

## 2

## Novos contextos, outras estratégias: notas sobre o cinema latino-americano nos anos 2000<sup>1</sup>

*New contexts, other strategies: notes about Latin American cinema in the 2000s*

*Nuevos contextos, otras estrategias: notas sobre el cine de América Latina en la década de 2000*

Lia Bahia<sup>2</sup>

**RESUMO** O trabalho avança hipóteses sobre as relações entre poderes locais e globais que envolvem a produção dos cinemas latino-americanos nos anos 2000. A historiografia recente destas cinematografias é o fio condutor para a análise das vertentes políticas, culturais e econômicas dos cinemas latino-americanos. Contextualizados pela globalização cultural e econômica, a produção dos cinemas nacionais se explicita como campo de batalha híbrido, no qual os aspectos simbólicos e mercadológicos estão profundamente imbricados.

**PALAVRAS-CHAVE** Cinema; América Latina; Globalização; Cultura

**ABSTRACT** This paper poses hypotheses about the connection between local and global powers involved in the production of Latin American cinema during this decade. The recent historiography of these national cinemas is the guiding principle for the analysis of the political, cultural and economic trends of Latin American cinema. Contextualized by cultural and economic globalization, the production of national cinemas is explained as a battleground hybrid, in which symbolic and market issues are deeply interlinked.

**KEYWORDS** Cinema; Latin American; Globalization; Culture.

**RESUMEN** El trabajo avanza hipótesis sobre las relaciones entre lo local y lo global que implica la producción de cine latinoamericano en la década de 2000. La historiografía reciente de estas cinematografías es el hilo conductor para el análisis de las dimensiones políticas, culturales y económicas de América cines latinoamericanos. Contextualizada por la globalización cultural y económica, la producción de cines nacionales se explicita como campo de batalla híbrido, en la que los aspectos simbólicos y de mercado están profundamente entrelazados.

**PALABRAS CLAVE** Cine; América Latina; Globalización; Cultura.

---

1 Trabalho apresentado no XXVII Congresso da LASA (Latin American Studies Association), em 2009.

2 É mestre e doutoranda do curso de comunicação social, na linha de pesquisa Análise da Imagem e do Som da UFF. Já apresentou comunicações em diversos congressos, entre eles: Socine, Brasa e Lasa. Publicou artigos na revista Contracampo, Sessões do Imaginário, no livro IX Estudos de Cinema – Socine 2008, entre outros. Trabalhou na Ancine com pesquisa de mercado e atualmente é gerente de fomento e difusão da Riofilme.



A produção e o consumo de produtos audiovisuais constituem uma das atividades culturais mais importantes do mundo contemporâneo. São fontes de informação e lazer, possuem papel estratégico na disseminação e afirmação de culturas e se impõem política e economicamente na sociedade mundializada e espetacularizada. Portanto, pensar a atividade cinematográfica sob perspectiva cultural, econômica e política na América Latina torna-se fundamental para avançar hipóteses sobre a democratização sócio-cultural na região. Ainda que a ideia de uma cinematografia latino-americana seja, até o presente momento, essencialmente utópica em face a uma realidade marcada por processos distintos e fragmentados de avanços e recuos de seus cinemas nacionais é fundamental resgatar seus traços comuns.

Segundo Canclini (2005a), compreender as alianças interculturais dos países latino-americanos deve ser a base para se estudar a região, e não tentar responder perguntas sobre as identidades culturais na América Latina. Não se deve, portanto, perguntar-se pelo “ser latino-americano”, mas mostrar a existência de projetos compartilhados na América Latina através de “processos econômicos e comunicacionais, em relação aos intercâmbios financeiros multinacionais e aos repertórios de imagens e informação distribuídos a todo o planeta pelos meios de comunicação”, onde convivem muitas identidades e culturas (CANCLINI, *idem*: 173).

As cinematografias latino-americanas são assimétricas e a simples aproximação geográfica entre os países da região não as reúne e muito menos homogeneiza seus cinemas nacionais. Contudo, a história mais ou menos compartilhada, os projetos políticos e o desenvolvimento semelhante tornaram os cinemas locais, se vistos sob uma perspectiva panorâmica, parecidos entre si.

Os cinemas latino-americanos vêm ganhando

destaque nos estudos sobre a recomposição do mercado cultural na economia globalizada. Mas a realidade é que ainda não se dispõe de informações adequadas e fidedignas sobre o mercado cinematográfico da América Latina. Tampouco, as políticas públicas e as leis que condicionam o desenvolvimento industrial e cultural do cinema foram satisfatoriamente investigadas a fim de contribuir para uma reflexão crítica e integrada de economia e cultura.

Entretanto, os desafios econômicos e culturais dos cinemas latino-americanos foram ampliados, tanto em função das políticas de corte neoliberal, quanto em decorrência dos avanços das tecnologias audiovisuais. No contexto de uma globalização que acirra desigualdades, o desenvolvimento de indústrias cinematográficas nacionais se mostra fundamental para a economia e cultura dos países da região. No que concerne à economia cultura:

(...) as maiores atividades econômicas das próximas décadas estão relacionadas às indústrias culturais e à comunicação. Isto significa que o país que não desenvolver e fomentar sua expressão cultural estará condenado a um papel secundário na economia global. Alguns países, (...) antecipando essa megatendência econômica, já estão ocupando espaços vitais na circulação nacional e internacional de bens culturais. Das dez maiores empresas inglesas, cinco são culturais. A maior receita direta dos EUA vem da indústria bélica e a segunda vem da indústria audiovisual, dos filmes que todo o mundo compra e que ocupam 80% do mercado consumidor de cinema em todo o planeta. (...) O audiovisual é a maior e mais importante indústria cultural (SANTOS e SENNA, Declaração do Canecão 2002, in Meleiro, 2007: 67).

A relevância cultural do cinema está associada à possibilidade de narrar as identidades culturais locais. A produção e difusão de imagens próprias e o reconhecimento da diferença é essencial à construção da diversidade e da democracia no mundo. O cinema, em tempo de transnacionalização cultural, não deve mais se restringir às fronteiras internas. As novas configurações impostas ao cinema, em âmbito mundial, reestruturam o cinema latino-americano, criando interfaces entre o nacional e o internacional.

Para sobrevivência e desenvolvimento dos cinemas locais, os países latino-americanos estruturam políticas públicas e leis específicas para o setor cinematográfico. Sem estratégias públicas de fomento, regulação e fiscalização, o cinema nacional na região se torna inviável como projeto e instrumento de democratização cultural. Canclini enfatiza a relevância de se estabelecer políticas culturais que impulsionem a produção endógena dos países latino-americanos, com o objetivo de expandir nosso desenvolvimento cultural nos mercados globalizados e também para regular sua ação em função dos interesses públicos (CANCLINI, 2004). Torna-se importante, portanto, mapear a posição ocupada pelo cinema latino-americano na época da transnacionalização cultural, levando em conta os novos desafios e as possibilidades que aparecem na contemporaneidade.

O século XXI caracteriza-se pelo cosmopolitismo de um mundo globalizado no qual circulam informações e imagens por todo o planeta. Isso levaria, a princípio, ao contato e troca com outros de diferentes culturas. Porém, se considerada a realidade em que se encontram os países da América Latina, em particular no que concerne a produção, circulação e consumo dos produtos cinematográficos, percebe-se que esse processo está longe de ser tão democrático quanto faz crer

o discurso neoliberal. O lobismo das empresas e do governo dos EUA tem influenciado a atuação deste país na América Latina, alterado a composição dos mercados internos e os modos de fazer cinema na região.

### **Globalização, mediações e disputas na indústria cultural latino-americana: o lugar do cinema**

Com o advento da globalização, das novas tecnologias de comunicação e da internacionalização da cultura, os bens culturais passam a ser percebidos como decisivos no campo simbólico, econômico e político nas sociedades contemporâneas. As novas tecnologias de informação e comunicação transformam não somente a cadeia de produção de um produto cultural, mas a própria lógica do capitalismo. A cultura se converte em um setor que apresenta importantes perspectivas de desenvolvimento econômico com forte vetor de transformação social. Nas palavras de Hall:

(...) A cultura tem assumido uma função de importância sem igual no que diz respeito à estrutura e à organização da sociedade moderna tardia, aos processos de desenvolvimento do meio ambiente global e à disposição de seus recursos econômicos e materiais. Os meios de produção, circulação e troca cultural, em particular, têm se expandido, através das tecnologias e da revolução da informação. Uma proporção ainda maior de recursos humanos, materiais e tecnológicos no mundo inteiro são direcionados diretamente para estes setores (HALL, 1997: 2).

O papel das indústrias culturais no mundo hoje, não se dissocia das novas tecnologias da informação e comunicação, gerando transformações econômicas



e mudanças sócio-culturais importantes, no que diz respeito à constituição da esfera do público-privado e ao reordenamento da vida urbana. O Estado cede vez a um padrão de organização societal que tem no mercado o seu principal organizador social. Acompanhando o processo de degradação e descrença na política e nas instituições públicas, a fluidez e flexibilidade constantes da globalização, o mercado recria formas de participação através da mídia e de uma ordem social pautada pelo consumo.

Canclini afirma que os meios de comunicação fizeram irromper as massas populares na esfera pública, deslocando o desempenho da cidadania em direção às práticas de consumo. Assim, os meios de comunicação põem em evidência uma reestruturação geral das articulações entre o público e o privado que pode ser percebida também no reordenamento da vida urbana, no declínio das nações como entidades que comportam o social e na reorganização das funções dos atores políticos tradicionais. Para o autor, os indivíduos encontram códigos comuns através do consumo midiático. A mídia audiovisual ocupa espaço de destaque neste processo de criação de laços de identidade cultural e compartilhamento societário. (CANCLINI, 2001).

Os meios de comunicação massivos se estendem, portanto, ao conjunto da vida cotidiana e influenciam na organização sócio-política. Barbero argumenta que as mídias detêm a capacidade de representar o social e construir a atualidade, além de se constituir hoje como atores sociais que intervêm ativamente na realidade. Essa função é realizada de forma multimídia, isto é, as mídias, diante das novas tecnologias de informação e das mega-alianças entre as empresas de comunicação, passam a complementar umas às outras (BARBERO, 2004a).

Neste cenário, o surgimento de novas mídias de entretenimento caseiro e portátil entre tantas outras

formas, reorganiza alguns padrões de produção, circulação e exibição das produções audiovisuais ao longo da segunda metade do século XX. As tecnologias da informação e comunicação – TV paga, celulares, internet, câmeras portáteis, TV digital – multiplicaram a produção e a demanda por conteúdo audiovisual e estabeleceram novas possibilidades de produção e divulgação de informação e cultura.

A indústria cultural cria a ilusão de conectividade global, “como se o mundo tivesse se tornado, para todos ao alcance da mão”, mas na realidade, esse processo é bastante concentrado, desigual e perverso. A produção, circulação e acesso segmentado dos bens da indústria cultural ampliam as distâncias de acesso a informações e conhecimentos, gerando menores possibilidades de integração efetiva. O grande capital se apóia na unicidade técnica para construir a globalização perversa uma vez que o mercado global irá se utilizar de técnicas avançadas que resultam em aprofundamento das desigualdades econômicas e culturais (SANTOS, 2000:19)<sup>3</sup>.

Para Canclini, a par das diferenças, desigualdades e desconexões, as intensificações das trocas culturais e da convivência intercultural compõem um processo de mundialização cultural. Com o mundo globalizado, passamos do modo de produção social da multiculturalidade, no qual se admite a diversidade de culturas e supõe-se a aceitação do heterogêneo, para a interculturalidade que implica relações de negociações, conflitos e entrelaçamento constitutivo. Neste mundo da interculturalidade, as fronteiras culturais e ideológicas tornam-se frágeis e os objetos de consumo culturais que circulam nas regiões são variados e convivem uns com os outros (CANCLINI 2005a).

3 Santos ressalta que esse processo poderia ser diferente se o uso político do sistema técnico contemporâneo fosse outro (SANTOS, 2000).

Essas interdependências são acompanhadas por dinâmicas regionais e locais que não se encaixam totalmente, ou são excluídas da globalização. O fenômeno e os efeitos da globalização não incidem da mesma forma em todos os lugares; são desigualmente distribuídos no mundo, entre regiões e no interior de cada nação. Dados evidenciam esse fluxo desigual de poder: Os Estados Unidos ficam com 55% dos lucros midiáticos mundiais, a União Européia, com 25%, Japão e Ásia recebem 15% e os países ibero-americanos somente 5% (CANCLINI, 2004). A assimetria gerada pelo processo da globalização não só agrava as desigualdades econômicas, mas também compromete os desequilíbrios históricos das trocas comunicacionais. A globalização é como afirma Santos "(...) o ápice do processo de internacionalização do mundo capitalista" (Santos, idem: 23).

No entanto, junto à "globalização perversa", emergem processos que sutilmente estão descentrando os modelos ocidentais e aprofundando a disseminação da diferença cultural em todo o globo. As tendências contra-hegemônicas têm a capacidade de subverter, traduzir e negociar, fazendo com que se assimile o assalto cultural global sobre as culturas menos favorecidas. As culturas, sentindo-se ameaçadas pelas forças da globalização, se fecham em torno de instituições nacionalistas, há um movimento de reinvenção do passado no presente. Os cinemas latino-americanos são produtos próprios de batalha cultural contemporânea.

Na América Latina, a maior parcela da população tem o audiovisual como fato cultural principal. A hegemonia audiovisual na região é constituída pela mescla da cultura oral, experiência cultural primária das maiorias, com as novas técnicas da visualidade, denominada de "oralidade secundária". As massas na América Latina foram incorporadas

à modernidade não pelo livro ou pela cultura letrada, mas a partir da articulação da cultura oral às experiências e formatos audiovisuais, o que a distingue do projeto ilustrado europeu. Portanto, outra modernidade tem sido apresentada à América Latina: uma modernidade que mescla oralidade e visualidade, e que tem o audiovisual como principal meio de comunicação de massa. A sensibilidade, a partir das culturas audiovisuais e não da cultura letradas apresenta desafios para países da América Latina. Para Barbero, devemos começar a aceitar que:

(...) As maiorias possam se apropriar da modernidade sem deixar sua cultura oral, transformando-a em uma oralidade secundária, isto é, gramaticalizada pelos dispositivos e pela sintaxe do rádio, do cinema e da televisão. O desafio que essa transformação cultural implica deixa obsoletos tanto os modos populistas como os ilustrados de analisar e valorizar (BARBERO, 2004b: 210).

Há na região uma cumplicidade entre a oralidade e a visualidade que remete à persistência de memórias coletivas que a aceleração modernizadora comporta. Essa aliança não deve ser atribuída à condição de analfabetismo de países de terceiro mundo, nem a uma cultura de e para analfabetos, mas sim a modos de apropriação e significação diante da aceleração modernizadora. Portanto, não devemos hierarquizar e nomear de inculta uma sensibilidade que nos é própria e que está transformando nossos modos de ver, imaginar, narrar e pensar. A competência comunicativa de um meio se encontra ligada à sua capacidade de ressonância e de convocatória, e não a sua potencialidade tecnológica.

As indústrias culturais no século XX se tornam o mais poderoso recurso que as sociedades



latino-americanas tiveram para expressar seus processos identitários e para se comunicar local e mundialmente. Os meios audiovisuais ocupam lugar de destaque neste processo e descortinam experiências comunicativas e culturais de desconstrução e reconstrução das identidades coletivas, lugar próprio da batalha cultural do nosso tempo. Se o cinema torna a modernidade visível ao propiciar novas experiências sensoriais e tecnológicas, a televisão radicaliza esse processo de reelaboração da cultura na contemporaneidade.

O cinema se constituiu historicamente como um importante meio de comunicação no mundo e na América Latina. As promessas de cosmopolitismo global não se coadunam com a realidade da América Latina, que convive com o aprofundamento da desigualdade de fluxos culturais e não, como prometido pela globalização neoliberal, uma ampliação de troca e circulação cultural mundial. Diante deste contexto, em que as promessas de disputas e livre concorrência cultural parecem não dar conta de mediar uma situação de simetria cultural, os Estados desenvolvem políticas públicas para garantir a produção, distribuição e exibição da produção audiovisual local em escala regional e mundial, objetivando o reconhecimento e a construção de identidades culturais locais e inserção do audiovisual latino-americano no mercado cultural transnacional.

### **Projetos estatais para o cinema na América Latina nos anos 2000**

O cinema se torna o emblema das relações de força que vão marcar a internacionalização da produção cultural, sob a lógica da defesa da identidade nacional, ainda no período das Grandes Guerras Mundiais. Em 1928, a França já apontava a questão da necessidade de políticas públicas para o audiovisual:

A importância industrial do cinema, o valor do filme enquanto meio de publicidade, a preocupação com a difusão intelectual nacional, sobretudo a preocupação de não deixar se desnaturar a menor parcela da alma nacional... todos esses motivos conjugados representam para uma grande nação, como a França, a necessidade de ter uma política para o cinema (Relatório publicado pela Câmara Sindical Francesa de Cinematografia, em 1928, in MATTELART, 2005, p. 49).

Durante a Primeira Guerra Mundial, houve redução significativa dos filmes estrangeiros da programação das salas dos Estados Unidos, enquanto no resto do mundo os filmes norte-americanos ocupavam de 60% a 90% dos cinemas. O sucesso econômico deste cinema se deu graças a uma série de ajustes que combinaram dispositivos comerciais e percepção e reconhecimento popular, tornando-o um grande espetáculo para as massas, apoiados no star system e na criação dos gêneros. O cinema de Hollywood foi elaborado para ser um grande espetáculo popular de linguagem universal que mobiliza as grandes massas do mundo todo. Para Barbero o cinema é o primeiro meio massivo de uma cultura transnacional (BARBERO, 2003: 213).

O setor cinematográfico encerra em si ambigüidade de ser uma atividade industrial – que requer alto investimento e retorno a longo prazo – e também um fenômeno cultural, estético e artístico, que representa força simbólica para a construção e promoção de identidades culturais dos países na vida contemporânea. As políticas públicas para o setor replicam as relações entre as vertentes industriais e as culturais envolvidas na produção cinematográfica. Essas duas facetas tensionam sistematicamente o debate sobre o cinema.

Junto ao que pode ser materializado, como

dados econômicos oriundos de uma produção cinematográfica nacional: emprego, renda e investimento local e desenvolvimento econômico para a região, há uma gama de externalidades positivas imateriais geradas pela produção e comercialização de uma obra audiovisual<sup>4</sup>. A divulgação de práticas e hábitos culturais locais, a afirmação e construção das identidades e o reconhecimento perante os outros são exemplos de agregação de valores incomensuráveis. A economia do audiovisual neste cenário se torna mais complexa do que uma simples equação matemática.

Na segunda metade do século XX as modalidades audiovisuais e massivas da cultura foram, fundamentalmente, subordinadas a critérios empresariais de lucro. Ocorre, assim, um ordenamento global que desterritorializa seus conteúdos e suas formas de consumo. A concentração em torno dos grupos multinacionais, que adotaram políticas privadas, gerou expansão desigual da cultural global, acesso segmentado e desigual das indústrias culturais e aumento das distâncias de acesso à informação que permitem maiores possibilidades de integração sócio-econômica. As fusões das grandes corporações dos meios de comunicação e/com as indústrias culturais formam um imenso oligopólio global onde fatores exógenos são impostos às realidades locais. Para Santos, assiste-se a um processo de não-política, isto é, política feita pelas grandes empresas e para o mercado (ibidem). Diante dessa reconfiguração imposta pelos modelos de negócios dominantes os mercados locais/regionais buscam dispositivos políticos e culturais de reestruturação.

Os cinemas nacionais na América Latina

---

4 Ver caso da cidade de Paulínia, interior de São Paulo, que com a implantação de uma Film Commission municipal está atraindo produções audiovisuais para a região e se consolida como nova promessa para ser pólo de cinema no Brasil. <http://www.pauliniamagiacinema.com.br/conteudo/filmcommission/>

se configuram como possibilidade de luta, negociação e resistência dentro da sociedade da internacionalização da cultura. No entanto, essa luta se encontra em situação de desigualdade de forças econômicas e, por isso, as armas são outras: deve estar aliada às políticas públicas bem definidas para o setor que garantam a produção e o consumo de produtos próprios no espaço interno e externo, tendo por objetivo a construção de um mercado cinematográfico latino-americano expandido.

O discurso de retirar do Estado a responsabilidade na regulação dos campos culturais e deixar a gerência da cultura ao livre jogo das forças do mercado, amparados nos benefícios de liberdade, ampliação de diversidade e o fim do paternalismo do Estado, é propugnado pelo receituário neoliberal. No entanto, a premissa de aliar escolha de mercado à liberdade e democratização é simplória e deve ser vista com muito cuidado. O mercado não existe por si só, ele está amparado por outras estruturas sociais e culturais. As assimetrias e falhas do mercado reclamam regulação estatal. Se é certo que o mercado se auto-regula, criando ganhadores e perdedores, também não se pode deixar de constatar que o sistema econômico, como regra, está submerso em relações sociais. Para Polanyi, os mercados são apenas acessórios de uma estrutura institucional controlada e regulada pela autoridade social. Conseqüentemente a indissociabilidade entre Estado e mercado ocorre na medida em que os Estado é essencial ao surgimento e fortalecimento da economia de mercado (POLANYI, 2000). Então, não se trata de escolher entre liberdade do mercado e restrição do Estado; são modos diferentes de regulação, que, acompanhados de conflitos e resistências, configuram o debate e os processos de produção e divulgação do cinema que estão em disputa no mundo contemporâneo.

No campo cinematográfico, novos parâmetros de



ação do Estado e de sua relação com a sociedade são traçados na América Latina tendo por objetivo fortalecer as cinematografias e narrativas próprias no contexto globalizante. A formulação de leis, criação de agências e institutos é apontada como vital para o desenvolvimento da produção endógena da região e para o desenvolvimento de um mercado audiovisual latino-americano.

Na América Latina, assim com todos os países com atividade cinematográfica, a força da produção de filmes e conteúdos audiovisuais está diretamente associada às formulações de políticas locais. Nos anos 2000, o número de filmes nacionais lançados nos países da região cresceu e o número de salas aumentou se comparado aos anos 80. México, Brasil, Argentina e Chile lideram o mercado na região. Aproximadamente 12.500 filmes latino-americanos foram produzidos entre 1930 e 2000. Destes, 45% do total correspondem ao México, 25% ao Brasil e 20% à Argentina. Grande parte da produção (90% do total) concentrou-se em apenas três países (GETINO, 2007). Em média, esses países produziram entre 25 e 50 filmes por ano a partir de 2000; os demais países da região têm produção reduzida a 2 a 5 filmes/ano. A falta de estabilidade e consistência de políticas econômicas e cinematográficas na região gera oscilação na produção e falta de estabilidade da atividade<sup>5</sup>.

Apesar do crescimento da produção nacional no intervalo de tempo considerado, o número de filmes estrangeiros lançados na região foi muito superior. Em 2006, foram lançados: 278 filmes estrangeiros no México, 268 no Brasil, 202 na Argentina e 170

5 Enquanto o cinema colombiano comemora o lançamento de 10 filmes em 2007 – o maior número de lançamentos nacionais desde 1982 – que ocupou 12% do mercado e faz 2,4 milhões de espectadores; o cinema argentino teve o mais fraco desempenho comercial dos últimos anos. Apesar do número recorde de lançamentos argentinos, 92 títulos, houve uma queda de 24% do público dos filmes locais, fazendo com que o market share da produção nacional ficasse em 9%, contra 11,6% em 2006 (fonte Filme B).

no Chile. O público de filmes estrangeiros continua muito maior do que o de espectadores de filmes nacionais. Na Argentina o *market share* nacional, isto é, a participação do filme nacional no mercado, foi de 11,6%, no Brasil de 11,1%, no Chile 6,3% e no México 7,1% (Anuário Nielsen, 2006)<sup>6</sup>.

Durante muito tempo se acreditou que o aumento na produção do número de filmes realizados fosse suficiente para o funcionamento de uma indústria cinematográfica local. O crescimento real de uma indústria não ocorre só quando ela é capaz de produzir mais, mas também quando ela é capaz de vender mais e melhor seu produto, a partir do qual aumenta a necessidade de crescimento de produção.

Neste sentido, as políticas públicas nacionais irão dialogar com as políticas privadas de empresas transnacionais de audiovisual. As relações das cinematografias latino-americanas e hollywoodianas se intensificam neste novo tempo: os cinemas nacionais na América Latina pós anos 80 são atravessados pela lógica capitalista global e estão inseridos no contexto da interculturalidade e da transnacionalidade da cultura mundial. O processo de globalização neoliberal resulta em um cinema em constante diálogo com o mercado nacional e internacional, dependente de empresas estrangeiras para sobreviver. Existe um paradoxo intrínseco ao atual cinema (nacional) latino-americano: ao mesmo tempo em que ele é necessário para afirmação das culturas e identidades nacionais latino-americanas, seu modo de produção depende de empresas e conglomerados internacionais.

As distribuidoras *majors* e o circuito de exibição norte-americano se tornam relevantes para a sobrevivência do cinema nacional e impõem um

6 Os quatro países foram escolhidos para o desenvolvimento deste trabalho por serem os mais representativos da região e por disporem de informações sobre mercado cinematográfico sistematizadas e coerentes.



modelo mercadológico que deixa pouco espaço para produções nacionais. Assim, "(...) os capitais transnacionais submetem a programação à uniformidade da oferta internacional mais bem sucedida e subtraem tempo de exibição de outras cinematografias" (CANCLINI, 2005a, p. 248).

Os filmes de Hollywood ocupam cerca de 85% do tempo de exibição, até mesmo em nações que recuperaram na década de 90 sua produção nacional, como o México, Brasil e Argentina. Somado ao domínio de filmes norte-americanos na região, a maioria das obras cinematográficas latino-americanas fica restrita ao mercado interno e não consegue prolongar sua performance nas diversas janelas de exibição. Esse fenômeno é reflexo direto da globalização neoliberal que gera políticas culturais híbridas, fluxo desigual dos produtos culturais e garante a soberania mercadológica e a construção e promoção de uma "cultura internacional popular" - cultura esta que pode ser lida por qualquer cidadão do mundo -, deixando pouco espaço para a diversidade cultural.

O impacto desse reordenamento mundial para o cinema é o destaque para as coproduções internacionais, que são vistas hoje como essenciais para a sobrevivência da indústria do audiovisual nos países latino-americanos. No mundo globalizado o discurso dominante é redesenhar as políticas públicas do audiovisual sob a perspectiva transnacional. Autores como Canclini e Bustamante evidenciam a importância da criação de acordos de coprodução audiovisual na América Latina. Programas de coprodução são apontados como essenciais para o desenvolvimento da atividade cinematográfica dos países latino-americanos e se tornam cada vez mais importantes para a sobrevivência e divulgação do cinema latino-americano. Os filmes feitos em coprodução não só ampliam o espectro de exploração comercial da

obra como abrem espaço para promoção da cultura fora de seu país de origem. Como consequência deste processo, os filmes realizados em coprodução internacional crescem na América Latina. O cinema brasileiro apresentou um salto quantitativo de filmes realizados em coprodução: de 5 filmes realizados em 2000 para 11 em 2007, a maioria das produções foi realizada a partir de acordos de coprodução latino-americana (Dados Ancine, 2007). A Argentina manteve uma média de 12 co-produções anuais entre 2000 e 2005 (Dados Incaa, 2007).

Na região já foram realizadas diversas tentativas de acordos de coproduções internacionais: Há o Programa Ibermedia, Acordo Latino-americano de Coprodução Cinematográfica, os acordos entre os países do Mercosul, e outros que variam de país a país. A criação da Reunión Especializada de Autoridades Cinematográficas y Audiovisuales del Mercosur y Estados Asociados (Recam), em 2003, pode ser considerada a estratégia mais emblemática de aproximação entre os países da América Latina. A Recam é um órgão consultor do Mercosul para a temática cinematográfica e audiovisual, sendo formado pelas autoridades máximas governamentais nacionais. Esta tem por objetivo ser um instrumento institucional para avançar no processo de integração das indústrias cinematográficas e audiovisuais da região, através de discussões e circulação de informação das experiências cinematográficas e audiovisuais latino-americanas<sup>7</sup>.

O Programa Ibermedia, por sua vez, é um projeto multilateral de cooperação técnica e financeira que foi criado em novembro de 1997 para fomentar o desenvolvimento do audiovisual dos países ibero-americanos nas áreas de formação, coprodução,

---

<sup>7</sup> O fato é que a Recam encontra grande dificuldade para ser um espaço de encontro e troca de informações e experiência cinematográficas e audiovisuais. Os dados e estudos disponíveis são pouco trabalhados e insuficientes para uma análise mais aprofundada do campo cinematográfico latino-americano.



distribuição e promoção. Seus resultados, especialmente em coprodução, já podem ser analisados. De 2000 a 2004 houve um aumento de projetos contemplados pelo programa: de 23, em 2000, para 32 em 2004. Entre este período o Ibermedia participou com créditos de 71 projetos apresentados pelos países do Mercosul. O Brasil obteve recursos para 19 projetos; seguido pela Argentina que foi beneficiada com a ajuda para 18 projetos, Chile com 10; Uruguai com 9; Venezuela com 8 e Bolívia com 7 (Suplemento especial OMA, número 4).

No entanto, não existe uma política de permanente articulação entre as nações. O ponto em comum é o conflito constante com o projeto cinematográfico estrangeiro e nesta resistência tentar difundir e afirmar narrativas próprias. Os filmes latino-americanos são exibidos, em sua maioria, dentro de seu próprio país. Raras vezes o filme ultrapassa a fronteira nacional e consegue chegar a outros mercados. A desigualdade de produção e acesso ao produto audiovisual cresce com a globalização. Se o cinema latino-americano não tem o direito de ser explicitado, narrado, visto ou ouvido, ele não existe. A cultura constitui hoje um campo primordial de batalha política mundial. A cultura se converte em um setor que apresenta importantes perspectivas de desenvolvimento econômico com forte vetor de transformação social.

Interseções equilibradas entre o nacional e o global ou entre identidades particularidades e mundializadas se tornam discurso e prática das políticas públicas audiovisuais na América Latina. A combinação de políticas regionais e mundiais que regulem os intercâmbios das indústrias culturais, a fim de garantir o acesso de produção e recepção diversificada, isto é, políticas interculturais transnacionais, estão na agenda dos governos para o desenvolvimento, afirmação e reconhecimento dos cinemas latino-americanos na região e no mundo.

É necessário levar em conta o fato de que as relações interiores de um Estado-Nação se entremesclam com as relações internacionais, o que cria novas combinações originais e historicamente concretas. Uma ideologia, nascida em um país desenvolvido, propaga-se nos países menos desenvolvidos, interferindo no jogo de combinações locais. Essa relação entre as forças nacionais e as forças internacionais se complica ainda mais com a existência, no interior de cada Estado, de várias divisões territoriais, diferentes pela estrutura e pela relação de forças em todos os graus (Gramsci *apud* Mattelard, 2005: 39).

Apesar da insistência da dispensabilidade do Estado, o que se observa é o seu parcial fortalecimento para atender às demandas das finanças e outros e outros reclames internacionais, em detrimento de compromissos sociais com as populações. Assim “o Estado altera suas regras e feições num jogo combinado de influências externas e realidades internas” (Santos, *ibidem*: 78).

Nesse novo cenário, os Estados e os organismos internacionais, que representam interesses públicos, podem contribuir para situar as interações comerciais em relação com outras interações não redutíveis ao mercado, como os direitos humanos, a inovação científica e estética, a preservação dos contextos naturais e sociais. Os órgãos estatais e supranacionais podem operar como um conjunto de atores que reconhece, além do mercado, os direitos sociais e culturais, as reivindicações políticas tanto de majorias quanto de minorias. Os Estados e instituições internacionais se constituem para defender e reforçar a instauração de políticas públicas culturais, nacionais e regionais, visando à valorização da diversidade cultural. Não é por

outra razão que o audiovisual torna-se uma “exceção cultural”, tendo tratamento especial no que se refere às regras do livre-comércio.

A indústria audiovisual é instrumento chave para fomentar o conhecimento recíproco e massivo entre os países latino-americanos e outras áreas. As indústrias culturais são potencialmente aptas a ampliar e construir, mesmo que lentamente, um espaço público latino-americano e os cinemas nacionais da América Latina têm papel de destaque nesta integração cultural e mercadológica.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Anuário Nielsen, 2006.

Argentina. INCAA, 2007.

BARBERO, Jesús Martín. Dos Meios às Mediações. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.

\_\_\_\_\_. Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva. São Paulo: Senac, 2004a.

\_\_\_\_\_. Ofício de cartógrafo. Travessias latino-americanas da comunicação e da cultura. São Paulo: Loyola, 2004b.

\_\_\_\_\_. De las políticas de comunicación a la reimaginación de la política. Nueva Sociedad. Caracas nº 175, setembro-outubro de 2001.

Brasil. Ancine, 2007.

BUSTAMANTE, Enrique. “Políticas de comunicación y cultura: nuevas necesidades estratégicas” in: BOLAÑO, César e outros (eds.). Economía política, comunicación y conocimiento: una perspectiva crítica Latinoamericana. Buenos Aires: La Crujía, PP. 251-268, 2005.

CANCLINI, Néstor Garcia. Consumidores e Cidadãos. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.

\_\_\_\_\_. América Latina: mercados, audiências e valores num mundo globalizado. Conferência da 4º Cúpula Mundial de Mídia para Crianças e Adolescentes. Rio de Janeiro: Multirio, 2004.

\_\_\_\_\_. Diferentes, Desiguais e Desconectados. Rio de Janeiro: UFRJ, 2005a.

\_\_\_\_\_. Todos tienen cultura: ¿quiénes pueden desarrollarla? Conferência no Seminário sobre Cultura y Desarrollo. Washington: Banco Interamericano de Desenvolvimento, 2005b.

Folha de São Paulo. Entretenimento terá receita de R\$ 3,8 trilhões. Ilustrada, 23.06.2007.

GETINO, Octavio. Cine Iberoamericano: Los desafios del nuevo siglo. Buenos Aires: Fundación Centro



Integral Comunicación, Cultura Y Sociedad, 2007.

HALL, Stuart. A centralidade da cultura, Notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. IN: Revista Educação e Realidade, 22 (2): 15-46, jul./dez. 1997.

MATTELART, Armand. Diversidade cultural e mundialização. São Paulo: Parábola, 2005.

MELEIRO, Alessandra (org). Cinema no mundo: indústria, política e mercado, volume II. São Paulo: Escrituras Editora, 2007.

OMA, Suplemento especial OMA, número 4, 2006.

POLANYI, K. A grande transformação: as origens de nossa época. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

SANTOS, Milton. Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal. Rio de Janeiro: Record, 2000.

SILVA, Denise Mota da. Vizinhos Distantes: Circulação cinematográfica no Mercosul, SP: Annablume, 2007.

SORLIN, Pierre. Existem cinemas nacionais?. Sociétés et Représentation, número 3, 1996, pp. 409-419.

Mercado cinematográfico latino-americano nos anos  
2000: Uma negociação entre o local e o global  
Lia Bahia

Data do Envio: 17 de agosto de 2010.

Data do aceite: 02 de novembro de 2010.

