, também envolve a participação de muitos recursos, e por conseguinte, gera uma movimentação econômica, bem como empregos e renda, ao passo que pode também favorecer o desenvolvimento social por meio de novas formas de interação entre as pessoas, incentivo à criatividade e à diversidade cultural.

Logo, ao se estudar o cinema, tem-se uma arte passível de gerar movimentação econômica e ainda assim, proporcionar uma interação interpessoal que não só promove uma melhor convivência, como também é um importante fator gerador de cultura e, portanto, de memória e costumes de uma determinada região. A economia da cultura por sua vez, por estudar os impactos materiais e simbólicos da produção artística e cultural dos povos, nos demonstra o imenso potencial da exploração de novos setores econômicos que são menos agressivos à presente e às futuras gerações.

A questão que se coloca, portanto, visa abordar economia e cinema e desvendar de que maneira é possível atingir certos níveis de desenvolvimento mensuráveis, afim de que haja uma melhora tanto individual como coletiva de uma determinada região em termos econômicos e sociais. Espera-se poder enfim analisar a situação brasileira de maneira geral e ao cruzar a nossa realidade com as possibilidades de implementação de ações adaptadas entender a conjuntura do país.

A exploração destes temas é desenvolvida de maneira qualitativa, utilizando-se da pesquisa em dados secundários, como outras pesquisas e obras

bibliográficas, para aprofundamento teórico. A pesquisa da qual foi extraída este artigo visa demonstrar em parte uma revisão bibliográfica sobre o setor audiovisual, principalmente sobre o mercado exibidor e sua relação com desenvolvimento e economia da cultura. Este artigo tem como foco, entretanto, a apresentação de conceitos e práticas bastante efetivas no que concerne estudos recentes de economia da cultura e do setor audiovisual, com vistas para o desenvolvimento e seus indicadores, com a condensação final expressa por meio de casos emblemáticos em diversas partes do mundo, espalhadas por todos os continentes e fornecendo uma ideia para a avaliação do nosso país nesse sentido para que no futuro, ações possam ser feitas visando o desenvolvimento tanto do audiovisual como do campo social como um todo.

ECONOMIA DA CULTURA, INDÚSTRIAS CRIATIVAS E CINEMA

Economia, cultura, audiovisual e desenvolvimento são palavras que se cruzam para definir uma perspectiva de crescimento frente a um momento turbulento, porém promissor que vive nosso país. Assim, esses três primeiros conceitos serão melhor delineados para que haja um entendimento mais coeso do tema.

A começar pela cultura, cujo conceito surgiu do cultivo da terra passando ao cultivo da mente e de maneira que hoje também está associado a produtos, serviços e manifestações culturais aglutinadoras de valores simbólicos, mas também econômicos.¹⁰ As artes, porém, possuem atualmente diferentes distinções, sendo a cultura também o conjunto daquilo que se conhece por arte. Há confusões em relação ao termo cultura quando nos reportamos ao entretenimento, tendo portanto sido cunhado o termo “Indústria cultural” pelos filósofos Adorno e Horkheimer, que define a conversão de cultura em mercadoria. Além disso é possível observar a importância da diversidade cultural, cujos conteúdos revelam aspectos indentitários, o que reflete a diversidade criativa dos indivíduos, sendo portanto ameaçada pela

¹⁰ CRIBARI, Isabela. Arte, cinema e mercado: discutindo a relação. In: CRIBARI, Isabela org. Economia da Cultura. Recife: Massangana, 2009. pp. 371-381.

padronização de gostos e comportamentos propiciada pela alta mercantilização das produções.¹¹

A Economia, por sua vez, é uma ciência social aplicada que é considerada a arte a serviço do bem estar individual e social, ligados ou não, portanto trata do comportamento e da condição humana.¹² O lado real da economia da cultura diz respeito, portanto, a sua reprodutibilidade, e mesmo que sua comercialização não encontre sucesso, no ato da criação em si, a expansão do valor cultural proporciona um ambiente de bem estar.¹³

No cruzamento entre estes dois conceitos, constitui-se um setor criativo e cultural, composto por segmentos industriais ou não industriais que se caracterizam por expressões culturais e atividades em que a cultura tem impacto criativo, mas não necessariamente na produção de bens culturais. Vê-se claramente esta características principalmente, mas não exclusivamente, nas indústrias culturais como a indústria fonográfica e a publicação de livros, mas se inclui também na economia da cultura a indústria da mídia, como o rádio, a TV, a mídia impressa; a área criativa, como a moda, arquitetura, publicidade, design gráfico, design de produtos e design de interiores; o turismo cultural, expressões artísticas e instituições culturais, como artes cênicas, artes visuais, cultura popular, patrimônio material, museus, arquivos, bibliotecas, eventos, festas e exposições.¹⁴

Os produtos culturais, assim, têm essa característica de, além de possuírem valor econômico tangível capaz de gerar impactos econômicos de emprego e renda, apresentam também um valor simbólico que é uma face imaterial. Estes também possuem valor a medida que promovem o bem estar pessoal e capturam ideias, crenças e tradições de um grupo e também as identidades que dialogam com esses objetos materiais.¹⁵ A criatividade humana, as ideias e a imaginação, são a essência do capital intelectual, e constituem assim o cerne das sociedades ao fornecer identidade aos seus indivíduos, ao passo que constituem as heranças históricas e

¹¹ *Id.* p. 373

¹² VALIATI, Leandro. **Economia da Cultura e Cinema**: Notas empíricas sobre o Rio Grande do Sul. São Paulo: Ecofanante, 2010, p. 15.

¹³ *Ibid.* p. 18.

¹⁴ LEITÃO, Sérgio de Sá. Economia da Cultura e do Audiovisual: diagnóstico e perspectivas. In: CRIBARI, Isabela org. **Economia da Cultura**. Recife: Massangana, 2009, pp. 339-370.

¹⁵ VALIATI, Leandro. *Economia da Cultura e Cinema... Op. Cit.*

antropológicas desta determinada sociedade.¹⁶ Em termos econômicos, portanto, são bens públicos com irradiação de benefícios proveitosos à sociedade em geral, sendo esta noção nem sempre levada em conta por seus produtores, e que necessitam, assim, de incentivos e auxílios por parte dos governos para que possam desenvolver-se de maneira sustentável.¹⁷

Segundo pesquisas recentes, a economia da cultura é um dos setores que mais cresce, que mais gera empregos e renda, e que tem perspectivas de melhora em relação a remuneração, o que caracteriza um efeito tanto quantitativo como qualitativo. Este setor impacta positivamente outros setores, gera valor agregado e está baseado no uso de recursos inesgotáveis, como a criatividade, e consome cada vez menos recursos esgotáveis.¹⁸

O audiovisual enquadra-se dentro das indústrias criativas, e pode ser percebido como sendo um vetor estratégico da economia da cultura, pelo fato de ter crescido mais que os outros setores vigorando entre aqueles que geram mais divisas em mercados externos. O audiovisual ainda tem uma importância ampliada no que concerne a aspectos intangíveis, porém benéficos a longo prazo, pois a estes números deve-se acrescentar a função reprodutora no sistema econômico global de promoção e propaganda, direta ou indireta, de pautas, comportamentos, com incidências não somente econômicas, mas também políticas sociais que incentivam demandas e consumo de todos os tipos de bens e serviços.¹⁹

A atuação governamental é outro aspecto econômico importante a ressaltar sobre economia da cultura, cinema e desenvolvimento. Verifica-se a presença de leis de incentivo no Brasil, mas se observa também a necessidade e a possibilidade de melhorias e da implementação de outras políticas públicas voltadas ao setor. Estas leis de incentivo caracterizam-se por serem ferramentas macroeconômicas que são subsídios em forma de redirecionamento de impostos, os quais são então destinados, por meio de editais ou mecenato, para projetos audiovisuais, regulados pelos órgãos governamentais, a saber ANCINE e Ministério da Cultura.

¹⁶ SANTOS-DUISEMBERG, Edna. A economia criativa e a indústria cinematográfica na sociedade contemporânea. In: MELEIRO, Alessandra. **Cinema e Economia Política**. São Paulo: Escrituras, 2009, pp. 39-58.

¹⁷ VALIATI, Leandro. *Economia da Cultura e Cinema... Op. Cit.*

¹⁸ LEITÃO, Sérgio de Sá. Economia da Cultura e do Audiovisual..., *op. cit.*

¹⁹ GETINO, Octávio. Cinema: produção, mercado e integração nos países do Mercosul. In: CRIBARI, Isabela org. **Economia da Cultura**. Recife: Massangana, 2009, p. 193.

As políticas culturais voltadas para o setor audiovisual podem, portanto, ser justificadas pelo desenvolvimento econômico que geram, mas também o desenvolvimento de capacidades intelectuais, de qualidade de vida, mas por outro lado, os subsídios também possuem aspectos negativos como a corrupção; a falta de equilíbrio proporcionado por medidas somente paliativas; e, por fim, pelo fato de que os outros elos da cadeia produtiva, como distribuição e exibição, não são subsidiados na mesma proporção que a produção. Conclui-se, desta forma, que novas políticas que contemplem todas as etapas da cadeia produtiva do cinema sejam mais incentivadas, de modo que certos gargalos sejam extintos e o todo o potencial brasileiro para este setor possa realmente se desenvolver.²⁰

O audiovisual é considerado uma das indústrias culturais, faz parte dos atuais debates sobre economia criativa e, sem dúvida, pode ser considerado um dos potenciais vetores do desenvolvimento cultural, econômico e social do Brasil. Possui uma cadeia produtiva bem definida, porém com alguns problemas principalmente com relação aos gargalos da distribuição e exibição, mas que aos poucos são contornados por políticas públicas de crescimento, até que a indústria possa caminhar com autonomia e se sustentar, gerando ganhos sociais frente a situação econômica turbulenta e instável que se observa atualmente.

DESENVOLVIMENTO E INDICADORES

A economia da cultura é, atualmente, capaz de gerar desenvolvimento, principalmente perante seu potencial ainda subaproveitado. Este desenvolvimento, além de outras informações, podem ser medidos, segundo determinados critérios, e assim é possível atingir níveis satisfatórios e estabelecer diretrizes de como utilizar a economia da cultura, e principalmente o cinema, para gerar ganhos econômicos e sociais.

Para isso existem indicadores, os quais dispõem de critérios, metas e mensuração, e podem ser entendidos como um conjunto de medidas de aspectos da realidade social, econômica e cultural que tem a capacidade de denunciar

²⁰ VALIATI, Leandro. *Economia da Cultura e Cinema... Op. Cit.*

necessidades, ajustes individuais ou coletivos, e necessitam ser mensuráveis a fim de mostrar progressos, retrocessos ou estabilidade daquilo que é monitorado.²¹

Diversos são os indicadores que podem ser utilizados para a economia, para a economia da cultura e para o desenvolvimento e que também podem vir a englobar o setor audiovisual. Mesmo apresentando deficiências, alguns deles são largamente utilizados para medir economicamente as diversas regiões do planeta. O PIB (Produto Interno Bruto), por exemplo, é a soma de todas as riquezas de uma determinada região. O IDH (Índice de Desenvolvimento Humano) é uma maneira de congregiar diversas características e fornecer um olhar mais abrangente. Ele é um dos principais indicadores de desenvolvimento, bastante utilizado atualmente, e leva em consideração aspectos como longevidade, conhecimento (dado por uma taxa de matrículas) e padrão de vida (renda *per capita*).²²

Há também uma série de exemplos de locais que criaram sistemas de indicadores culturais para avaliar diversos critérios relacionados à prática cultural no intuito de desenvolvê-la para que componham instrumentos para o desenvolvimento. Como foi o caso por exemplo do *Arts Council*, no Reino Unido, que definiu indicadores culturais como, por exemplo, o “número de pessoas que declaram ser a cultura parte importante de suas vidas”, “participação de minorias étnicas na vida cultural”, entre outros, os quais são utilizados não somente para monitorar o desempenho de ações como também para justificar investimentos públicos no setor. Um outro exemplo é o da cidade de Kaohsiung, em Taiwan, que possui uma série de indicadores que concernem atividades culturais, participação do público e equipamentos disponíveis, que mostram sintonia com indicadores econômicos como oferta, demanda e distribuição.²³

É interessante observar que cada região tem suas particularidades e um sistema de indicadores culturais deve estar muito alinhado com essas características para que possa fornecer dados mais exatos e para que haja uma análise especializada de cada situação. Exemplos bem sucedidos de regiões que utilizaram o setor audiovisual para se desenvolver podem ser observadas a seguir.

²¹ REIS, Ana Carla F. **Economia da Cultura e Desenvolvimento Sustentável: o Caleidoscópio da Cultura**. São Paulo: Manole, 2007.

²² *Ibid.*

²³ *Ibid.*

CASOS NO SETOR AUDIOVISUAL

Revisando o setor audiovisual é possível encontrar regiões que conseguiram obter algum desenvolvimento por meio da relação do cinema com aspectos econômicos.

Nos Estados Unidos da América, longe do grande polo cinematográfico de Hollywood, a experiência bem sucedida ocorrida na Filadélfia, mostra que a produção de filmes, vídeos e outros produtos para a TV impactou de maneira positiva a economia da região. Houve acréscimos para a economia através de despesas geradas com as produções, por meio de pagamento de equipe, gastos com alimentação, hospedagem, transportes, telefone, locação de cenários, laboratórios para finalização, etc. Além disso, houve um incremento na arrecadação da cidade por meio de impostos e taxas.²⁴ Com filmes como os longas-metragens *Philadelphia*, *The Sixth Sense*, *Twelve Monkeys*, *Beloved* e *Unbreakable*, e diversas produções pequenas e independentes, que além de contribuíram com a geração de receitas para a região, a imagem da cidade também recebeu novos olhares e passou a atrair mais empresas, congressos e turistas, o que de certa maneira também aumentou a autoestima da população e da cidade como um todo.²⁵

Este caso é importantíssimo para avaliar impactos econômicos em âmbito regional do negócio cinematográfico e da atuação de um órgão governamental no fomento da atividade. Por meio de uma pesquisa de 2002, a qual se baseou em dados fornecidos pelos próprios produtores, as grandes produções geraram aproximadamente 229 milhões diretamente, e 153 milhões de dólares que foram computados como receitas indiretas. O que gera um número multiplicador de 1,7, ou seja, para cada 1 dólar gasto diretamente com a produção, obtém-se um valor total de 0,7 dólares de ganhos indiretos, incluindo receitas indiretas e induzidas. Além disso, mais de 194 milhões de dólares foram pagos em salários e remunerações e 8800 empregos gerados por ano.²⁶

Além das receitas auferidas que dinamizam a economia da região, também foi relatado um nível de arrecadação de tributos em âmbito municipal e estadual da casa de aproximadamente 130 mil dólares para cada 1 milhão de gastos diretos com

²⁴ *Ibid.*

²⁵ VILAIN, Pierre. Art as economic stimulus. **Economic development Journal**, pp.35-41, Spring 2002. Disponível em: < http://web.cued.org/EDJournal/Spring_02/Art.pdf > Acesso em 04/11/2013.

²⁶ *Id.*

o setor. A pesquisa ainda aponta que aproximadamente uma entre oito produções de filmes de grande porte escolheram a cidade devido a presença do Escritório, mesmo assim, os números gerados de ganhos com receitas, diretas e indiretas, geração de empregos e tributos, informa que o orçamento de manutenção deste tipo de órgão é muito menor do que os ganhos que gera, portanto uma importante maneira de fomentar a atividade cinematográfica em âmbito regional.²⁷

O cinema indiano, por sua vez, também nos mostra uma importante realidade do setor audiovisual no mundo. Sua relevância para a análise econômica e desenvolvimentista se concentra principalmente em aliar uma produção suficiente e capaz de gerar desenvolvimento humano em um país que desponta como uma das economias mais crescentes da atualidade, mas que ainda apresenta bastantes problemas sociais.

Sendo este país um local de dimensões consideráveis e com uma imensa variedade de culturas, línguas e outros aspectos concernentes a sua população, o cinema vigora como um dos principais meios de entretenimento da população local, porém apresentando um importante crescimento de público perante os indianos não residentes na Índia, componentes da diáspora indiana principalmente no Reino Unido e nos Estados Unidos. Assim como sua população, a produção cinematográfica na Índia também é bastante variada, possui conteúdos e linguagens distintas e realizadores e protagonistas de diversas partes do país.

O Cinema indiano passou a ser conhecido como “Bollywood”. Apesar de serem filmados em estúdios em Calcutá, Pune e também Bombay, o termo é uma contração de “Bombay Hollywood”, e se assemelha à cidade Estadunidense devido às grandes produções, orçamentos, os melhores perfis da mídia, as maiores estrelas e a reputação de modernos valores de entretenimento do país.

Uma de suas características, no entanto, é criar uma cultura totalmente artificial que não reflete, em termos gerais, as culturas indianas das regiões de que faz parte, e é totalmente separada das realidades sociais. Esta característica de irrealidade começa pelo fato de ser filmado em línguas que não são necessariamente praticadas na região da produção, e além disso mostra sequências fantásticas e espetaculares de dança em locações exóticas, belas ou famosas. De

²⁷ *Id.*

qualquer maneira, esta irrealidade, ao não se referir às realidades culturais, políticas e sociais da Índia é também potencialmente menos perturbadora aos governos.

O governo indiano se mostra certas vezes, inclusive, como um entrave à produção. Muitas das iniciativas privadas que impulsionaram a produção na Índia ocorreram apesar do controle do governo, pois o cinema sendo atividade privada constitui um dos meios de expressão sem que haja a intervenção estatal. Assim, foram criados alguns órgãos públicos cujas funções primordiais eram a de fomentar o setor, mas essas instituições exerciam uma função adicional de fiscalizar as produções atuando como os “olhos do governo”. Adicionalmente, por se tratar de uma nação com uma parcela muçulmana, certas restrições foram impostas para manter a ordem, que diziam respeito principalmente a obscenidades e indecências. Além disso, o governo se mostra apático em relação à pirataria de sinal, de áudio e vídeos e falsificações, que afetam sensivelmente o mercado no local.²⁸

O cinema indiano lidera há décadas a lista de maiores produtores de filmes passando de mil filmes ao ano e, segundo projeções, este número tende a aumentar, principalmente devido ao crescimento do número de canais de comunicação do cinema com o público. Os novos meios de difusão como televisão, rádio, *home vídeo*, *internet* e a telefonia móvel e ainda segmentos como animações e jogos passaram a ser explorados com boas perspectivas de ganhos. Além disso, percebe-se o aumento do número de *Multiplexes* e a alta do valor dos ingressos. Mesmo a bilheteria não sendo a principal meta, as inovações são tão rápidas e abrangentes que os profissionais observavam os canais de comunicação que surgem e são, da mesma maneira, acompanhados pela sua exploração. Apesar de a renda pessoal não se elevar na mesma proporção, o acesso a novas tecnologias é relativamente fácil, o que viabiliza o escoamento das produções.

Outra questão que concerne ao cinema indiano é a alta produção, com lucros não tão altos quando comparados com países ricos. Outros países produzem uma quantidade menor de filmes e conseguem lucrar ainda mais que os indianos. A distribuição desorganizada também contribui para que esse mercado ainda se encontre subvalorizado. Mesmo assim, na Índia, os filmes desse país são melhores aceitos que os Hollywoodianos, por exemplo, e muito disso se deve à cultura indiana

²⁸ BOSE, Derek. O Cinema Indiano. In MELEIRO, Alessandra. **O cinema no mundo**: Ásia. São Paulo, Escrituras: 2007, pp. 81-121.

que valoriza muito o tipo de trama geralmente presente nesses filmes que possuem uma fórmula razoavelmente padronizada. (BOSE, 2007).

Um caso emblemático de desenvolvimento por meio do cinema foi o do país africano Nigéria, com respaldos em Gana. O modelo nigeriano de produção de Vídeo Filmes, que passou a ser conhecido, entre outros nomes, como “Nollywood”, é baseado no autofinanciamento e baixos custos de produção, e responsável pela produção de aproximadamente mil filmes por ano que são distribuídos por toda a África em forma de *dvd*, *vhs* ou pela televisão. O setor privado é bastante ativo tanto na criação como produção e infraestrutura, sendo que os filmes são vistos normalmente em casa ou nas quase cinco mil salas de vídeo presentes no país.²⁹

A indústria do audiovisual tem ajudado a transformar a realidade de certos países africanos nos últimos vinte anos, principalmente na Nigéria, mas também se expandindo para outros países do oeste subsaariano, como por exemplo Gana. A indústria audiovisual começou seu crescimento no início dos anos 80 tanto na Nigéria quanto em Gana, porém no formato de vídeo e não película, dentre outros fatores, mas principalmente pelo colapso econômico generalizado que encareceu demais o uso de celuloide; no âmbito social, houve o aumento da violência urbana que impossibilitava ou dificultava as saídas a noite e, conseqüentemente, a ida aos cinemas.³⁰ A audiência visada inicialmente era a de salas de projeção dotadas de uma televisão e um vídeo cassete.

Já em meados dos anos 90, Gana produzia em média cinquenta filmes de vídeo por ano, e a Nigéria por volta de quinhentos, porém ambas enfrentando certa hostilidade de padrões culturais por apresentarem má qualidade e narrativas que apresentavam cópias de modelos de séries melodramáticas. Além disso, limitações como os elevados custos da produção em celuloide e o fato deste tipo de cinema ser regulamentado e apoiado por entidades governamentais as quais possuíam certa preocupação sobre as mensagens que ameaçavam a ordem ideológica e a imagem do país que era transmitida às massas se faziam presentes. A produção de Vídeo Filmes, no entanto, devido ao baixo custo e à tecnologia já disponível, possibilitava um setor informal sem muitas preocupações com a opinião das autoridades.³¹

²⁹ SANTOS-DUISEMBERG, Edna. *A economia criativa e a indústria cinematográfica...*, op. cit.

³⁰ HAYNES, Jonathan. Video Boom: Nigeria and Ghana. **Post Colonial Text**, Vol. 3, n.2, pp. 1-10, 2007.

³¹ *Id.*

Primeiramente exibidos em teatros e salas de vídeo e, mais tarde no conforto dos lares africanos, os vídeo filmes nigerianos e ganianos marginalizaram inclusive os filmes americanos na Nigéria, em Gana e em toda a costa oeste africana. Também é colocado que a Nigéria consta como responsável por aproximadamente oitenta por cento dos vídeo filmes produzidos na África, e com a crescente liberalização de comércio em toda a África os vídeo filmes têm se espalhado por outras regiões do país de origem e também para fora dele, e mesmo para aqueles que não possuem a aparelhagem, há locais onde as exposições acontecem e estas pessoas podem assistir pagando preços bastante baixos³²

O mercado nigeriano de home vídeo apresenta um desempenho de mais de mil filmes por ano, gerando aproximadamente trezentos mil empregos neste mesmo período de tempo, e com uma taxa de crescimento de seis por cento, o que demanda que uma reestruturação deste mercado ocorra para que haja uma revisão no conceito de fazer cinema neste continente.

Além disso, outros costumes que envolvem vários setores econômicos como vestuário, acessórios, decoração e outras esferas artísticas como a música também têm sido atingidos pela capilarização dos vídeo filmes, os quais têm sido bem recebidos pelas audiências, e com o potencial de dinamizar as economias e gerar criação e consumo de bens e serviços.

A indústria audiovisual desta região, a nigeriana principalmente, foi rotulada pelo New York Times como “Nollywood”, mas também intitulada de “Africanwood” e “Naijwood” e tem sido muito bem recebida por audiências desde a Nigéria e Gana, até o Quênia e a África do Sul, e até mesmo Estados Unidos e Reino Unido. Esta indústria audiovisual presente no continente pode ser considerada capaz de realizar um papel central na criação e empregos, empoderamento da juventude, diminuição da pobreza, resolução de conflitos étnicos e religiosos, e luta contra as pandemias de AIDS/HIV presentes no continente, se as estruturas culturais, artísticas, econômicas e sociais forem efetivamente e eficientemente reforçadas.³³

As indústrias audiovisuais Nigeriana e Galiana passam constantemente por instabilidades, mas a da Nigéria possui um crescimento constante segundo órgãos oficiais. Está estimada em um valor de duzentos milhões de dólares ao ano –

³² OMOERA, Osakue S. Video Film and African Social Reality: A Consideration of Nigeria-Ghana Block of West Africa. **Journal of Human Ecology**, Nigeria, vol. 25, n. 3, pp. 193-199, 2009.

³³ *Id.*

equivalente ao orçamento de um único filme grande de Hollywood – mas bastante significativa na severamente danificada economia nigeriana. Este negócio tem ganhado prestígio inclusive pelos governantes do país que a reconheceram como indústria e, mesmo indo ao encontro do interesse de certos grupos e ter sido duramente enfrentada, o aspecto desenvolvimentista e gerador de emprego aliado à ameaça de perda de apoio político por parte dos realizadores aos governos amenizou os enfrentamentos.

Na Europa, a cidade italiana de Turim também possui um caso interessante voltado à economia criativa e, como um dos aspectos, a do audiovisual. Observa-se principalmente em relação à atuação governamental no que tange às políticas públicas voltadas para o desenvolvimento da cidade como um todo por meio de economia criativa.³⁴

A reestruturação da cidade após a crise da indústria nos anos 80 favoreceu o surgimento de novas oportunidades de aproveitamento dos ativos que restavam na cidade. Aliado a isso, a candidatura da cidade para os jogos Olímpicos de Inverno de 2006, preparou a cidade e diversas cidades vizinhas, organizações e empresas privadas, principalmente na reestruturação da infraestrutura metropolitana e serviços de hospitalidade. Logo após os jogos, um novo plano estratégico propôs à cidade linhas de ação que visaram apoiar economicamente empresas nascentes no ramo criativo e cultural. Este plano previa ainda a construção de *clusters* criativos com o intuito de gerar um círculo virtuoso de criação e consumo de bens culturais e criativos. No campo audiovisual, o governo local respaldou a cidade como “Cidade do Cinema”, e apoiou instituições como Museu Nacional do Cinema, um local que impressiona pela quantidade de atividades científicas e educacionais. O museu também abriga importantes festivais como o Festival de Filme de Turim, o CinemAmbiente e o Festival de Filme GLBT “Da Sodoma a Hollywood”.

A estrutura presente na cidade conta ainda com o Torino *Film Lab*. Trata-se de um laboratório de um ano de treinamento para desenvolver realizadores emergentes para que façam seu primeiro ou segundo filme. O programa conta com um orçamento anual que auxilia a cobrir todas as despesas das atividades, e possui

³⁴ BERTACCHINI, Enrico. Da regeneração urbana à cidade criativa: o papel das políticas culturais na cidade de Turim. In: REIS, Ana Carla F. **Cidades Criativas**: perspectivas. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011, pp. 70-77.

parcerias com outras instituições presentes na cidade voltadas para o desenvolvimento audiovisual.

Em 2000 foi fundada uma comissão regional para fomentar o desenvolvimento audiovisual na cidade que buscava transformar Piemonte e sua capital Turim em um local de excelência para produções, tanto de cinema como de televisão, atraindo para a região produtores locais e internacionais para formar uma rede de oportunidades para profissionais do setor. Fornece uma série de serviços que facilita a instalação de produções, como estrutura administrativa, auxílio na busca por locações e concessão de permissões para filmagens, suporte financeiro, promoção e *marketing* e até mesmo auxílio na análise de roteiros e facilidades para a participação em estreias e festivais localizados no território e nas proximidades, como Veneza, Cannes, Berlim etc.

Foi desenvolvido também pela Comissão de Filmes de Turim o Cineporto, uma infraestrutura inaugurada em 2008, com uma grande área dedicada ao setor, com uma boa proximidade ao centro da cidade, aeroportos e dos rios que cortam a cidade, com o objetivo de aprimorar as condições logísticas e organizacionais das atividades voltadas aos filmes.

CONCLUSÃO

A cadeia econômica do cinema representa um conglomerado de necessidades de produtos e serviços que necessitam de atendimento para que um projeto se concretize. Uma concepção que surge da mente brilhante de seus realizadores e se ratifica pelo trabalho incansável de técnicos, artistas, organizações privadas ou públicas, e que o consumidor final é, geralmente, o objetivo primordial, e aquele que pode se utilizar do cinema para os mais diversos objetivos, seja entretenimento, fruição artística, lazer, ou mesmo estudos e trabalho.

Vale ressaltar que há, no entanto, um perigo inerente à mercantilização do cinema, que hoje pode ser percebido em algumas outras indústrias como a da música, por exemplo. Com ações somente voltadas ao mercado na produção audiovisual podem-se ocasionar perdas de qualidade nas produções, assim como desvalorizações de culturas, as quais não possuem menos importância, umas perante outras. As artes e a cultura são fruto direto do intelecto humano e da

interação dos mesmos, portanto, têm uma imensa importância na perpetuação das sociedades atuais, seus costumes, modos de vida, e, assim, identidades, sejam quais forem.

Os estudos da economia da cultura, indústrias criativas e congregando o setor audiovisual e desenvolvimento se encaixam para atenuar inquietações sobre a complexidade do setor audiovisual e de como as possibilidades e o potencial que estes setores possuem no Brasil podem ser bem aproveitados. A economia e seus modelos, unidos aos indicadores de desenvolvimento e suas implicações, fornecem um panorama mais claro do potencial da cultura, e especificamente do audiovisual, para promover o desenvolvimento por meio da geração de empregos e renda, mas também de ganhos no campo simbólico.

A condensação de todos os tópicos estudados se apresenta de maneira definitiva nos exemplos citados ao final desta pesquisa. Casos como o da Filadélfia e seus eminentes ganhos por meio do setor econômico audiovisual. A superação econômica e social por meio do cinema que obteve a Nigéria e outros países africanos, apesar das dificuldades, nos últimos vinte anos expandindo-se por todo o continente; a Índia e a sua diversidade abrangida pelo cinema constituindo uma importante indústria cinematográfica mundial; Turim, com suas políticas culturais e infraestrutura voltada ao audiovisual, e por que não o Brasil, com os diversos casos ainda a serem estudados e muitos outros, desenvolvidos.

No que tange ao Brasil, após todas estas análises se voltando para a esfera governamental percebe-se uma atuação ainda tímida perante o potencial apresentado. Ao se observar exemplos efetivos como os Escritórios de Filmes, indaga-se o porquê de não haver mais escritórios deste tipo, excetuando-se a Riofilme e o recém lançado escritório em São Paulo, os incentivos ainda encontram-se aquém do potencial. É necessário também um olhar para órgãos governamentais que se responsabilizem pela mensuração do mercado dada a necessidade de que haja um sistema de registro de dados estatísticos. As recentes medidas do Ministério da Cultura com a criação de uma Secretaria voltada à Economia da Cultura e um sistema de indicadores culturais são um começo, mas muito ainda necessita ser feito. Espera-se os resultados desses empreendimentos, e a partir dos *feedbacks* será possível continuar a desenvolver esse setor econômico, bem como sua profissionalização, para poder explorar e desenvolver as potencialidades dos

mercados nas diversas regiões do país, bem como fortalecer a identidade brasileira, promover a diversidade ao continuar a utilizar o cinema como um importante fator gerador de desenvolvimento, tanto econômico como cultural e social.

REFERÊNCIAS

AUTRAN, Arthur. O pensamento industrial cinematográfico brasileiro: ontem e hoje. In: MELEIRO, Alessandra. **Cinema e Mercado**. São Paulo: Escrituras, 2010, pp. 15-32.

BERTACCHINI, Enrico. Da regeneração urbana à cidade criativa: o papel das políticas culturais na cidade de Turim. In: REIS, Ana Carla F. **Cidades Criativas: perspectivas**. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011, pp. 70-77.

BOSE, Derek. O Cinema Indiano. In MELEIRO, Alessandra. **O cinema no mundo: Ásia**. São Paulo, Escrituras: 2007, pp. 81-121.

CRIBARI, Isabela. Arte, cinema e mercado: discutindo a relação. In: CRIBARI, Isabela org. **Economia da Cultura**. Recife: Massangana, 2009. pp. 371-381.

GETINO, Octávio. Cinema: produção, mercado e integração nos países do Mercosul. In: CRIBARI, Isabela org. **Economia da Cultura**. Recife: Massangana, 2009. pp. 191-228.

HAYNES, Jonathan. Video Boom: Nigeria and Ghana. **Post Colonial Text**, Vol. 3, n.2, pp. 1-10, 2007. Disponível em: <<http://postcolonial.org/index.php/pct/article/view/522/422>>. Acesso em: 04/11/2012.

LEAL, Antônio; MATOS, Tetê. O papel dos festivais de cinema no Brasil: um diagnostico do setor. In: MELEIRO, Alessandra. **Cinema e Mercado**. São Paulo: Escrituras, 2010. pp. 73-91.

LEITÃO, Sérgio de Sá. Economia da Cultura e do Audiovisual: diagnóstico e perspectivas. In: CRIBARI, Isabela org. **Economia da Cultura**. Recife: Massangana, 2009. pp. 339-370.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A tela global: Mídias culturais e cinema na era hipermoderna**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

OMOERA, Osakue S. Video Film and African Social Reality: A Consideration of Nigeria-Ghana Block of West Africa. **Journal of Human Ecology**, Nigeria, vol. 25, n. 3, pp. 193-199, 2009. Disponível em: <<http://www.krepublishers.com/02-Journals/JHE/JHE-25-0-000-09-Web/JHE-25-3-000-2009-Abst-PDF/JHE-25-3-193-09-1814-Omoera-O-S/JHE-25-3-193-09-1814-Omoera-O-S-Tt.pdf>>. Acesso em: 04/11/2013.

PRODUÇÃO AUDIOVISUAL, **Relatório Completo**. São Paulo: SEBRAE/ESPM, 2008.

REIS, Ana Carla F. **Economia da Cultura e Desenvolvimento Sustentável: o Caleidoscópio da Cultura**. São Paulo: Manole, 2007.

SANTOS-DUISEMBERG, Edna. A economia criativa e a indústria cinematográfica na sociedade contemporânea. In: MELEIRO, Alessandra. **Cinema e Economia Política**. São Paulo: Escrituras, 2009, pp. 39-58.

STAFFORD, Ray, **Indian Cinema: The World's Biggest And Most Diverse Film Industry**. Cornerhouse: Manchester. Disponível em: <http://www.cornerhouse.org/wp-content/uploads/old_site//media/Learn/Study%20Guides/Indian%20cinema.pdf>. Acesso em 18/08/2012.

VALIATI, Leandro. **Economia da Cultura e Cinema**: Notas empíricas sobre o Rio Grande do Sul. São Paulo: Ecofanante, 2010.

VILAIN, Pierre. Art as economic stimulus. **Economic development Journal**, pp.35-41, Spring 2002. Disponível em: < http://web.cued.org/EDJournal/Spring_02/Art.pdf > Acesso em 04/11/2013.