

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO CCMN – INSTITUTO
DE GEOCIÊNCIAS PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
GEOGRAFIA (PPGG)

GRAVANDO NO RIO!
A INDÚSTRIA DO CINEMA E A METRÓPOLE DO RIO DE JANEIRO

João Luiz de Figueiredo Silva

Orientador: Frédéric Monié

Rio de Janeiro
Agosto de 2009

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO CCMN – INSTITUTO DE
GEOCIÊNCIAS PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA (PPGG)

GRAVANDO NO RIO!
A INDÚSTRIA DO CINEMA E A METRÓPOLE DO RIO DE JANEIRO

João Luiz de Figueiredo Silva

Tese de Doutorado submetida ao corpo docente do Programa de Pós-Graduação em
Geografia da Universidade Federal do Rio de Janeiro como requisito parcial para a
obtenção do grau de Doutor em Geografia.

Prof. Dr. Frédéric Monié (UFRJ)

(Presidente da Banca de Defesa)

Prof^a. Dr. Cláudio A. G. Egler (UFRJ)

Prof. Dr. William Ribeiro (UFRJ)

Prof. Dr. Giuseppe Cocco (UFRJ)

Prof. Dr. Alexander Patez Galvão (UFF - ANCINE)

Rio de Janeiro
Agosto de 2009

Ficha catalográfica

SILVA, João Luiz de Figueiredo.

Gravando no Rio! A indústria do cinema e a Metrópole do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: UFRJ/PPGG, 2009

Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, PPGG

1 – Aglomeração produtiva da indústria do cinema

2 – Território produtivo da economia criativa

3 – Indústria do cinema

4 – Metrópole do Rio de Janeiro

162p.

Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, PPGG

Para Maria Luiza,
que, com criatividade, descobre
um pedacinho do Mundo, a cada novo dia.

AGRADECIMENTOS

Ao mesmo tempo em que a elaboração de uma tese de doutorado exige o convívio com a solidão, ela não se traduz em uma construção solitária. Na realidade, por mais que a autoria final seja individual, ela reflete inúmeras idéias, conversas, sugestões e tantas outras formas de diálogo, de modo que não seria exagero a divisão da autoria do trabalho com algumas pessoas, às quais ofereço os meus sinceros agradecimentos.

Primeiramente agradeço ao professor Frédéric Monié pela paciência, amizade e incentivos ao longo dos últimos quatro anos. Sua orientação foi fundamental desde a idéia inicial até a conclusão da tese. Expresso, também, meus agradecimentos a CAPES pela concessão da bolsa de pesquisa.

Agradeço aos professores Giuseppe Cocco e Gisela Aquino Pires do Rio pelas valiosas contribuições oferecidas no momento da qualificação, as quais procurei absorver ao máximo. Acrescento os professores William Ribeiro, Cláudio Egler e Alexander Patez Galvão que prontamente aceitaram participar da banca de defesa. Não poderia, também, deixar de mencionar três grandes professores, Glaucio Marafon, João Rua e Miguel Ângelo, com os quais tive o privilégio de conviver nos meus tempos de graduação na UERJ e que, sem dúvida, são pessoas fundamentais no meu processo de formação.

Para a realização da pesquisa, o aprendizado com profissionais da indústria cinematográfica e alguns gestores de políticas públicas foi crucial e, nesse sentido, não apenas agradeço, como aproveito para pedir desculpas pela insistência dos telefonemas e dos e-mails. Em especial, manifesto a minha gratidão às seguintes pessoas: Marcelo Antunes (Panorama Filmes), Renata Almeida Magalhães e Verônica Machado (Luz Mágica), Clélia Bessa (Raccord Produções), Silvia Rabello (Labocine), Diler Trindade (Diler & Associados), Bruno Wainer (Downtown Filmes), Luiz Carlos Prestes Filho (Superintendência de Economia da Cultura da Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Energia, Indústria e Serviços do Estado do Rio de Janeiro), Cristina Becker (Escritório de Apoio ao Audiovisual da Secretaria de Cultura do Estado do Rio de Janeiro) e Alexander Patez Galvão (ANCINE).

Aos meus pais devo muitos agradecimentos por toda a trajetória acadêmica, desde o ensino básico até o doutorado. A crença de que a educação é maior herança a ser deixada para um filho permitiu que eu percorresse esse longo caminho acadêmico. Ao meu irmão

retribuo os incentivos e informo que a estrada está só começando! Aproveite o percurso, ele é difícil, mas é divertido.

À minha esposa, Aline, agradeço pela imensa compreensão e ajuda nos diversos momentos de dificuldade. Com certeza, nada disso teria se concretizado sem o seu apoio e sem a sua disposição para desempenhar as funções de mãe e pai, ao mesmo tempo, com a nossa pequena Maria Luiza. Tudo isso sem perder a beleza!

Ao meu grande amigo Demian, agradeço pela leitura crítica e sugestões. Ao João Grand, agradeço pela presteza com que fez os mapas que aparecem nessa tese. Ao Rodrigo Carvalho, companheiro dos tempos da Economia, agradeço pelo debate e muitos incentivos.

Não poderia deixar de mencionar pessoas especiais e queridas, como Carlão, Sância, Tônico, Ana Cristina, Ingrid, Daniel e Marcio, que encontrei ao longo da minha trajetória na Escola Parque, as quais, além do apoio, demonstraram sincera preocupação comigo nesses últimos meses de grande estresse. Agradeço ainda à Tita pelas tentativas de viabilizar algumas entrevistas com produtores cariocas e ao João Guilherme pela revisão ortográfica do texto.

Da minha passagem pela Faculdade de Geografia da UERJ não posso deixar de citar importantes amigos como João Gabriel e Juliana e todos os que conviveram comigo no NEGEF. Todas as nossas conversas e cafés foram importantes para a minha formação.

Aproveito também para agradecer à Joyce Ajuz, Vinicius Andrade e Carlos Alberto Messeder, todos da ESPM, pelos incentivos e oportunidades concedidas ao longo do último ano.

Provavelmente estou esquecendo de alguém em decorrência da correria dos últimos dias, mas para todos que me ajudaram e que de algum modo torceram pelo sucesso da tese, agradeço a colaboração e retificarei o esquecimento com um agradecimento pessoal.

Muito obrigado e contem comigo para o que der e vier!

SUMÁRIO

Introdução	1
1. Economia da cultura e geografia econômica das indústrias culturais	13
1.1. Economia da cultura e indústrias culturais	13
1.2. A emergência da geografia econômica das indústrias culturais	24
1.2.1. Evidências da força econômica das indústrias culturais e da tendência das firmas se aglomerarem no interior das grandes cidades	26
2. Evidências econômicas da existência de uma aglomeração produtiva da indústria cinematográfica dentro da Metrópole do Rio de Janeiro e suas origens e desenvolvimento	36
2.1. Evidências econômicas da existência de uma aglomeração produtiva da indústria cinematográfica no interior da Metrópole do Rio de Janeiro	37
2.1.1. A importância das produtoras cariocas no conjunto da indústria cinematográfica brasileira e a força econômica dessa atividade na economia local	38
2.2. As origens e o desenvolvimento da indústria cinematográfica no Rio de Janeiro	50
2.2.1. Nascimento e desenvolvimento de uma aglomeração produtiva e a relevância institucional	51
2.2.2. Origens e evolução da indústria cinematográfica brasileira	62
3. Globo Filmes, indústria cinematográfica e o território produtivo da economia criativa	83
3.1. A indústria do cinema nacional pós-retomada	85
3.1.1. Os subsistemas produtivos da indústria cinematográfica brasileira	88
3.1.1.1. O subsistema hegemônico: Globo Filmes e as majors	89
3.1.1.2. O subsistema independente	95
3.2. A aglomeração produtiva da indústria cinematográfica carioca e o território produtivo da economia criativa	97

4. Rumo a uma política de desenvolvimento da indústria cinematográfica no Rio de Janeiro	119
4.1. As oportunidades para a indústria cinematográfica brasileira	121
4.2. A mobilização produtiva da aglomeração da indústria cinematográfica carioca: seus limites e suas possibilidades	129
4.2.1. Política setorial para a indústria cinematográfica brasileira	129
4.2.2. A mobilização produtiva do território produtivo da economia criativa carioca	137
Considerações finais	148
Referências bibliográficas	152

RESUMO

A tese trata da geografia econômica da indústria cinematográfica na Metrópole do Rio de Janeiro. Com pouca, ou nenhuma, tradição no Brasil, esse objeto se insere em um novo campo de estudos, a geografia econômica das indústrias culturais, que desde a década de 90 do século passado vem crescendo em importância nos Estados Unidos e na Europa. De modo geral, as pesquisas visam a discutir a interdependência entre a produção destes tipos de bens e serviços com o espaço, sobretudo o das grandes cidades, onde a existência de economias de aglomeração favorece à concentração de firmas e pessoas envolvidas com tais atividades produtivas. Verifica-se, nesses estudos, a existência de territórios produtivos da economia criativa no interior das maiores cidades do mundo, as quais se apresentam como fonte de recursos para as atividades integrantes da economia da cultura, como a produção cinematográfica, fonográfica, ou editorial entre outras. Dessa forma, o objetivo da pesquisa é investigar a existência e o desenvolvimento de uma aglomeração produtiva da indústria cinematográfica no interior da Metrópole do Rio de Janeiro, cujas fontes de crescimento se encontram em um território produtivo da economia criativa enraizado nos limites metropolitanos.

A escolha do recorte temático se deve pela retomada da produção no Brasil a partir da segunda metade da década de 90 e pela expressiva participação das produtoras cinematográficas cariocas nesse processo. Em outras palavras, o renascimento da cinematografia nacional e seu padrão espacial concentrado sugerem a existência de uma aglomeração de produtoras cinematográficas e de mão-de-obra dentro dos limites da Metrópole carioca. Além disso, as indústrias culturais estão se configurando em algumas das mais dinâmicas atividades produtivas do mundo, constituindo-se, em alguns casos, no motor central da economia de algumas cidades. Ao final do trabalho, problematizamos algumas questões de planejamento visando a superar os gargalos existentes e, conseqüentemente fortalecer a indústria cinematográfica carioca.

Nesse sentido, o desafio de escrever uma tese de doutorado que contribuísse para a evolução da ciência geográfica se associou ao de identificar na Metrópole carioca uma especificidade, construída ao longo do seu processo de formação sócio-espacial, capaz de ser mobilizada produtivamente em prol do seu desenvolvimento econômico.

ABSTRACT

The thesis deals with the economic geography of the film industry in the metropolis of Rio de Janeiro. With little, if any, tradition in Brazil, this object is inserted into a new field of study, the economic geography of the cultural industries, which since the 90s of last century has grown in importance in the United States and Europe. In general, the research aimed to discuss the interdependence between the production of these goods and services to the space, especially the major cities, where the existence of economies of agglomeration favors the concentration of firms and individuals involved in such productive activities. It is ascertained, in these studies, the existence of productive territories of the creative economy within the major cities of the world, which are presented as a source of resources for the activities of the economy of culture such as film production, music, publishing and others. Thus, the purpose of the research is to investigate the existence and development of a productive agglomeration of film industry in the metropolis of Rio de Janeiro, whose sources of growth are localized in a productive territory of creative economy rooted in the metropolitan limits.

The choice of this theme is a consequence of the resumption of Brazilian production in the second half of the 90s, and of the important role played by the film producers of Rio de Janeiro in this process. In other words, the revival of national film industry and its spatial pattern concentrated suggest the existence of a cluster of film producers and labor within the metropolis of Rio. Furthermore, the cultural industries are setting some of the most dynamic productive activities in the world, becoming, in some cases, the central engine of the economy in some cities. At the end of the work, we discuss some issues of planning to overcome the existing bottlenecks and consequently strengthen the film industry in Rio.

In this sense, the challenge of writing a doctoral thesis contributing to the evolution of geography is linked to the identification, in the metropolis of Rio, of a territorial specificity, built along its process of socio-spatial formation, capable of being mobilized in support of its economic development.

Introdução

A pesquisa que aqui se apresenta, embora tenha sido desenvolvida nos últimos quatro anos de convivência e trabalho no Programa de Pós Graduação em Geografia da Universidade Federal do Rio de Janeiro (PPGG-UFRJ), carrega consigo aproximadamente dez anos de estudos e preocupações sobre o desenvolvimento econômico do Estado do Rio de Janeiro, os quais se iniciaram no Núcleo de Estudos de Geografia Fluminense (NEGEF) do Departamento de Geografia da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), sob orientação dos professores Gláucio José Marafon, João Rua e Miguel Ângelo da Luz, e se consolidaram no Laboratório de Gestão do Território (Laget) da UFRJ, sob a orientação do professor Frédéric Monié. Ao longo de todo esse tempo, em que me utilizei de ferramentas conceituais da geografia e da economia para analisar as propostas e estratégias de desenvolvimento econômico no Estado, foi possível verificar que o reconhecimento, a valorização e a mobilização produtiva das especificidades de um território, conjuntamente com uma estrutura institucional que incentive a produtividade e a interação econômica, potencializam as chances de sucesso de um determinado plano de desenvolvimento econômico.

Nesse sentido, o desafio de escrever uma tese de doutorado que contribuísse para a evolução da ciência geográfica se associou ao de identificar na metrópole carioca uma especificidade, construída ao longo do seu processo de formação sócio-espacial, capaz de ser mobilizada produtivamente em prol do seu desenvolvimento econômico.

Foi, portanto, desse compromisso com a geografia e com o Rio de Janeiro que nasceu esta tese de doutorado, cujo objeto de estudo é a geografia econômica da indústria cinematográfica na Metrópole do Rio de Janeiro. Com pouca, ou nenhuma, tradição no Brasil, esse objeto se insere em um novo campo de estudos, a geografia econômica das indústrias culturais, que desde a década de 90 do século passado vem crescendo em importância nos Estados Unidos e na Europa. De modo geral, as pesquisas visam a discutir a interdependência entre a produção destes tipos de bens e serviços com o espaço, sobretudo o das grandes cidades, onde a existência de economias de aglomeração favorece a concentração de firmas e pessoas envolvidas com tais atividades produtivas. Verifica-se, nesses estudos, a existência de territórios produtivos da economia criativa no interior das maiores cidades do mundo, as quais se

apresentam como fonte de recursos para as atividades integrantes da economia da cultura, como a produção cinematográfica, fonográfica, ou editorial, entre outras¹.

Os territórios produtivos da economia criativa, em linhas gerais, possuem em seus limites grande variedade de trabalhadores criativos e especializados, que atendem as demandas das distintas firmas envolvidas direta ou indiretamente no processo produtivo de bens e serviços culturais. Além disso, os territórios produtivos são caracterizados por uma estrutura institucional que produz incentivos para a interação econômica entre os diversos atores produtivos, na medida em que as regras formais e as convenções construídas pela sociedade ao longo do tempo providenciam uma base estável e confiável necessária à interação.

As cidades que, através do processo de formação sócio-espacial, construíram um território produtivo da economia criativa em seu interior, tendem a concentrar as atividades produtoras de bens e serviços culturais, as quais se materializam na paisagem na forma de aglomerações de firmas e mão-de-obra especializada. Assim, essas cidades frequentemente assumem a posição de centro de produção cultural em diversos setores que se inter-relacionam, como o cinema, a moda, o editorial e assim por diante. As firmas localizadas nas aglomerações produtivas de bens e serviços culturais encontram no território produtivo da economia criativa as suas principais fontes de competitividade, as quais foram, e continuam sendo, construídas territorialmente.

Entretanto, embora a relação entre as atividades produtivas e o território seja recorrente na economia moderna, o questionamento sobre sua validade no âmbito da economia da cultura ainda é recente e rara, fato que pode ser parcialmente explicado pela própria brevidade da existência da economia da cultura, enquanto disciplina de estudo². Nesse sentido, o surgimento desse novo campo de estudo sobre a geografia econômica das indústrias culturais preenche essa lacuna.

Naturalmente, a elaboração de uma pesquisa nos impõe limites, os quais nos exigem a realização de delimitações que, por sua vez, são mais restritivas quanto maior for o desconhecimento sobre o campo de estudo. Diante disso, optamos pelo estudo da

¹ No decorrer do texto, aprofundaremos a discussão sobre economia criativa e economia da cultura. No entanto, para este momento da leitura, basta a compreensão de que as atividades produtivas da economia da cultura se inserem em um campo maior, que é a economia criativa. Portanto, a bacia de mão-de-obra existente nesses territórios produtivos da economia criativa atende as demandas de firmas dos mais distintos setores produtivos da economia da cultura e da economia de bens tradicionais.

² Para muitos, o trabalho fundador da Economia da Cultura foi o estudo de William Baumol e William Bowen intitulado *Performing arts: the economic dilemma*, publicado em 1969, no qual os autores defendem o subsídio às artes pelo fato de serem atividades intensivas em trabalho e com remotas possibilidades de ganhos de produtividade pelo desenvolvimento tecnológico.

aglomeração da indústria cinematográfica no Rio de Janeiro, embora reconheçamos que, além de não existir sozinha, ela se relaciona com diversas outras aglomerações produtivas ou atividades. Da mesma forma, e pelos mesmos motivos, não analisaremos profundamente as outras atividades da produção audiovisual, como a publicidade, videoclipes, vídeos institucionais ou programas para televisão aberta ou fechada, assim como as novas formas de produção de conteúdos audiovisuais que incluem softwares para celular, jogos diversos, etc. Apesar de reconhecer que as produtoras cinematográficas também produzem esses outros bens, e que os diversos profissionais criativos e técnicos migram de uma atividade para outra, restringiremos o nosso estudo apenas ao que contribuir para a investigação sobre a relação entre a Metrópole do Rio de Janeiro e a produção cinematográfica. De modo mais claro, isso significa que o trabalho não está centrado sobre o território produtivo da economia criativa, mas sobre como ele se constitui na principal fonte de recursos para a aglomeração produtiva da indústria cinematográfica, a qual se posiciona no centro da pesquisa.

Nesse sentido, podemos estabelecer que o principal objetivo da pesquisa é investigar a existência e o desenvolvimento de uma aglomeração produtiva da indústria cinematográfica no interior da Metrópole do Rio de Janeiro, cujas fontes de crescimento se encontram em um território produtivo da economia criativa enraizado nos limites metropolitanos. É importante ressaltar que, ao mesmo tempo em que a aglomeração se alimenta do território produtivo, também se constitui em uma de suas fontes de crescimento, além de contribuir para o desempenho da economia local.

A opção pela indústria cinematográfica se justifica pela retomada da produção no Brasil a partir da segunda metade da década de 90 e pela expressiva participação das produtoras cinematográficas cariocas nesse processo. Em outras palavras, o renascimento da cinematografia nacional e seu padrão espacial concentrado sugerem a existência de uma aglomeração de produtoras cinematográficas e de mão-de-obra dentro dos limites da metrópole carioca.

Além disso, as indústrias culturais estão se configurando em algumas das mais dinâmicas atividades produtivas do mundo, constituindo-se, em alguns casos, no motor central da economia de algumas cidades. A crescente participação da economia da cultura no total da produção capitalista, tanto na escala nacional, como na mundial, decorre do aumento do tempo livre para consumo de produtos culturais, ou pela intensificação do uso desse tempo livre. No entanto, se, por um lado, o peso da produção de bens e serviços culturais é crescente no total da economia, por outro, a

descoberta desse campo de estudo é recente no Brasil, e existem muitas lacunas a serem preenchidas.

Primeiramente, durante muito tempo, as pesquisas que analisavam a produção de bens culturais, especialmente o cinema e a televisão, centravam seu eixo de análise na argumentação de que a indústria cultural³ não produzia nada com valor artístico e sua principal função era a de garantir a alienação do povo frente às questões realmente relevantes. Somente a partir da década de 90 começaram a surgir alguns trabalhos, no Brasil, centrados no estudo da dimensão produtiva, com o objetivo de analisar a economia da cultura e seu potencial de geração de emprego e renda. Contudo, foram marcados por grande economicismo, ou seja, apresentavam-se números que revelavam a importância da produção de bens e serviços culturais na economia e que, portanto, essas atividades deveriam ser alvos de políticas públicas para o seu fortalecimento.

Seguindo-se aos economistas, vieram alguns historiadores, jornalistas, sociólogos e engenheiros que, em comum, apresentavam a vontade de analisar o mercado da produção de bens e serviços culturais no país. Os geógrafos brasileiros, por sua vez, não têm demonstrado, aqui no Brasil, o mesmo desejo demonstrado pelos dos Estados Unidos e da Europa em contribuir para o debate. A ausência da análise geográfica sequer é sentida por alguns pesquisadores do assunto, conforme se evidencia no trabalho de Leite (2005), no qual o autor recupera a trajetória da indústria cinematográfica brasileira e indica que seu trabalho irá se valer de “conceitos e categorias de diferentes áreas do conhecimento, tais como sociologia, economia e antropologia”, pois “tais opções levam a uma visão global e total da trajetória da indústria cinematográfica no país” (Leite, 2005, p. 15). O fato de o autor negar a participação da geografia em sua análise, muito provavelmente, não reflete uma opção feita por ele, mas aponta a carência de trabalhos geográficos sobre o tema. Mas por que os geógrafos brasileiros não têm se interessado pelo estudo da produção de bens e serviços culturais? Embora a explicação mais razoável seja a crença de que isto não faça parte de seu objeto de estudo, ela não é verdadeira, pois, concordando com Santos (2002 [1996]), a geografia não possui um objeto, mas sim um tratamento geográfico a dar aos

3. Como afirma Coelho (2006 [1980]), o grande debate sobre a indústria cultural gira ao redor da ética. Ou seja, se os seus produtos são bons ou maus para o homem, adequados ou não ao desenvolvimento das potencialidades e projetos humanos. Em função disso, quando utilizarmos a expressão “indústria cultural” não estaremos nos remetendo à definição proposta pela Escola de Frankfurt, posto que a tese não se propõe a questionar o teor artístico da indústria de produção de bens culturais e, tampouco, entraremos no debate ético dessa atividade econômica. Para aprofundamento sobre o debate da indústria cultural proposto pela Escola de Frankfurt, ver Coelho (2006 [1980]) e o clássico texto de Adorno e Horkheimer (2002 [1944]).

diversos objetos. Porém, qual seria o tratamento geográfico a ser aplicado na análise das indústrias culturais, sobretudo na indústria cinematográfica? Em outras palavras, qual é a importância da geografia para se compreender o desenvolvimento dessas atividades produtivas?

Se acreditarmos que as indústrias culturais, ou outra atividade produtiva qualquer, podem ser desenvolvidas em qualquer lugar do planeta, obtendo os mesmos resultados, então a geografia não importa. Se interpretarmos o espaço geográfico como um meio isotrópico, onde se alocam os recursos, então a geografia nada tem a acrescentar ao debate. Isto seria, como critica Doreen Massey, acreditar no “espaço como pura extensão, uma questão de coordenadas xy” (Massey, 2008, p. 139).

Por outro lado, se pensarmos que o espaço é construído ao longo dos tempos e, por isso, torna-se condição para o futuro (Santos, 2004 [1982]), se pensarmos esse processo como resultante de interações (Massey, 2008) entre os indivíduos de distintas escalas, com o propósito de resolverem seus problemas, se reconhecermos que essas interações variam de lugar para lugar (North, 1990), uma vez que as culturas não são as mesmas, perceberemos que o espaço geográfico está muito longe de ser homogêneo ou um meio isotrópico. Na verdade, mais do que reconhecer essa diferenciação espacial, Massey (1984a) aponta que ele deve ser compreendido como parte importante da explicação:

“Spatial distributions and geographical differentiation may be the result of social processes, but they also affect how those processes work. ‘The Spatial’ is not just an outcome; it is also part of the explanation. It is not just important for geographers to recognize the social causes of the spatial configurations that they study; it is also important for those in other social sciences to take on board the fact that the processes they study are constructed, reproduced and changed in a way which necessarily involves distance, movement and spatial differentiation” (Massey, 1984a, p. 4)⁴

Dessa forma, se a geografia é importante para a compreensão do desenvolvimento da vida humana e de suas atividades econômicas, como podemos revelar seus efeitos sobre a indústria do cinema, que aqui se apresenta como objeto de

⁴ “Distribuições espaciais e diferenciação geográfica podem ser resultado de processos sociais, mas também afetam como esses processos funcionam. ‘A espacialidade’ não é apenas produto; é também parte da explicação. Não é importante apenas para os geógrafos reconhecer as causas sociais das configurações espaciais que eles estudam; é também importante para aqueles em outras ciências sociais levar em conta o fato de que os processos que eles estudam são construídos, reproduzidos e modificados em um modo que necessariamente envolve distância, movimento e diferenciação espacial” (Tradução do autor).

estudo? A leitura atenta de nosso objetivo revelará os caminhos conceituais que precisaremos percorrer, ou os conceitos com os quais necessitaremos dialogar.

Como se definem as indústrias culturais e quais são suas características? Por que as indústrias culturais tendem a se aglomerar no interior das maiores cidades do mundo? O que é um território produtivo da economia criativa e como ele se oferece como fonte de recursos para o desenvolvimento das indústrias culturais, especificamente a cinematográfica? Todas essas questões, na verdade, irão se constituir na base da nossa investigação e, de certa forma, a primeira será inteiramente respondida no primeiro capítulo, enquanto as outras duas desenvolver-se-ão ao longo dos três capítulos iniciais. No quarto e último capítulo, utilizaremos a discussão realizada para avaliar as oportunidades e as perspectivas existentes ao desenvolvimento da indústria cinematográfica na Metrópole do Rio de Janeiro.

No primeiro capítulo, intitulado “Economia da cultura e geografia econômica das indústrias culturais”, apresenta-se a emergência da disciplina economia da cultura, dentro da ciência econômica, bem como o surgimento de uma nova área de interesse dentro da disciplina da geografia econômica, que também passa a estudar a relação entre o território e as indústrias culturais.

Essa discussão se inicia pela conceituação do que entendemos por cultura, baseando-nos na proposta de David Throsby (2001), segundo a qual, dentro do interesse da economia da cultura, existem duas abordagens a dar à palavra cultura. A primeira se trata de uma perspectiva antropológica na qual se funda e se identifica a noção de identidade. A segunda perspectiva possui uma orientação funcional que visa a evidenciar como a produção e o consumo de bens e serviços culturais podem ser situados em uma estrutura industrial, e os bens e serviços produzidos e consumidos podem ser compreendidos como mercadorias nos mesmos termos que outras produzidas dentro do sistema econômico.

Pela abordagem funcional, as atividades culturais são definidas como sendo aquelas que possuem alguma forma de criatividade em suas produções, geram ou comunicam conteúdos simbólicos, e seus produtos devem poder adquirir algum tipo de propriedade intelectual. Uma vez que a criatividade ocupa lugar central na definição das atividades culturais, e as outras duas características são resultados dela, podemos compreender que a aglomeração produtiva da indústria cinematográfica se localiza no interior de um território produtivo da economia criativa, o qual se constitui nas suas fontes de crescimento.

O grande o número de firmas e trabalhadores se dedicando a produzir, gerenciar, exibir ou divulgar (marketing) bens e serviços originados a partir da mobilização criativa, permeados por atributos simbólicos e capazes de obterem algum direito de propriedade intelectual, evidenciam o dinamismo do setor cultural da economia no mundo, sobretudo nas grandes cidades.

Ainda no primeiro capítulo, mostraremos como a geografia econômica, que se valorizou a partir da crise do fordismo, uma vez que os estudos sobre a crescente relação entre as atividades produtivas e o território se tornaram recorrentes, também tem muito a contribuir para a compreensão dessa relação dentro da economia da cultura. A tendência das indústrias culturais em se materializar na paisagem das grandes cidades na forma de aglomerações de firmas especializadas e de mão-de-obra qualificada se constituiu, por sua vez, em uma importante evidência acerca da relevância territorial para o dinamismo das indústrias culturais.

Dessa forma, emergiu a geografia econômica das indústrias culturais, segundo a qual se discute a interdependência entre a produção destes tipos de bens e serviços com o espaço, sobretudo o das grandes cidades, onde a existência de economias de aglomeração favorece a concentração de firmas e pessoas envolvidas com tais atividades produtivas. Percebe-se, desse modo, uma relação simbiótica entre a cidade e as indústrias culturais, na medida em que a primeira se oferece como fonte de recursos para a segunda, que, por sua vez, contribui para o crescimento da economia urbana.

O impacto das indústrias culturais na economia será ilustrado a partir de informações encontradas em diversas publicações. No entanto, a discussão sobre a formação das aglomerações produtivas de indústrias culturais será baseada, principalmente, nos trabalhos de Allen Scott (2000 e 2005), que, através de descrições acerca desse processo nos Estados Unidos e na França, revela-nos como a desverticalização da produção e a rede de interações entre as firmas favorecem a aglomeração, pois, através delas, as firmas economizam nas ligações espaciais, alcançam as vantagens do mercado de trabalho concentrado, inserem-se nos fluxos de informação e de inovação que existem em qualquer lugar onde diferentes produtores complementares se congregam. Mais do que revelar a importância das aglomerações e a emergência da geografia econômica das indústrias culturais, os trabalhos desse importante geógrafo se constituem em guias metodológicos de investigação.

No segundo capítulo da tese, inicia-se a investigação acerca da existência de uma aglomeração produtiva da indústria cinematográfica na Metrópole carioca e, por

isso, foi nomeado de “Evidências econômicas da existência de uma aglomeração produtiva da indústria cinematográfica dentro da Metrópole do Rio de Janeiro e suas origens e desenvolvimento”. Como o seu próprio título sugere, suas linhas se dividem em duas grandes seções, nas quais levantaremos evidências econômicas atuais, para, em seguida, discutir as origens da indústria cinematográfica no Rio de Janeiro, através do referencial teórico sobre a trajetória evolutiva das aglomerações produtivas e da importância das instituições nesse percurso.

Naturalmente, os dados que serão apresentados na primeira seção, embora confirmem a primazia carioca na produção cinematográfica nacional, na fase conhecida por Retomada, não serão suficientes para comprovar a existência de uma aglomeração produtiva da indústria cinematográfica. Portanto, a segunda seção visa a mostrar a trajetória da indústria cinematográfica brasileira e sua relação com a Metrópole do Rio de Janeiro, discutindo se, ao longo desse processo, houve a territorialização de um sistema produtivo. Em outras palavras, problematizaremos a gênese e desenvolvimento de uma aglomeração produtiva da indústria cinematográfica no Rio de Janeiro.

As características essenciais de qualquer aglomeração industrial são traduzidas, primeiramente, por uma densa concentração de unidades produtivas em um local, e em seguida, pela existência de forte interdependência funcional e externalidades que ligam essas unidades em um conjunto. A origem das externalidades reside na rede interfirmas, no mercado local de trabalho e nos efeitos de aprendizado que são comumente encontrados nas aglomerações, sendo potencializadas pela infra-estrutura física e institucional existente. Dessa forma, a aglomeração tende a gerar fontes de benefícios na forma de efeitos de retorno positivo que suportam as vantagens competitivas de cada unidade produtiva, as quais podem ser compreendidas na perspectiva territorial, ou seja, vantagens territorialmente construídas.

Mas quais são os determinantes na trajetória de uma aglomeração? Por que uma aglomeração se torna hegemônica frente às demais? Apresentaremos as aglomerações em uma perspectiva evolutiva, baseando-nos em Brian Arthur (1990), que explica a vitória de uma tecnologia sobre outra, bem como a concentração espacial da economia, através dos retornos crescentes que são gerados pelo sistema produtivo ao longo do processo. No entanto, essa explicação nos lança frente a uma nova questão, uma vez que os retornos crescentes são os determinantes para a trajetória da aglomeração: quais fatores, então, determinam existência de diferentes taxas de retornos crescentes entre as aglomerações? Por que uma aglomeração obtém taxa de retornos crescentes superior às

demais? Para responder a essas questões cruciais, recorreremos à Escola Institucionalista, cujo precursor foi Thorstein Veblen (1983 [1899]), utilizando preponderantemente o trabalho de Douglass North (1990), segundo o qual as instituições são as regras do jogo na sociedade, ou, mais formalmente, as coerções concebidas pelos homens para determinar a interação social, política ou econômica. Além disso, a forma como as instituições evoluem ao longo do tempo e do espaço se constitui em uma boa ferramenta para compreensão da história e da performance econômica dos países, estados ou cidades.

Em suma, uma vez que as aglomerações são caracterizadas por uma densa interação entre os seus atores, e que as instituições determinam a forma como os homens interagem entre si, podemos estabelecer que as instituições desempenham papel crucial na evolução das aglomerações. Em outras palavras, a evolução da aglomeração revela que as instituições, por proverem uma estrutura de interação entre as firmas e trabalhadores, incentivam a formação das redes, engendrando a geração de externalidades que podem ser compreendidas como economias de aglomeração. A partir de então, tanto a estrutura institucional, quanto a aglomeração gerariam retornos crescentes, os quais ratificariam a trajetória da primeira e fortaleceriam a segunda. Ou seja, a estrutura institucional e sua evolução são determinantes na trajetória da aglomeração.

Se acreditamos que as instituições são iguais em todo o mundo, então elas não determinam a consolidação hegemônica de uma aglomeração, porém se as instituições são percebidas como construções sociais, decorrentes de uma determinada cultura (nesse momento tratada dentro da perspectiva antropológica), então se apresentam como componente crucial na evolução de uma aglomeração. Concordar com isso significa afirmar que a geografia importa!

Após recuperar as origens e o desenvolvimento da indústria cinematográfica, passaremos ao terceiro capítulo, o qual se denomina “Globo Filmes, indústria cinematográfica e o território produtivo da economia criativa” e se divide em dois segmentos. No primeiro deles, discutiremos a organização da indústria cinematográfica brasileira pós-retomada em dois subsistemas produtivos, um hegemônico e outro independente, enquanto no segundo iremos ao encontro do maior objetivo da tese, ao discutir a existência da aglomeração produtiva da indústria cinematográfica carioca e sua relação com o território produtivo da economia criativa existente dentro dos limites da Metrópole do Rio de Janeiro.

Nesse sentido, precisaremos responder às seguintes questões: como está organizada a indústria do cinema nacional pós-retomada? Qual é a importância da Globo Filmes nessa organização? Como o território produtivo da economia criativa sustenta a aglomeração produtiva da indústria cinematográfica? Como é a espacialização dessa aglomeração produtiva e quais são os fatores de competitividade mais valorizados pelas produtoras dentro desse território produtivo da economia criativa carioca?

Naturalmente, o caminho para tais respostas demandará o levantamento de uma grande quantidade de informações estatísticas que, juntamente com as entrevistas realizadas com diversos profissionais e gestores públicos, permitirão o reconhecimento da organização da indústria cinematográfica brasileira, assim como a lógica espacial dessa atividade e sua relação com o território produtivo da economia criativa.

De fato, o objetivo dessa aproximação com os números e com as pessoas, que efetivamente realizam a atividade cinematográfica, é reconhecer empiricamente que uma determinada aglomeração produtiva de uma indústria cultural não é capaz de se desenvolver descolada de outras aglomerações produtivas das demais indústrias culturais. Em outras palavras, a indústria cinematográfica não se realiza sem outras indústrias culturais e de bens tradicionais da economia. Desse modo, podemos apontar que as aglomerações produtivas se inserem em uma estrutura maior, onde se localizam outras aglomerações produtivas, estando todas elas interconectadas. Apenas as grandes metrópoles conseguem engendrar a formação dessas estruturas, as quais podem ser apreendidas como territórios produtivos da economia criativa, os quais se configuram em fontes de recursos para as aglomerações, ao mesmo tempo em que são alimentados por elas.

Todo esse movimento entre teoria e realidade permitirá a elaboração de um esquema síntese das relações internas e externas ao território produtivo da economia criativa carioca, promovidas por sua aglomeração produtiva da indústria cinematográfica. Essa elaboração será uma adaptação de outros propostos por Scott e Leriche (2005) e Scott (2005), que, por sua vez, derivam da teoria contemporânea acerca do desenvolvimento regional e, por esse motivo, nos permite discutir a territorialização da atividade produtiva a partir das economias de aglomeração e dos efeitos de proximidade.

Finalmente, o último capítulo desta tese tem como objetivo a proposição de políticas para o fortalecimento da indústria cinematográfica carioca, sendo as sugestões

inteiramente atreladas à discussão realizada nos capítulos anteriores. Nomeado de “Rumo a uma política de desenvolvimento da indústria cinematográfica carioca”, a sua redação iniciar-se-á pelo reconhecimento de algumas oportunidades existentes para o desenvolvimento cinematográfico brasileiro, para em seguida discutirmos que, além das tradicionais políticas setoriais, as políticas territoriais baseadas em fatores não-econômicos possuem grande importância para o fortalecimento das aglomerações produtivas.

Para atender ao nosso maior objetivo de pesquisa, foi necessária uma extensa pesquisa bibliográfica, visando à consolidação do arcabouço teórico do trabalho. Contudo a escassez de trabalhos acadêmicos sobre a economia da cultura e sua geografia econômica no Brasil, associada à falta de dados estatísticos se constituíram em expressivas barreiras a serem superadas ao longo do processo. De fato, se, por um lado, o campo da geografia econômica já tem se interessado em analisar os efeitos positivos das aglomerações na competitividade sistêmica das firmas que nelas se localizam, por outro, não há tradição em se estudar as aglomerações de firmas produtoras de bens e serviços culturais.

Assim, a estratégia adotada para a superação de tais barreiras constituiu-se no entrelaçamento entre teoria e realidade. Em outras palavras, a evolução teórica da tese caminhou passo a passo com visitas às empresas produtoras e distribuidoras de filmes sediadas na Cidade do Rio de Janeiro, para a realização de entrevistas e aplicação de questionários, visando a esclarecer suas estratégias locais. Somente através desse procedimento metodológico foi possível investigar se a referida concentração espacial da produção cinematográfica decorre das competências objetivas, subjetivas e institucionais existentes na Cidade do Rio de Janeiro (qualificação da mão-de-obra e proximidade de firmas parceiras, por exemplo), ou se é apenas uma estratégia de redução de custos (mão-de-obra barata e impostos baixos, por exemplo). Naturalmente, a referida estratégia demandou tempo e muita paciência de modo a se evitar conclusões apressadas, que poderiam emergir de uma pequena amostra de entrevistas.

Espera-se, com a realização dessa pesquisa, contribuir para o preenchimento de uma lacuna existente na disciplina da Geografia Econômica, especialmente no Brasil, em função do distanciamento mantido pela disciplina em relação aos estudos sobre a produção de bens e serviços culturais. Assim, pretendemos, ao abordar geograficamente a indústria cinematográfica, entender como ela tende a se materializar na paisagem na forma de aglomerações espaciais, as quais, por sua vez, engendram um processo

gerador de ganhos constantes de competitividade para as firmas que ali se localizam, em função das externalidades positivas existentes nessas aglomerações. Por fim, a tese também revela a sua importância para aqueles que planejam o desenvolvimento da Cidade do Rio de Janeiro, pois acreditamos na necessidade de se repensar as estratégias tradicionais de desenvolvimento, nas quais, de modo recorrente, o espaço geográfico é considerado como um mero receptáculo à espera da alocação de recursos técnicos.

A tese, desse modo, se insere na área de concentração “Organização e gestão do território” do Programa de Pós-Graduação em Geografia (PPGG) da UFRJ e apresenta, em nosso entendimento, grande relevância para a geografia pelos motivos expostos: o crescente peso da produção de bens e serviços culturais na economia; a necessidade de se preencher lacunas no campo da geografia econômica no Brasil, que não despertou seu interesse para os estudos da produção de bens e serviços culturais, como a indústria cinematográfica; e a possibilidade de contribuir para questões do planejamento da indústria cinematográfica e da Cidade do Rio de Janeiro.

Capítulo 1: Economia da cultura e geografia econômica das indústrias culturais

Iniciar a redação de uma tese cujo objeto de pesquisa (a geografia econômica da indústria cinematográfica do Rio de Janeiro) se insere em um campo de estudo (a geografia econômica da indústria de bens e serviços culturais) que não dispõe de ampla bibliografia e tradição acadêmica implica em qualificar as bases do debate, antes de iniciá-lo propriamente. Nesse sentido, estabeleceremos nas próximas linhas importantes definições conceituais e os limites dentro dos quais se construirá a tese.

Primeiramente, significaremos a nossa interpretação sobre indústrias culturais, dentro das quais se situa a indústria cinematográfica, que é o nosso maior alvo de análise. Para tanto, evidenciaremos o surgimento de uma disciplina chamada economia da cultura, a qual possui em seu centro gravitacional os conceitos de cultura e criatividade e indústrias culturais, que serão introduzidos e delimitados. Em seguida, já no campo da geografia econômica das indústrias culturais, apontaremos a emergência desse campo de estudo a partir da relação simbiótica entre as indústrias culturais e as grandes cidades. Essa interdependência é evidenciada, por um lado, pela importância dessas atividades produtivas para a economia local, e, por outro, pela tendência delas se materializarem na paisagem das grandes cidades na forma de aglomerações espaciais de firmas especializadas e de mão-de-obra qualificada, sugerindo-se, a partir daí, a existência de uma relevância territorial para o desenvolvimento das indústrias culturais.

1.1. Economia da cultura e indústrias culturais

O trabalho de Baumol e Bowen (1966), sobre a economia do espetáculo ao vivo, funda, segundo alguns pesquisadores, como Throsby (2001), Benhamou (2007) e Reis (2007), um novo campo de estudos dentro da ciência econômica: a economia da cultura. Embora, atualmente, possam-se estabelecer diversas ressalvas às suas conclusões, nenhuma delas lhes retira o mérito do pioneirismo. Na sequência, diversos estudos e pesquisas contribuíram para a solidificação da disciplina, a qual já conta com uma associação internacional, um periódico especializado, o *Journal of cultural economics*, e possui sua própria classificação dentro de um dos mais influentes periódicos de economia, o *Journal of economic literature*.

O processo de reconhecimento da economia da cultura, como importante campo de estudo dentro da ciência econômica, foi gerido, segundo Benhamou (2007), por três fatores decisivos:

“O surgimento de uma propensão a gerar fluxos de rendas ou de empregos, a necessidade de avaliação das decisões culturais e, no plano teórico, a evolução da economia política para campos novos (a economia das atividades sem fins lucrativos, revisão do pressuposto da racionalidade, economia das organizações, economia da informação e da incerteza)” (Benhamou, 2007, p. 18).

Verificar-se-á, ao longo desta tese, na medida em que a discussão avançar, a presença dos três fatores acima, mas, neste momento, faz-se importante que estabeleçamos com mais clareza os limites daquilo que estamos chamando de cultura, palavra de múltiplos significados. Nesta pesquisa, seguiremos as delimitações propostas Throsby (2001), segundo o qual, no âmbito da economia da cultura, existem dois tratamentos a dar a palavra em questão.

Primeiramente, dentro de uma abordagem antropológica⁵, a palavra cultura é empregada para descrever um conjunto de atitudes, crenças, moral, costumes, valores e práticas que são comuns a um determinado grupo ou compartilhadas por seus membros. Nessa perspectiva, fundamenta-se a noção de identidade, uma vez que os integrantes de cada grupo se reconhecem entre si e se diferenciam dos outros através das distintas manifestações que os caracterizam. A utilização dessa abordagem é muito importante para estudos que associam os fatores culturais ao desenvolvimento econômico, como o fez Max Weber (2004 [1904]) ao relacionar a influência da ética protestante com o nascimento do capitalismo, e como o fazem alguns geógrafos e economistas atuais, cujos trabalhos evidenciam a importância dos valores, costumes e das instituições formais e informais de uma localidade para a sua trajetória de desenvolvimento econômico, conforme se evidencia nas seguintes palavras:

“The fact that economic agents live, breathe and make decisions within a cultural environment is readily observable. So, too, is the fact that this environment has some influence on shaping their preferences and regulating their behaviour, whether this behaviour is observed at the level of the individual consumer or firm or at the level of the macroeconomy” (Throsby, 2001, p. 9)⁶.

⁵ Não realizaremos, nesta tese, uma revisão teórica sobre o conceito de cultura e, assim, desejamos apenas delimitar a corrente que seguiremos. Para os que desejarem obter um panorama sobre as diversas correntes acerca do conceito de cultura na Antropologia, indicamos o trabalho de Cuche (2002).

⁶ “O fato de que os agentes econômicos vivem, respiram e tomam decisões dentro de um ambiente cultural é prontamente observável. Então, também, o é o fato de que esse ambiente possui alguma influência em modelar suas preferências e regular seus comportamentos, seja esse comportamento

A segunda abordagem calca-se em uma orientação funcional, a qual determina uma série de atividades, cujos produtos se relacionam com os aspectos intelectuais, morais e artísticos da vida humana. Throsby (2001) enfatiza que essas atividades são mais dependentes da iluminação e da educação da mente humana do que de simples aquisição de habilidades técnicas ou vocacionais e que, nessa perspectiva, a palavra cultura se torna um adjetivo designador de uma característica específica de alguns substantivos, como: bens culturais, instituições culturais, indústrias culturais e setor cultural da economia. Visando a um maior enquadramento dessa definição, Throsby (2001) sugere três condições para que as atividades possam ser classificadas como culturais. Elas devem possuir alguma forma de criatividade em suas produções; gerar ou comunicar conteúdos simbólicos; e seus produtos devem poder adquirir algum tipo de propriedade intelectual.

“Generally speaking possession of all three of these characteristics could be regarded as a sufficient condition in order for this interpretation of culture to apply to a given activity. So, for example, the arts as traditionally defined – music, literature, poetry, dance, drama, visual art and so on – easily qualify. In addition, this sense of the word ‘culture’ would include activities such as film-making, story-telling, festivals, journalism, publishing, television and radio and some aspects of design, since in each case the required conditions are, to a greater or lesser degree, met. But an activity such as, say, scientific innovation would not be caught by this definition, because although it involves creativity and could lead to output capable of being copyrighted or patented, it is directed generally at a routine utilitarian end rather than at the communication of meaning. (...) Organised sports occupies a somewhat ambiguous position. While sport possibly meets all of the three criteria, some people may still difficulty to accepting it as a cultural activity, especially if it is thought that it does not embody creativity but only technical skill. Nevertheless, there can be little doubt that sport is an element of culture in the first defined above, that is a ritual or custom expressing shared values and as a means of affirming and consolidating group identity” (Throsby, 2001, p. 5)⁷.

observado no nível do consumidor individual ou da firma ou no nível da macroeconomia” (Tradução do autor).

⁷ “Em termos gerais, a posse dessas três características pode ser considerada como uma condição suficiente para que esta interpretação da cultura seja aplicada a uma dada atividade. Então, por exemplo, as artes tradicionalmente definidas – música, literatura, poesia, dança, dramatização, arte visual e outros – são facilmente qualificados. Além disso, essa noção da palavra ‘cultura’ incluiria atividades como fazer filmes, contação de histórias, festivais, jornalismo, editoração, televisão e rádio e alguns aspectos de design, desde que em cada caso as requeridas condições estejam, em maior ou menor nível, reunidas. Porém uma atividade como, digamos, inovação científica, não poderia ser captada por essa definição, porque embora ela envolva criatividade e possa gerar produtos capazes de serem patenteados, ela geralmente é direcionada por um fim utilitário mais do que pela comunicação de significados. (...) Os esportes ocupam uma posição ambígua. Embora o esporte possa possuir os três critérios, algumas pessoas podem encontrar dificuldade em aceitá-lo como uma atividade cultural, especialmente se for considerado que ele não incorpora criatividade, mas apenas habilidades técnicas. Todavia, não há dúvidas de que o esporte é um elemento da cultura na primeira definição acima, que é um ritual ou costume que expressa valores compartilhados e um meio de afirmação e consolidação da identidade do grupo” (Tradução do autor).

Através da abordagem funcional da cultura, podemos reconhecer que a sua produção e seu consumo podem ser situados em uma estrutura industrial, e os bens e serviços produzidos e consumidos podem ser compreendidos como mercadorias nos mesmos termos que outras são produzidas dentro do sistema econômico⁸.

Diante disso, reconhecemos que, desde quando Adorno e Horkheimer (2002) [1944] cunharam o termo indústria cultural, muitas outras noções foram propostas acerca da mercantilização da cultura a partir de um domínio econômico. A Economia da Cultura, então, se solidificou por tratar a produção e o consumo de cultura como processos econômicos.

Segundo Scott (2000), tudo isso se baseia no fato de que, no capitalismo moderno, os produtos culturais, considerados em sua heterogeneidade, incorporaram elementos estratégicos de produtividade ao seu processo produtivo, e que de forma geral, todo o campo da cultura humana está sujeito, crescentemente, à mercantilização. Em outras palavras, grande parte da cultura que consumimos, da mais sofisticada à mais comercial, está submetida a organizações que se orientam pela lógica do lucro.

O crescente número de firmas e trabalhadores que se dedicam a produzir, gerenciar, exibir ou divulgar (marketing) bens e serviços originados a partir da mobilização criativa, permeados por atributos simbólicos e capazes de obterem algum direito de propriedade intelectual, evidenciam o dinamismo do setor cultural da economia. Naturalmente, deve-se deixar claro, existem campos de produção de bens e serviços culturais que não possuem esta orientação mercadológica, constituindo-se, em certos casos, numa oposição à lógica capitalista de produção. Entretanto, mesmo em menor grau, esses bens e serviços são absorvidos pelo sistema produtivo e passam a ocupar nichos de mercado, assim como seus produtores dependem, na maior parte dos casos, de uma renda mínima para satisfazer às suas necessidades.

Ao conceituar as indústrias culturais, Hesmondhalgh (2002) afirma que o seu traço constituinte é o processo de criação e circulação de símbolos e, por isso, sugere a adoção do termo “criatividade simbólica” como substituto a palavra arte, assim como “criadores de símbolos” no lugar de artistas. Como a criatividade ocupa a posição central do processo, os seus trabalhadores, nomeados de artistas ou criadores de

⁸ Importante ressaltar que, diferentemente dos bens tradicionais da economia, a demanda por bens culturais não se enquadra plenamente na explicação da utilidade marginal decrescente, pois o gosto do consumidor pelo produto cultural aumenta na medida em que ele mais o consome (Becker e Stigler, 1977 e Vogel, 2001), ou seja, quanto mais o indivíduo escuta um tipo de música, mais ele a aprecia e deseja consumi-la, da mesma forma, assistir a um filme de um bom diretor, potencializa a vontade para assistir outro.

símbolos, dispõem de um grau de autonomia que nenhuma outra indústria concede aos seus profissionais.

Na mesma linha de raciocínio, para o cineasta argentino Octavio Getino (2003), a utilização do termo indústrias culturais deve ser ratificada como forma de alusão ao conjunto de atividades relacionadas diretamente com a criação, a fabricação, a distribuição e a comercialização de bens e serviços culturais. Sublinha-se que, diferentemente de outras indústrias, os seus produtos não possuem uso físico, mas são bens simbólicos (obras literárias, musicais, cinematográficas, plásticas etc) que precisam ser processados industrialmente para adotar a forma de um livro, disco, filme, programa de televisão ou rádio, jornal, e assim estarem habilitados ao consumo do grande público.

Reis (2007), por sua vez, aponta para o fato de que as indústrias culturais criam sempre uma matriz original dotada de valor simbólico e de algum direito de propriedade, sendo os processos de reprodução, distribuição e divulgação que se seguem à criação, os adicionadores de valores econômicos, os quais extrapolam os limites das fronteiras nacionais. Assim, o valor simbólico de um filme se relaciona à leitura que cada consumidor fará da história e das imagens, enquanto seu valor econômico pode ser mensurado pelo número de ingressos vendidos, quantidade de empregos e renda gerados etc. A relação entre a originalidade e a reprodutibilidade produz, segundo Benhamou (2007), uma “alquimia singular” no âmbito das indústrias culturais.

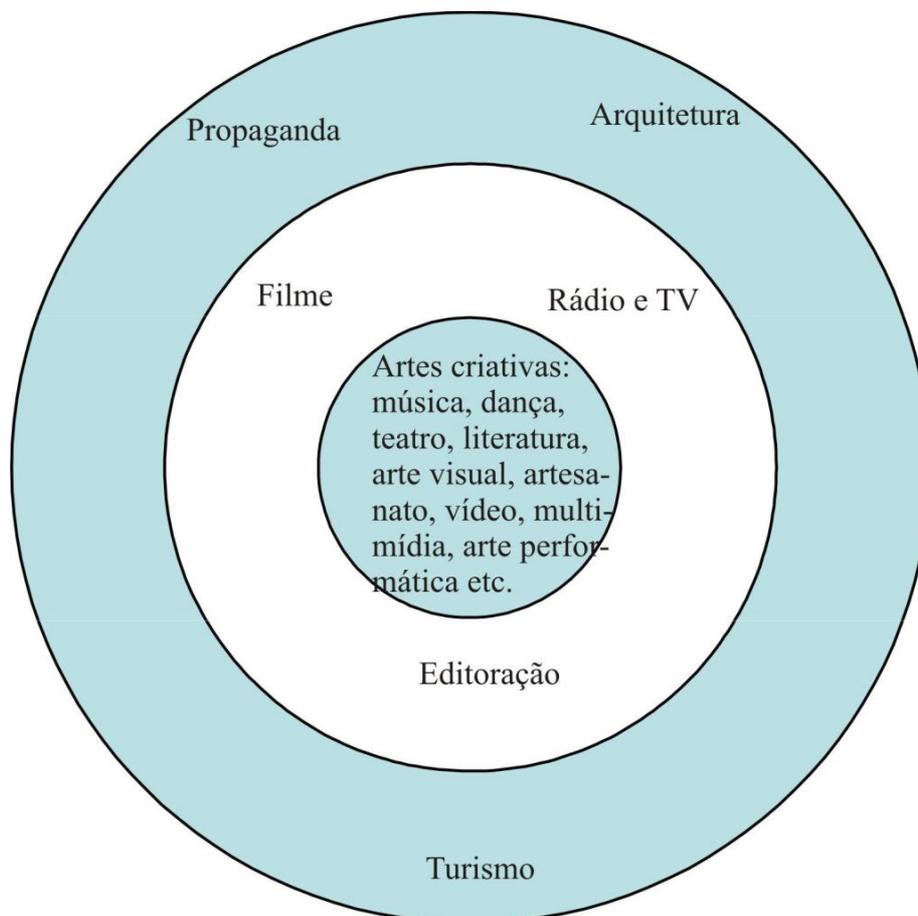
Deve-se ressaltar que a referida abordagem funcional da cultura não invalida outras interpretações, mas apenas reconhece como fato que as atividades de produção e de consumo de bens e serviços de cultura dentro de um sistema econômico envolvem transações econômicas, e que essas atividades podem ser compreendidas como indústrias, conforme se verifica nas palavras de Throsby (2001):

“... it has to be conceded that in practice the application of word ‘industry’ to art and culture does focus attention on the economic processes by which cultural goods and services are made, marketed, distributed and sold to consumers. The term ‘cultural industry’ in contemporary usage does indeed carry with a sense of the economic potential of cultural production to generate output, employment and revenue and to satisfy the demands of consumers, whatever other nobler purpose may be served by the activities of artists and by exercise of the tastes of the connoisseurs” (Throsby, 2001, p. 111)⁹.

⁹ “... verifica-se na prática que a aplicação da palavra ‘indústria’ para arte e cultura foca atenção aos processos econômicos pelos quais bens e serviços culturais são produzidos, divulgados, distribuídos e vendidos aos consumidores. O termo ‘indústria cultural’ em seu uso contemporâneo carrega consigo a noção sobre o potencial econômico da produção cultural gerar produto, emprego e renda e satisfazer as

Em suma, o conceito de indústrias culturais é empregado para compreender os estágios da produção de bens e serviços oriundos de atividades culturais, as quais devem possuir as três características listadas pela abordagem funcional da cultura. Nesse sentido, Throsby (2001) propõe um modelo com três círculos concêntricos, com o locus de origem das ideias criativas repousando no centro, e com outras indústrias formando círculos localizados ao seu redor, estendendo-se na medida em que as ideias criativas são utilizadas em outros contextos produtivos.

Figura 1.1: Categorização das indústrias culturais.



Fonte: Adaptado de Throsby (2001). Elaborado pelo autor.

Como se pode verificar na figura 1.1, as artes criativas, como são tradicionalmente definidas (música, dança, teatro, literatura, artes visuais, artesanato, novas práticas de vídeo, artes performáticas, computação, multimídia etc.), ocupam o coração do modelo.

demandas dos consumidores, qualquer outra finalidade pode ser atendida pelas atividades dos artistas e pelo exercício dos gostos dos conhecedores” (Tradução do autor).

O próximo círculo abrange as indústrias cujos produtos se qualificam como bens e serviços culturais, mas que também podem produzir bens não-culturais, sendo que a proporção daquilo que pode ser considerado “bens e serviços culturais primários” é menor do que no coração do modelo. Entretanto, fronteiras são difíceis de precisar e constam em seus limites: editoras de livro, revista e jornal, e produtores de televisão, rádio e filme. A inclusão dos filmes nesse grupo é questionável, pois para alguns o cinema está no centro do modelo, enquanto para outros seus produtos são integrantes da categoria de entretenimento e mídia. Na verdade, uma subdivisão dos tipos de filmes seria necessária para estabelecer em que categoria cada filme se inseriria.

Os limites da indústria cultural se estendem para captar indústrias que operam fora da esfera cultural, mas cujos produtos de algum modo podem ser compreendidos como possuindo algum conteúdo cultural. Essas indústrias incluem: propaganda, que requer criatividade; turismo, que possui algum mercado baseado no consumo de cultura; arquitetura, que o projeto pode possuir qualidades além das funções. Entretanto, essas indústrias podem ser consideradas culturais apenas em uma ampla definição do conceito, pois as três características definidoras das atividades culturais, apontadas acima, não são elementos obrigatórios na constituição dos bens e serviços produzidos por essas indústrias.

Cada uma das atividades listadas acima pode ser analisada como um tipo específico de indústria cultural, como, por exemplo, a indústria da música ou do cinema, porém devemos incorporar na análise uma variedade e quantidade muito maior de participantes. Assim, a indústria do cinema do Rio de Janeiro não é composta apenas pelas firmas e profissionais diretamente envolvidas no processo criativo, possuindo, além deles, uma série de outros participantes como distribuidores, publicitários, designers, eletricitas e técnicos em geral, motoristas etc. O uso amplo do termo indústrias culturais do Rio de Janeiro, por exemplo, faz referência ao conjunto das atividades culturais existentes na metrópole, cujos processos de produção, distribuição e consumo podem ser analisados como processos econômicos.

De acordo com o modelo apresentado, a criatividade ocupa um lugar central dentro das indústrias culturais, apontamento este que também é compartilhado por Hesmondhalgh (2002), que, conforme mencionado anteriormente, centra na autonomia da criatividade a maior diferenciação dessas indústrias frente às demais.

“This point about creative autonomy is absolutely crucial for an understanding of the cultural industries in the late twentieth century. It shows that the metaphor of the traditional factory production line, often used in critiques of industrial cultural production, entirely misses the point. Because of the history of attitudes towards symbolic creativity (...), factory-style production is widely felt to be inimical to the kinds of the creativity necessary to make profits... Crucially, companies in the business of cultural production exert much stricter control over the other stages of making texts after creation stage: reproduction and circulation. The reproduction stage is heavily industrial, is often and increasingly reliant on technically complex electronic systems, and is strictly controlled, especially in terms of when masters copies of films, books, records, etc are scheduled to be copied and released, or when a programme is scheduled to be broadcasted. In terms of circulation, a very few superstars may have some bargaining power about which works get promoted and which do not...

This combination of loose control of creative input, and tighter control of reproduction and circulation constitutes the distinctive organizational form of cultural production during the complex professional era” (Hesmondhalgh, 2002, p. 55-56)¹⁰.

Da extensa citação acima, podemos desdobrar duas importantes considerações para o andamento da pesquisa.

Em primeiro lugar, podemos estabelecer que, das três características constituintes das atividades culturais, o componente criativo é o elemento mais importante, uma vez que, sem ele, a criação de conteúdos simbólicos não se realiza, assim como corresponde ao insumo vital para a aquisição dos direitos autorais.

A percepção de que a relevância da criatividade no conjunto da economia não se restringe aos bens culturais, mas também afeta as indústrias de bens ordinários, como, por exemplo, o design de um novo carro, tênis ou roupa¹¹, induziu o governo britânico, no final do século XX, a fomentar um fórum de discussão para elevar a criatividade ao posto central do planejamento econômico. Do debate, construiu-se o conceito de indústrias criativas, definidas pelo Department for Culture, Media and Sport (DCMS), como sendo:

¹⁰“Esse ponto sobre a autonomia criativa é crucial para o entendimento das indústrias culturais ao final do século XX. Isso mostra como a metáfora da linha de produção da fábrica tradicional, frequentemente usado nas críticas à produção industrial cultural, perde inteiramente a razão. Em função da história das atitudes acerca da criatividade simbólica (...), o estilo fabril de produção é amplamente hostil aos tipos de criatividade necessários para a geração de lucros...

Decisivamente, as companhias envolvidas nos negócios da produção cultural exercem muito controle direto sobre os outros estágios do gerenciamento dos conteúdos após o estágio de criação: reprodução e circulação. O estágio da reprodução é pesadamente industrial, é frequentemente e crescentemente depositado sobre sistemas técnicos e eletrônicos, e é diretamente controlado, especialmente quando os originais de filmes, livros, gravações, etc são programados para serem copiados e exibidos, ou quando um programa é escalado para ser transmitido. Quanto à circulação, poucas estrelas podem ter algum poder de barganha sobre quais trabalhos serão promovidos ou quais não serão...

Essa combinação de frágil controle sobre os insumos criativos, e rígido controle de reprodução e circulação constitui a forma organizacional distinta da produção cultural ao longo da era dos complexos profissionais” (Tradução do autor).

¹¹ Embora carros e roupas também contenham valores simbólicos, suas funções primordiais são o transporte e a vestimenta, respectivamente, ou seja, ninguém comprará um automóvel, por exemplo, que não lhe viabilize o deslocamento (Hesmondhalgh, 2002).

“...those that are based on individual creativity, skill and talent. They also have the potential to create wealth and jobs through developing and exploiting intellectual property” (DCMS)¹².

Na sequência, cunharam-se outros termos, como economia criativa, cidade criativa e classe criativa, todos capazes de enfatizar a determinância que o processo criativo possui na trajetória de desenvolvimento econômico e de revitalização das cidades, sejam aquelas que sofreram com a decadência fordista, ou as que nunca implantaram uma base industrial (Hartley, 2005).

Pela definição de indústrias criativas proposta pelo governo britânico, que não faz referência à geração ou à comunicação de conteúdo simbólico, podemos estabelecer que elas englobam as culturais, assim como a economia criativa incorpora a cultural. Nesse sentido, Howkins (2001) apresenta uma lista das quinze indústrias criativas que, segundo ele, ocupam o coração da economia criativa, sendo elas: propaganda, arquitetura, arte, artesanato, design, moda, filme, música, artes performáticas, editoração, pesquisa e desenvolvimento, software, brinquedos e jogos, TV e rádio e jogos de computador¹³.

Logo, se pretendemos, nesta pesquisa, investigar a existência de uma aglomeração produtiva da indústria cinematográfica no Rio de Janeiro, não podemos desconsiderar que a bacia de mão-de-obra que atende às demandas das firmas é composta na sua essência pela chamada classe criativa, que, segundo Florida (2002), é composta por um conjunto de pessoas que atuam com base em seus conhecimentos e habilidades para produzir algum trabalho criativo e que, na maior parte dos casos, são profissionais liberais. Assim, o caminho analítico para confirmar a referida aglomeração deve investigar a existência, na metrópole, de uma bacia de mão-de-obra criativa capaz de atender as demandas da indústria do cinema e de outras que também necessitam de trabalhadores com tais competências. A utilização de profissionais do carnaval carioca para construir os cenários dos filmes produzidos no Rio de Janeiro; a importância de costureiras, provenientes da indústria da moda, para a montagem do figurino; a criatividade de roteiristas, oriundos da literatura; e o papel dos designers para as campanhas de divulgação dos filmes, são exemplos importantes de como uma específica indústria cultural se beneficia da diversidade da classe criativa existente na Cidade.

¹²“... aquelas que têm origem na criatividade, habilidade e talento individual. Elas também têm potencial de geração de emprego e renda por meio de geração e exploração de propriedade intelectual” (Tradução do autor).

¹³ Na verdade, trata-se de uma expansão da lista inicialmente proposta pelo DCMS, a partir da incorporação de pesquisa e desenvolvimento e brinquedos e jogos.

Portanto, quando desenvolvermos o nosso referencial teórico acerca da existência de um território produtivo dentro dos limites da metrópole do Rio de Janeiro, o qual se apresenta como elemento central da competitividade das produtoras cinematográficas localizadas em seus limites, nos referenciaremos a ele como um território produtivo da economia criativa. Dessa forma, enfatizamos a sua capacidade em atender as demandas da indústria cinematográfica, assim como de outras indústrias culturais e de bens tradicionais, as quais podem, por sua vez, constituir outras aglomerações produtivas.

A segunda consideração, ainda relacionada à citação de Hesmondhalgh (2002) acima, abre a possibilidade de compreendermos a distribuição espacial das etapas do processo produtivo da indústria cinematográfica brasileira. No segundo capítulo da tese, apresentar-se-á um inventário de dados que revelarão a importância da Metrópole do Rio de Janeiro no conjunto da produção cinematográfica nacional, porém, nas etapas subsequentes à produção (pós-produção, revelação e cópia), há um aumento da participação de São Paulo. Naturalmente, isso decorre do fato de que também existe um importante território produtivo da economia criativa em São Paulo, onde se situa, por exemplo, a principal aglomeração de agências publicitárias brasileiras. Assim, embora também existam empresas de pós-produção no Rio, assim como o mais antigo laboratório de revelação e cópia do Brasil, não poderemos negar a existência de uma complementaridade entre as duas metrópoles, uma vez que filmes produzidos no Rio são, em alguns casos, pós-produzidos e revelados em São Paulo. A proximidade entre essas duas cidades, que se conectam diariamente por inúmeras pontes-aéreas com aproximadamente 50 minutos de vôo, além da rede de comunicação informacional, viabilizam essa relação. O processamento tradicionalmente industrial, como a realização das cópias de DVD a partir de uma matriz, é, por sua vez, realizado na Zona Franca de Manaus. Em linhas gerais, podemos afirmar que as etapas intensivas em criatividade se localizam nas duas principais metrópoles do Brasil.

Antes de passarmos para a próxima seção do capítulo, é necessário destacarmos que as duas abordagens propostas acima para a cultura (antropológica e funcional) não são excludentes e podem, portanto, em muitas situações, estarem sobrepostas, evidenciando, por um lado, a capacidade da prática artística em definir um grupo e, por outro lado, a relação entre a cultura de um determinado local com a sua capacidade de produzir bens culturais.

No primeiro caso, o reconhecimento da relação é mais evidente, na medida em que reconhecemos que a classe artística de fato compartilha valores e práticas forjadas pela própria atividade.

A segunda possibilidade de sobreposição das abordagens, por sua vez, nos conduz a dois outros caminhos. Um que percebe a influência da cultura local nas especificidades do produto cultural (a música sertaneja e a cinematografia indiana podem exemplificar esse caso) e outro, com grande importância para essa tese, que discute a relevância do ambiente cultural local para a pujança da sua atividade cultural.

Nesse segundo caminho, uma dada atividade cultural passa a ser produzida sob princípios econômicos e se qualifica como indústria cultural, engendrando uma densa aglomeração de firmas e mão-de-obra qualificada que se constituem em um importante componente da economia local (a indústria cinematográfica de Hollywood é o maior exemplo). O ambiente cultural, conforme foi apresentado na nossa primeira definição de cultura, torna-se responsável por fortalecer as raízes da indústria cultural na localidade e se constitui em um importante condicionante para o seu desenvolvimento. Essa sobreposição será melhor analisada quando discutirmos a existência de um território produtivo da economia criativa dentro da Metrópole do Rio de Janeiro, o qual se apresenta como fonte de recursos para a indústria cinematográfica. Nesse momento, ampliar-se-á a concepção de ambiente cultural para ambiente institucional¹⁴, o qual é responsável pelas normas e regras de convivência, sejam elas formais ou informais, e que, por isso, constitui-se em um elemento fundamental para o enraizamento das atividades produtivas.

O objetivo desta seção foi o de delimitar alguns conceitos com os quais trabalharemos daqui por diante, e assim estabelecemos a nossa compreensão sobre economia da cultura e indústrias culturais, bem como evidenciamos a importância capital da criatividade para o desenvolvimento dos bens culturais e também de bens ordinários. Isso nos levou a perceber que a indústria cinematográfica não possui uma mão-de-obra específica, mas vale-se de uma bacia de mão-de-obra criativa que atende as demandas das distintas firmas produtoras de bens culturais, as quais tendem a se aglomerar no interior de grandes cidades, como veremos a seguir.

¹⁴Essa ampliação será realizada, pois, como afirma North (2007), a herança cultural desempenha papel muito importante na evolução das instituições, especialmente as informais. A análise institucional será aprofundada no segundo capítulo da tese.

1.2. A emergência da geografia econômica das indústrias culturais

Concomitante ao desenvolvimento da disciplina da economia da cultura, pesquisadores interessados em investigar a crise do fordismo e seus desdobramentos econômicos, sociais e espaciais se aproximaram da Geografia, uma vez que os estudos sobre a crescente relação entre as atividades produtivas e o território se tornaram recorrentes. Nesse sentido, a disciplina Geografia Econômica se valorizou e atualmente conta com um grande número de pesquisadores, linhas de pesquisa e publicações, no Brasil e no Mundo, como bem tratam os trabalhos de Scott (1988 e 2006), Storper (1997), Scott e Storper (1986), Storper e Walker (1989), Storper e Salais (1997), Benko (2002), Benko e Lipietz (1994), Veltz (1999), Monié e Silva (2003), Cocco (1998), Klink (2001), Iglioni (2001), Silva e Cocco (2006), Diniz e Lemos (2005) entre outros.

De modo geral, os autores acima trabalham o conceito de território em uma perspectiva economicista¹⁵, segundo a qual o território, através de suas redes técnicas (competências objetivas), redes sociais (competências subjetivas) e redes institucionais, é responsável pela localização da atividade econômica, mais especificamente pelo nível de competitividade das firmas. Dessa forma, uma atividade é territorializada quando sua efetivação depende da localização, de recursos inexistentes em muitos outros espaços e/ou que não podem ser facilmente criados ou imitados pelos locais que não os possuem (Storper, 1994).

A nossa opção em trabalhar com o conceito de território produtivo está em consonância com as linhas de pesquisas dos diversos autores citados acima, uma vez que reconhecemos o papel crucial desempenhado pelos recursos territoriais específicos, nele existentes, para o nível de competitividade das firmas. A capacidade, portanto, das firmas serem mais competitivas depende fundamentalmente da localização geográfica no interior desses territórios produtivos, onde os recursos mais importantes se constituem em bens públicos, como a força de trabalho (saber-fazer), as capacidades de

¹⁵ Apesar de ser um conceito central à geografia, o território tem tradição em várias outras áreas de estudo como a ciência política, sociologia, biologia, economia, antropologia e psicologia. Portanto, da mesma forma que são várias as áreas do conhecimento que se interessam pelo estudo do território, são várias as concepções existentes desse conceito. Haesbaert (2004) agrupa essas concepções em quatro vertentes básicas: 1) política ou jurídico-política, na qual o território é visto como um espaço delimitado e controlado onde se exerce um determinado poder, na maioria dos casos, relacionado ao Estado; 2) cultural ou simbólico-cultural, que interpreta o território como produto da apropriação/valorização simbólica de um grupo em relação ao espaço vivido; 3) econômica, que enfatiza a dimensão espacial das relações econômicas, sendo o território visto como fonte de recursos e/ou incorporado no embate entre classes sociais e na relação capital-trabalho; e 4) natural, na qual o território é uma noção baseada nas relações entre sociedade e natureza. Nesse sentido, o autor enfatiza a importância de se estabelecer a linha teórica que será empregada ao conceito, sem que isso imponha a conceituação à problemática, mas que revele a diferenciação do conceito frente às questões priorizadas.

aprendizagem e de inovação, assim como as relações, estruturadas pelo ambiente institucional, entre os atores produtivos locais.

Se, por um lado, a geografia econômica se consolidou como importante campo de pesquisa, por outro, pouca atenção foi destinada à relação entre as atividades produtivas de bens e serviços culturais e o território, que, por sua vez, é, na maior parte dos casos, contemplada apenas com alguns parágrafos dentro dos livros de geografia econômica e de economia da cultura. Salvo casos como Storper (1997), que reservou um capítulo inteiro do livro para analisar a indústria cinematográfica de Hollywood, Scott (2000 e 2005), que construiu livros sobre o tema, e mais alguns artigos, pode-se dizer que a geografia econômica das indústrias culturais ainda não despertou nos pesquisadores o interesse merecido.

Na verdade, não se trata de desinteresse, mas de uma análise enviesada para o potencial das indústrias culturais em gerar emprego e renda. Assim, quando se aponta para a possibilidade de desenvolvimento econômico de uma cidade a partir de suas indústrias culturais, opta-se pelo levantamento de dados de emprego e renda, e não pela análise das especificidades territoriais existentes nos limites urbanos, que podem ser mobilizados para o fortalecimento das indústrias culturais, que então se tornariam promotoras do desenvolvimento econômico.

Todavia, a verificação da tendência das indústrias culturais em se materializar na paisagem das grandes cidades na forma de aglomerações de firmas especializadas e de mão-de-obra qualificada se constituiu, por sua vez, em uma importante evidência acerca da relevância territorial para o dinamismo das indústrias culturais. Emergiu, assim, o campo de estudo da geografia econômica das indústrias culturais que, desde a década de 90 do século passado, vem crescendo em importância nos Estados Unidos e na Europa, mas ainda é pouco explorado no Brasil.

De modo geral, as pesquisas visam a discutir a interdependência entre a produção destes tipos de bens e serviços com o espaço, sobretudo o das grandes cidades, onde a existência de economias de aglomeração favorece a concentração de firmas e pessoas envolvidas com tais atividades produtivas. Verifica-se, nesses estudos, a existência de territórios produtivos da economia criativa no interior das maiores cidades do mundo, os quais se apresentam como fonte de recursos para as distintas indústrias culturais, como a música, o cinema, a editorial, entre outras, que, em função disso, aglomeram-se no interior das referidas cidades.

Em suma, a relação entre uma cidade e suas indústrias culturais precisa ser percebida por dois processos complementares, indissociáveis e que se alimentam um do outro. Essa espécie de simbiose é notada, por um lado, pelo inegável impacto das indústrias culturais na economia urbana, e, por outro, pela tendência de aglomeração das firmas e da mão-de-obra no interior de algumas cidades, sobretudo as que ocupam o topo da hierarquia urbana.

Na sequência, apresentaremos evidências dessa simbiose, as quais serão fundamentais para que, no terceiro capítulo, construamos nossa argumentação acerca do papel central do território produtivo da economia criativa para o dinamismo das indústrias culturais, especialmente a cinematográfica.

1.2.1. Evidências da força econômica das indústrias culturais e da tendência das firmas se aglomerarem no interior das grandes cidades

Durante boa parte do século XX, os produtos das indústrias culturais não foram significativamente importantes nas economias nacionais, se comparados aos tradicionais setores de produção fordistas, que eram os responsáveis pelo crescimento e desenvolvimento econômico dos países. Da mesma forma, as características da era hegemônica pelo fordismo não favoreciam ao desenvolvimento das indústrias culturais, posto que a padronização e a desqualificação dos trabalhadores eram estratégias centrais à eficiência econômica, desvalorizando-se os conteúdos estéticos e simbólicos, que são os traços fundamentais dos produtos culturais. No entanto, neste início do século XXI, não há dúvidas sobre o acerto da previsão realizada por John Kenneth Galbraith, que anunciou, em algumas de suas obras, que a produção e o consumo de bens da economia da cultura ditariam as regras em um futuro bem próximo, o qual já se tornou realidade (Bertini, 2008).

Embora existam imprecisões nas medições de dados da economia da cultura, pela inexistência de uma metodologia padrão entre os países, alguns números são bastante expressivos para corroborar a grande contribuição das indústrias culturais para o desenvolvimento econômico.

Se buscarmos alguns números específicos do mercado de determinadas indústrias culturais, ratificaremos a força econômica dessas atividades produtivas. Em 1999, a indústria cinematográfica mundial arrecadou em vendas (cinema, vídeo, TV) US\$ 57 bilhões; a indústria da música investiu mais de US\$ 70 bilhões; o mercado

editorial publicou mais de um bilhão de livros e as vendas de revistas superaram os US\$ 33 bilhões (Howkins, 2001).

No Reino Unido, os dados estão agregados em torno do conceito de indústrias criativas, que foram responsáveis em 2001 por 8,2% do PIB, com crescimento médio de 8% ao ano entre 1997 e 2001; 4,2% do total das exportações, aproximadamente 18 bilhões de dólares; além de gerar 1,9 milhão de postos de trabalho, dos quais 1,1 milhão diretos e 0,8 milhão relacionados a elas (Reis, 2007).

Nos Estados Unidos, o gasto das famílias com o consumo de entretenimento¹⁶ foi superior aos US\$ 230 bilhões em 2002, sendo que cada família dedica em média 8,5% do seu orçamento para consumir bens e serviços de entretenimento (Vogel, 2004).

Na França, a importância do setor cultural é medida por suas fontes públicas e privadas de financiamento, que em 2001 corresponderam a € 12,9 bilhões de gastos públicos e € 200 milhões de mecenato, ao passo que o gasto das famílias em espetáculos, livros, discos, vídeos e cinema se aproximaram dos € 9 bilhões, dos quais € 922 milhões corresponderem ao cinema (Benhamou, 2007).

No Brasil, em 2005, as atividades culturais foram desenvolvidas por mais de 320 mil empresas, que correspondiam a 5,7% do total existente no país, e aproximadamente 11% do PIB nacional foi gerado pelo setor (IBGE, 2007).

Reconhecendo a importância econômica da cultura, o Governo do Estado do Rio de Janeiro criou, em 2001, a Superintendência de Economia da Cultura que, através de uma metodologia própria, quantificou o peso da cultura na economia do Estado e identificou, para o ano de 1999, uma contribuição de 3,8% do PIB fluminense, ao passo que, no Brasil, o peso foi de apenas 1%¹⁷ (Prestes Filho, 2002).

Em termos de emprego, estima-se que, em 2001, na França, aproximadamente 440 mil pessoas estavam empregadas em alguma atividade cultural, qualquer que fosse o ofício exercido, artístico ou não, incluindo a venda de ingressos. Em toda a Europa, houve expressivo aumento do emprego cultural entre 1981 e 1991, aproximadamente 35%, sendo que o maior crescimento foi no setor audiovisual e do espetáculo ao vivo (Benhamou, 2007). No Brasil, o crescimento do emprego entre os anos de 2003 e 2005 foi superior aos 14%, superando a marca de 1,6 milhões de postos de trabalho no último ano (IBGE, 2007).

¹⁶As atividades culturais integram as atividades de entretenimento.

¹⁷ Não se podem comparar as informações oferecidas pelo IBGE com as da Superintendência de Economia da Cultura do Estado do Rio de Janeiro, pela discrepância entre as metodologias.

O potencial das indústrias culturais em gerar emprego e renda foi, como afirmado anteriormente, um dos principais fatores para o reconhecimento da disciplina economia da cultura e, por isso, atraiu a atenção dos planejadores urbanos, concedendo às políticas culturais um caráter econômico, que, por sua vez, ratificou a institucionalização da disciplina.

De fato, em 1999, a indústria cinematográfica respondeu por 565 mil empregos nos Estados Unidos e 33 mil no Reino Unido, distribuídos em produção, cinema, comercialização de vídeos e outros; a indústria da música, considerando músicos profissionais, aspirantes a músicos e técnicos e administradores, corresponde a mais de 500 mil pessoas nos Estados Unidos, e mais de 100 mil no Reino Unido (Howkins, 2001).

Dados do IBGE (2007) para o ano de 2005, no Brasil, revelam que havia mais de 9.700 empresas atuantes em atividades cinematográficas e de vídeo¹⁸ (produção, distribuição e projeção), as quais empregaram mais de 30 mil pessoas no ano. Desse número total, 69% das empresas atuavam na produção, 21,5% na distribuição e 9,5% na projeção; em relação aos empregos, 51,5% foram gerados na produção, 14,5% na distribuição e 34% na exibição. Dentro do setor cultura, as atividades cinematográficas e de vídeo corresponderam a 3% das empresas e 2% dos postos de trabalho.

Se, por um lado, todos os números acima listados evidenciam a força econômica das indústrias culturais, por outro, ainda precisamos lançar alguma luz que nos auxilie a reconhecer a tendência dessas indústrias em se aglomerarem no interior das principais cidades. Dessa forma, o fato de que, em 1992, a maior parte dos empregos de algumas indústrias culturais dos Estados Unidos se concentrava em áreas metropolitanas com mais de um milhão de habitantes é bastante significativo: revistas (73,3%), livros (66,9%), propaganda (75%), produção e distribuição de filmes (96,8%), serviços de arquitetura (77%) (Scott, 2000).

¹⁸ Os números apresentados pelo IBGE (2007) se baseiam na Classificação Nacional de Atividades Econômicas – Versão 1.0, segundo a qual, as atividades cinematográficas e de vídeo são compreendidas por: atividade de produção de filmes de todos os tipos em película, fita de vídeo ou DVD's destinados à difusão pela televisão, filmes institucionais ou publicitários, para exibição em salas de cinemas; a produção de programas de televisão por produtoras independentes; as atividades de dublagem e mixagem de filmes por conta de terceiros, as atividades dos estúdios cinematográficos, as atividades dos estúdios de gravação de som; a distribuição (venda ou aluguel) de filmes cinematográficos e fitas de vídeo a outros estabelecimentos, porém não ao público geral; a projeção de filmes e fitas de vídeo em salas de cinema, ao ar livre, em salas privadas ou em outros locais de exibição.

A extremada concentração dos empregos, sobretudo daqueles ligados a produção e distribuição de filmes, evidencia que as grandes cidades ocupam papel de centralidade na produção de bens e serviços culturais. Assim, podemos afirmar que certos lugares se tornaram pontos onde os artefatos culturais e as imagens são irradiados para todo o mundo, transformando as culturas locais e engendrando uma tensão entre o local e o global.

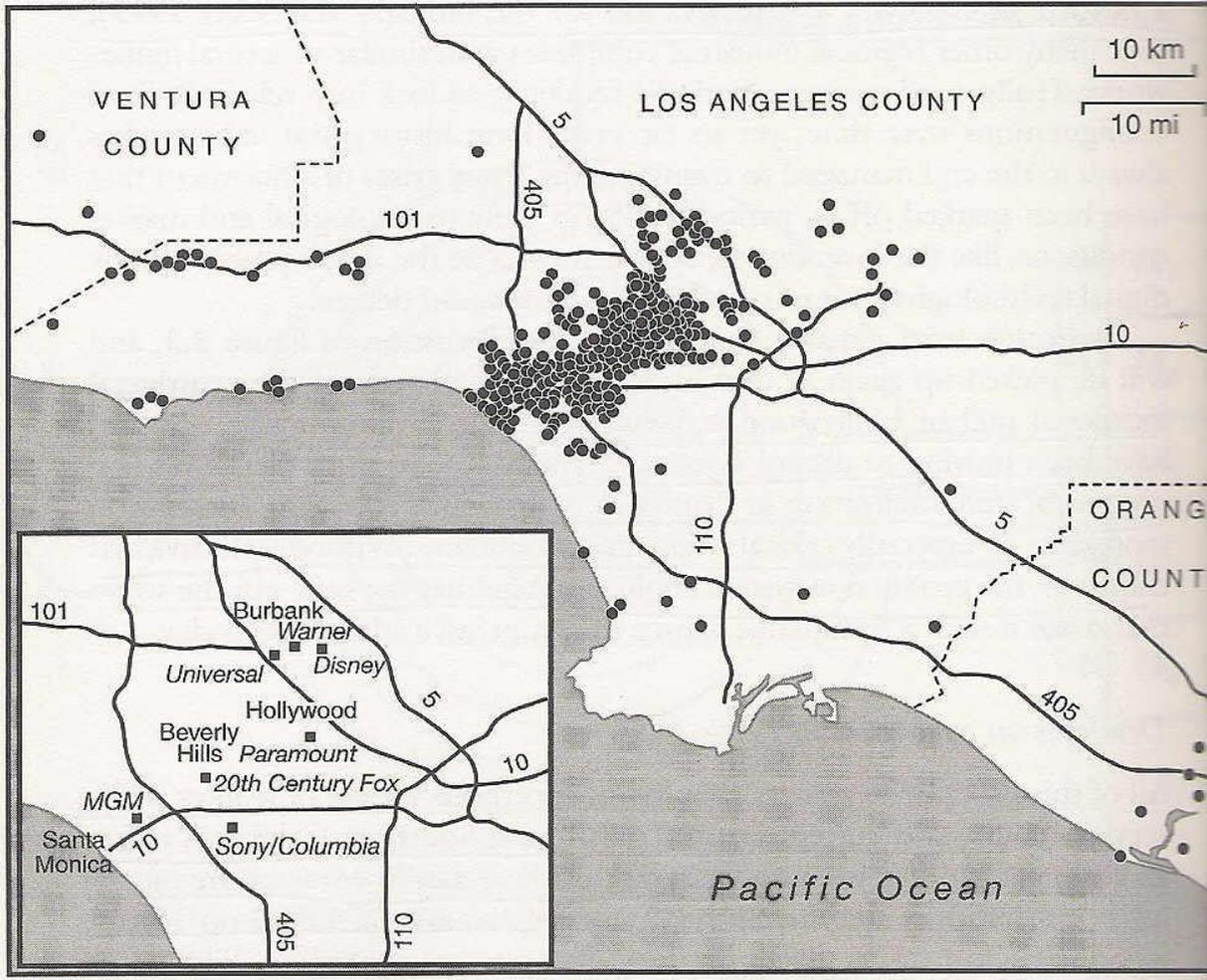
“The geography of culture, like the geography of economic activity, is stretched across a tense force-field of local and global relationships, with the production of culture tending to become more and more concentrated in a privileged set of localized clusters of firms and workers, while final outputs are channeled into ever more spatially extended networks of consumption” (Scott, 2000, p. 4)¹⁹.

Os lugares privilegiados, apontados acima, são as cidades que ocupam os maiores níveis na hierarquia urbana, pois, de acordo com Scott (2005), a grande expansão da produção cultural comercial que ocorreu nas últimas décadas se concentrou nessas cidades, as quais se constituem nos sítios de diversas indústrias criativas, como a de roupas, música, arquitetura, publicidade, artes gráficas e filmes. As indústrias de produtos culturais são, dessa forma, atraídas para os grandes centros urbanos, e as de maior sucesso se localizam em cidades globais, as quais oferecem “economias aglomerantes e recursos extremamente inovadores” (Sassen, 1998, p. 89).

Dentro da área metropolitana, essas firmas se localizam muito proximamente, definindo distritos. O padrão de localização se caracteriza por uma densa aglomeração central de produtores especializados rodeados por firmas mais dispersas, às vezes fora da área central. Os mapas 1.1 e 1.2, que se seguem, comprovam a tendência de aglomeração das produtoras cinematográficas em Los Angeles e em Paris.

¹⁹“A geografia da cultura, assim como a geografia da atividade econômica, é tencionada através de um campo de força de relações globais e locais, com a produção da cultura tendendo a ser cada vez mais concentrada em um privilegiado grupo de aglomerações localizadas de firmas e trabalhadores, enquanto os produtos finais são lançados em redes de consumos cada vez mais extensas espacialmente” (Tradução do autor).

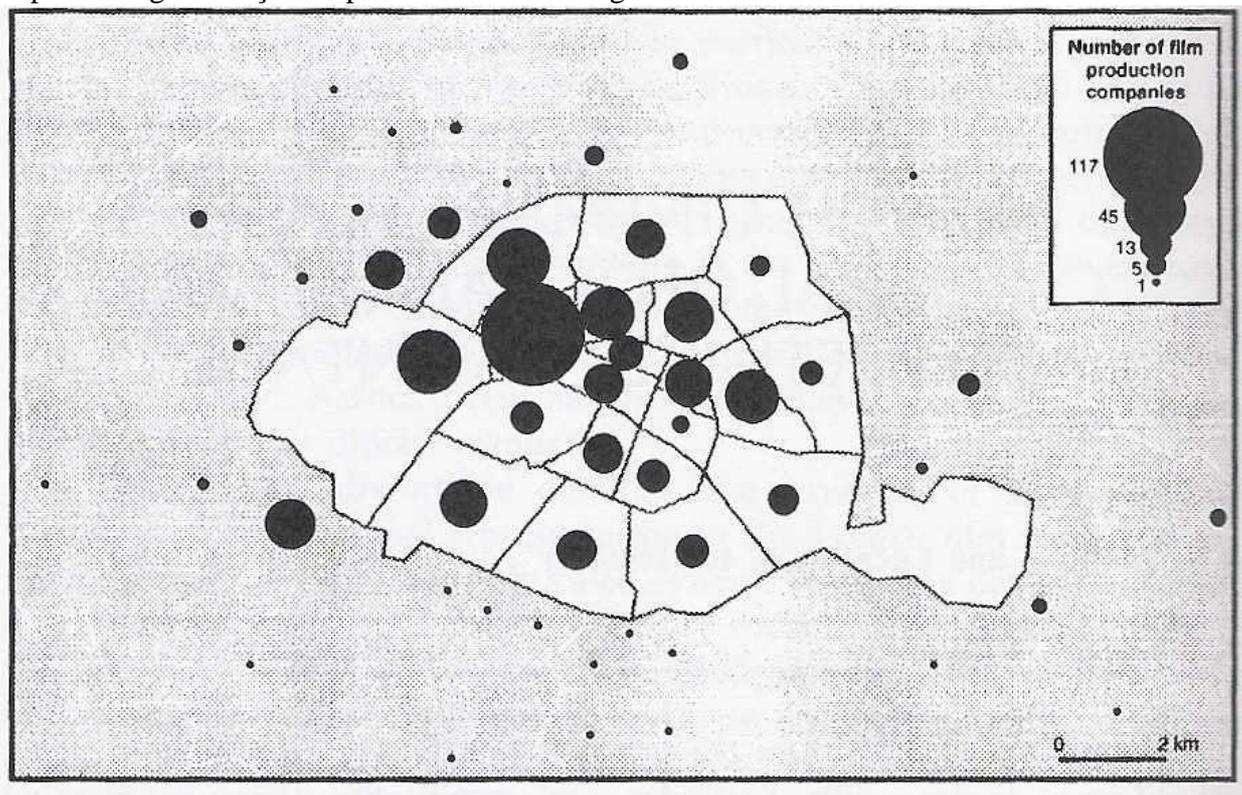
Mapa 1.1: Aglomeração de produtoras cinematográficas em Los Angeles.



Fonte: (Scott, 2005, p. 50).

Essa tendência de aglomeração dentro desse tipo de cidade se deve ao fato de que cada unidade de produção se prende a uma rede de interações, da qual sua sobrevivência é dependente. Em suma, as firmas possuem incentivos em se aglomerar dentro da cidade, pois a proximidade potencializa a possibilidade de se obter economias de aglomeração e um ciclo virtuoso de crescimento. Pela aglomeração, as firmas economizam nas ligações espaciais, alcançam as vantagens do mercado de trabalho concentrado, inserem-se nos fluxos de informação e de inovação que são existentes em qualquer lugar onde diferentes produtores complementares se congregam (Scott, 2005).

Mapa 1.2: Aglomeração de produtoras cinematográficas em Paris.



Fonte: (Scott, 2000, p. 100).

Nesse sentido, as cidades estão se tornando o principal locus de produção de bens e serviços culturais, sobretudo as que ocupam os maiores níveis dentro da hierarquia urbana. Em outras palavras, as diversas indústrias culturais tendem a se materializar na paisagem das grandes cidades na forma de aglomerações espaciais de firmas especializadas e mão-de-obra qualificada. Assim, ao mesmo tempo em que as indústrias culturais são capazes de contribuir para a evolução das cidades, estas, por sua vez, desempenham papel crucial na reprodução social dos sistemas econômicos e são elementos essenciais na formação de vantagens competitivas, as quais são construídas territorialmente.

No Brasil, é evidente a primazia das cidades de São Paulo e do Rio de Janeiro na produção de bens e serviços culturais, assim como ocorre com Los Angeles e Nova York nos Estados Unidos, de acordo com a descrição de Scott (2000). De fato, mesmo com o avanço dos meios de transporte e de telecomunicações, as grandes cidades continuam a desempenhar papel central na produção destes bens e serviços culturais e tendem a concentrá-los ainda mais, sobretudo se o conteúdo do produto for intensivo em criatividade, inovação, conhecimento e valores estéticos e simbólicos. Ou seja, a dispersão das atividades produtivas de bens e serviços culturais pode ocorrer em etapas

da cadeia produtiva que sejam mais padronizadas e que exijam menos habilidades dos trabalhadores. Em contrapartida, as atividades de alto nível resistirão à dispersão, pois dependem das externalidades positivas geradas pela aglomeração espacial.

Como visto anteriormente, a produção e a distribuição de filmes, nos Estados Unidos, são atividades extremamente concentradas nas grandes cidades, característica espacial que foi potencializada a partir das crescentes desverticalização e flexibilização da produção, ocorridas após a II Guerra Mundial (Storper e Christopherson, 1987). Antes disso, segundo Scott (2005), muitos produtores cinematográficos nos Estados Unidos ambicionaram a incorporação dos padrões fordistas de produção (padronização e produção em massa) à lógica da indústria cinematográfica, porém, dada a unicidade do produto (o filme), tal ambição não se concretizou plenamente e a era da produção cinematográfica verticalizada nos grandes estúdios entrou em decadência. Segundo Leite (2005), as produtoras Cinédia e Atlântida, no Rio de Janeiro, e Vera Cruz e Produções Artísticas Mazzaropi, em São Paulo, configuram bons exemplos da tentativa de consolidação de uma indústria cinematográfica brasileira a partir dos referenciais verticalizados dos grandes estúdios, sendo os filmes da Atlântida e os de Mazzaropi os que mais incorporaram os padrões fordistas mencionados acima.

Passada a II Guerra Mundial, Hollywood vivenciou uma profunda reestruturação produtiva em direção à desintegração vertical e, conseqüentemente, intensificaram-se as interações horizontais e as redes de trabalho (Storper e Christopherson, 1987). Esse processo de reestruturação não implicou no desaparecimento dos grandes estúdios do processo produtivo, mas alterou o papel desempenhado por eles, através da desconcentração das funções que acumulavam anteriormente. A externalização dessas funções transformou os grandes estúdios em gerenciadores do sistema produtivo desintegrado verticalmente, processo reconhecido por Castells (1999) como “a empresa em rede”, cujos componentes tanto são autônomos quanto dependentes da rede e podem ser uma parte de outras redes.

O sistema produtivo cinematográfico de Hollywood, então, reconstituiu-se em uma densa rede de empresas de pequeno e médio porte, integradas numa rede de produção flexível, coordenada pelos grandes estúdios. Na esteira dessa reestruturação, reduziram-se os vínculos empregatícios permanentes com as produtoras, na medida em que crescia o número de trabalhadores autônomos (principalmente os trabalhadores criativos). O mercado de trabalho se reorganizou através de orientações de cada projeto,

com trabalhadores temporários que passaram a migrar de projeto em projeto (Scott, 2005).

Em suma, a reestruturação produtiva ocorrida na indústria cinematográfica dos Estados Unidos significou que o espaço da produção deixou de ser o grande estúdio e passou a ser o território, desenhado por suas redes sociais, técnicas e institucionais. Para Cocco (sem data), o processo de reestruturação produtiva, tanto na indústria cinematográfica como em outros setores de atividade econômica, implica na constituição de um território produtivo dentro dos limites metropolitanos, que ao mesmo tempo em que é consequência do dinamismo econômico, é também fonte de recursos para as diversas firmas que nele se localizam.

Vale ressaltar, como já fizemos anteriormente, que não existe a formação de um território produtivo da indústria cinematográfica, mas sim da economia criativa, que se apresenta como fonte de recursos para as distintas indústrias culturais e tradicionais. Embora a discussão conceitual acerca do território produtivo somente vá ser aprofundada no terceiro capítulo, o reconhecimento de sua localização no interior dos limites metropolitanos é, por ora, suficiente para que apontemos a emergência da geografia econômica das indústrias culturais, cujo padrão espacial verificado é o de aglomerações de firmas e trabalhadores no interior das cidades que ocupam o topo da hierarquia urbana.

Scott (2005) não apenas ratifica que crescente desverticalização e flexibilização da produção cinematográfica contribuíram para reforçar a concentração espacial dessa atividade econômica, pois as interações entre as firmas precisam ser constantemente programadas, como também sugere a hipótese de que a economia cultural mundial evolui para um padrão locacional de múltiplas aglomerações enraizadas nas grandes regiões metropolitanas do globo.

“Spatial clusters of producers in the modern cultural economy are unlikely to dissolve, at least for the foreseeable future. The extreme prediction of an overall dispersal of formerly agglomerated production activities to isolated locations scattered across the globe is certainly not anywhere close to realization.

(...) the modern cultural economy is evolving toward a locational pattern made up of multiple clusters of different sizes and market power rooted in a global mosaic of large metropolitan regions. No matter how limited or far-reaching this trend may turn out to be, it will almost certainly involve some incursions into Hollywood’s market power and the growth of at least a small number of alternative sites of audiovisual production with global reach” (Scott, 2005, p. 174)²⁰.

²⁰ “Aglomerações espaciais de produtores na moderna economia cultural não são suscetíveis a se dissolverem, pelo menos em um futuro previsível. A previsão extremada de uma dispersão global das já

Além de ratificar a importância das aglomerações espaciais dentro das principais cidades como locus privilegiados de produção de bens e serviços culturais, percebe-se, pela citação acima, que o processo de globalização, ao mesmo tempo em que potencializa o alcance geográfico dos filmes de Hollywood, permite que novos centros de produção cinematográfica existentes no planeta utilizem as mesmas redes de distribuição para aumentarem suas fatias no mercado mundial de filmes. A globalização, portanto, ao contrário do que se propaga usualmente, não engendra de maneira inexorável a homogeneização da cultura e pode, inclusive, gerar uma redução na hegemonia dos filmes de Hollywood, através do aumento de alternativas e da competição entre os centros cinematográficos. Ianni (2002 [1992]), por sua vez, já apontava contra a tese da homogeneização cultural, ao propor que os centros locais de produção cultural, além de utilizarem os mesmos canais de distribuição dos centros hegemônicos, promovem uma associação entre a cultura global e a local.

Nesse sentido, Scott (2005) aponta que caminhamos para uma paisagem audiovisual policêntrica, sendo isso observável pela ressurgência de complexos de produção cinematográficos na Ásia, Europa e, em perspectiva, na América Latina. No entanto, o próprio autor, corretamente, indica que não há garantias de que os complexos cinematográficos emergentes aproveitem essa janela de oportunidade.

Diante disso, uma questão que naturalmente emerge é se a indústria cinematográfica brasileira, que possui grande parte de sua produção concentrada na Metrópole do Rio de Janeiro, tem potencial para aumentar suas fatias de mercado no Brasil e no mundo, e se a referida metrópole se constitui, através de suas competências técnicas, sociais e institucionais, em fonte de recursos para o desenvolvimento dessa indústria. Em outras palavras, retornamos ao nosso principal objetivo, que é investigar a existência e o desenvolvimento de uma aglomeração produtiva da indústria cinematográfica no interior da Metrópole do Rio de Janeiro, cujas fontes de crescimento se encontram em um território produtivo da economia criativa enraizado nos limites metropolitanos. Ou seja, visamos, a partir desses dois questionamentos, a relacionar a

formalizadas aglomerações produtivas em pontos locais isolados espalhados por todo o globo não está perto de se realizar.

(...) a economia cultural moderna está evoluindo para um padrão locacional constituído de múltiplas aglomerações com diferentes tamanhos e força mercantil enraizada em um mosaico global de grandes regiões metropolitanas. Não importa quão limitada ou de longo alcance seja esta tendência, ela certamente implicará em algumas incursões na força de mercado de Hollywood e no crescimento de pelo menos um pequeno número de sítios alternativos de produção audiovisual com alcance global” (Tradução do autor).

indústria cinematográfica e a metrópole carioca pela perspectiva simbiótica, sublinhada anteriormente.

Uma vez demonstrada a tendência da indústria cinematográfica (da mesma forma que outras indústrias culturais) em se materializar na paisagem das grandes cidades na forma de aglomeração de firmas e mão-de-obra qualificada, procuraremos, no próximo capítulo, por evidências econômicas e históricas acerca da existência de uma aglomeração produtiva da indústria cinematográfica no interior da Metrópole do Rio de Janeiro e de sua contribuição para a economia metropolitana. Será com base nelas que discutiremos no terceiro capítulo o papel do território produtivo da economia criativa para a aglomeração da indústria cinematográfica no Rio de Janeiro.

Capítulo 2: Evidências econômicas da existência de uma aglomeração produtiva da indústria cinematográfica dentro da Metrópole do Rio de Janeiro e suas origens e desenvolvimento

No capítulo anterior, apresentou-se a emergência das disciplinas da economia da cultura e da geografia econômica das indústrias culturais, cujos trabalhos ganharam importância a partir do final do século passado, em decorrência do crescente peso das indústrias culturais na economia e da tendência verificada de elas se materializarem na paisagem das grandes cidades na forma de densas aglomerações de firmas e mão-de-obra qualificada. Além disso, seguindo a ideia de Scott (2005), segundo a qual está em curso no mundo a formação de uma paisagem audiovisual policêntrica, questionamos se a indústria cinematográfica brasileira, caracterizada pela concentração da sua produção na Metrópole do Rio de Janeiro, possui condições de aproveitar essa oportunidade e, assim, aumentar a sua intensidade de produção e conquistar maiores fatias de mercado no Brasil e no Mundo. Embora qualquer resposta dada conte com uma dose de imprecisão, podemos afirmar que o caminho para o fortalecimento da indústria cinematográfica encontra suas principais fontes de dinamismo no território onde a atividade se desenvolve.

Diante tudo isso, o principal objetivo desta tese é investigar a existência e o desenvolvimento de uma aglomeração produtiva da indústria cinematográfica no interior da Metrópole do Rio de Janeiro, cujas fontes de crescimento se encontram em um território produtivo da economia criativa enraizado nos limites metropolitanos. No entanto, quais são as evidências que possuímos nesse momento que nos sugerem a existência de uma aglomeração produtiva da indústria cinematográfica dentro da metrópole carioca? Mais do que isso, se reconhecemos que as aglomerações são construídas ao longo do tempo, como podemos investigar a evolução dessa aglomeração cinematográfica? Este capítulo pretende responder a essas questões.

Na primeira seção, levantaremos evidências econômicas atuais, enquanto na segunda apresentaremos as origens da indústria cinematográfica no Rio de Janeiro, através do referencial teórico sobre a trajetória evolutiva das aglomerações produtivas e da importância das instituições nesse percurso.

O leitor atento rapidamente perceberá uma inversão cronológica da redação, uma vez que só falaremos das origens das atividades cinematográficas no Rio de Janeiro após apresentarmos uma série de dados recentes sobre a produção de filmes na

metrópole. Nesse sentido, cabe esclarecer que o propósito para tal encadeamento argumentativo se baseia na certeza de que muitos desconhecem a primazia atual da indústria cinematográfica carioca e, dessa forma, acreditamos não haver sentido em se apresentar as origens de algo desconhecido.

2.1. Evidências econômicas da existência de uma aglomeração produtiva da indústria cinematográfica no interior da Metrópole do Rio de Janeiro

As aglomerações produtivas de qualquer atividade ganham concreta notoriedade econômica pelas suas capacidades de produção e de geração de emprego. De forma geral, nelas se produzem a maior parte da quantidade total produzida no país de um determinado bem, assim como, na escala local, ocupam um importante posto na economia através da geração de empregos, renda, impostos etc. Nesse sentido, as primeiras evidências a serem levantadas acerca da existência de uma aglomeração produtiva da indústria cinematográfica na Metrópole do Rio de Janeiro devem se relacionar à participação das produtoras cinematográficas cariocas no total de filmes produzidos no país e à capacidade dessa atividade produtiva em gerar emprego na metrópole.

Todos os dados sobre a produção cinematográfica foram adquiridos no site da Agência Nacional do Cinema (ANCINE)²¹ e consideram apenas filmes de longa metragem, seja de ficção ou documentário, que tenham sido exibidos em alguma sala de cinema. Além disso, estabeleceu-se a sede da produtora principal como critério para determinar a localidade da produção. As informações sobre as empresas e o emprego da indústria cinematográfica foram coletadas no site do IBGE, através da base SIDRA (Sistema IBGE de Recuperação Automática), e em trabalhos publicados por outros pesquisadores, que serão citados no decorrer do texto.

Sobre as informações adquiridas na base SIDRA, deve-se ressaltar dois pontos de extrema importância para a análise dos dados. Primeiramente, conforme nota escrita no capítulo anterior, os dados agregados, segundo a CNAE – 1.0, sob o título de atividades cinematográficas, são amplos e dificultam conclusões específicas, uma vez

²¹Os dados foram coletados no 1º semestre de 2008. Em 19 de dezembro de 2008, a ANCINE lançou em seu site o Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (O.C.A.), onde constam diversas informações sobre o mercado audiovisual brasileiro. Como algumas informações estão discrepantes das que foram coletadas anteriormente, optamos, em função de questões de padronização estatística, por desconsiderar os arquivos existentes no O.C.A.

que neles constam números sobre a produção, pós-produção, distribuição e projeção de filmes, incluindo filmes publicitários e institucionais e atividades de gravação em estúdios de som. Portanto, dado o tamanho do mercado publicitário paulista, bem como o seu parque exibidor, precisaremos relativizar as estatísticas encontradas. Em segundo lugar, os dados são referentes ao ano de 2006, sendo que, a partir de 2007, o IBGE adotou a CNAE – 2.0, cuja classificação separou as atividades cinematográficas e de vídeo das de gravação de som, porém, até o momento dessa redação, tais dados não foram disponibilizados.

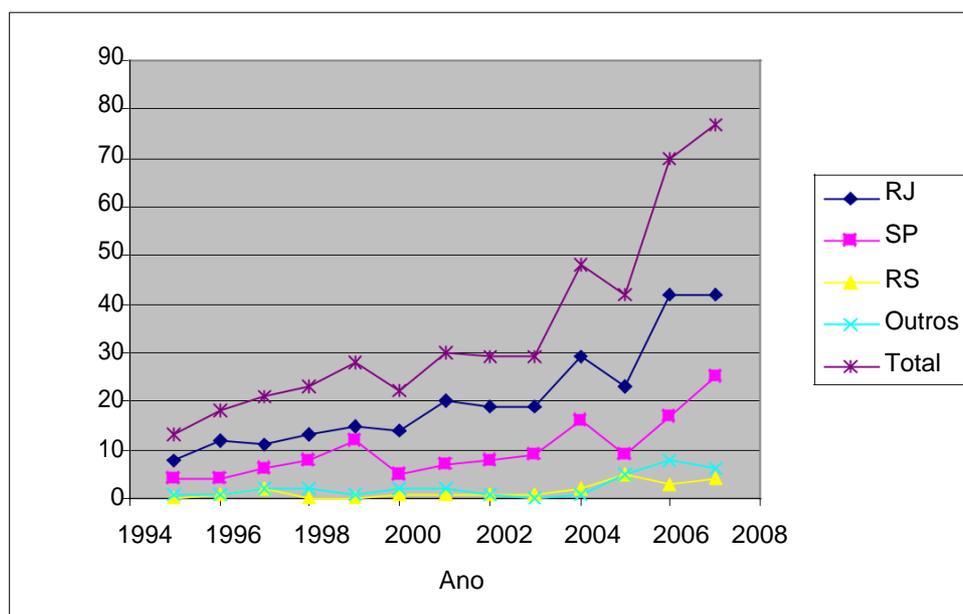
Diante disso, as informações apresentadas sobre a distribuição da produção cinematográfica pelas unidades da federação, através de informações coletadas no site da ANCINE, ganham maior relevância para os propósitos do capítulo, uma vez que neles constam apenas informações sobre a produção de filmes de longa metragem, desconsiderando-se os elementos acerca da pós-produção, distribuição, exibição, assim como qualquer dado referente aos filmes publicitários institucionais ou estúdios de gravação de som. Embora os dados da ANCINE estejam agrupados por Unidades Federativas, a quase totalidade das produtoras se localiza dentro das capitais de cada estado, não constituindo, portanto, um problema estatístico.

2.1.1. A importância das produtoras cariocas no conjunto da indústria cinematográfica brasileira e a força econômica dessa atividade na economia local

A produção cinematográfica brasileira iniciou em meados da década de 1990 uma fase conhecida por “Retomada”, que “designa o processo de recuperação da produção cinematográfica no Brasil depois de uma de suas mais graves crises, no começo dos anos 90” (Butcher, 2005, p. 14). Conforme podemos analisar no gráfico 2.1 abaixo, desde 1995 existe um aumento do número de filmes produzidos no país, com exceção aos anos de 2000 e 2005. Porém, o salto de 13 produções em 1995 para 77 em 2007 sugere o fortalecimento da indústria cinematográfica nacional²².

²² Naturalmente, a consolidação de uma indústria cinematográfica não deve ser analisada apenas pela quantidade de produções, mas também pela fatia de mercado obtida por elas. Essa discussão será realizada no último capítulo da tese, quando problematizaremos as perspectivas e os gargalos existentes para a indústria cinematográfica nacional, sobretudo para a sua consolidação no Rio de Janeiro.

Gráfico 2.1: Evolução absoluta da produção cinematográfica brasileira por sede da produtora entre os anos de 1995 e 2007.



Fonte: ANCINE, Filmes nacionais lançados entre 1994 e 2004, 2005, 2006 e 2007. Gráfico elaborado pelo autor.

No mesmo gráfico, evidencia-se a primazia do Rio de Janeiro no total de filmes produzidos no país, sendo que apenas nos anos de 2002 e 2005 houve queda na produção, no entanto no período completo o crescimento de 8 filmes, em 1995, para 42, em 2007, significam em termos relativos um aumento de 525% na produção cinematográfica carioca.

Vale destacar que apenas Rio de Janeiro e São Paulo possuem perenidade produtiva, e que, desde o ano 2000, o mesmo passa a valer para o Rio Grande do Sul, embora isso signifique a produção unitária de filmes em alguns anos para esta Unidade Federativa.

De 2005 a 2007, nota-se expressivo aumento da produção de filmes em São Paulo, crescendo de 9 para 25 em termos absolutos, ou 277% em termos relativos. Nesse mesmo período, o Rio de Janeiro não obteve o mesmo desempenho e o número de filmes produzidos se manteve constante de 2006 para 2007. O crescimento da produção cinematográfica em São Paulo não deve ser compreendido apenas pela existência de um conjunto de políticas de apoio ao setor muito mais abrangente das que são promovidas pelos outros governos estaduais e municipais do país, mas também pela existência da mais importante aglomeração produtiva da indústria publicitária brasileira, a qual gera importantes economias de aglomeração para as firmas e trabalhadores que se envolvem em projetos cinematográficos. Vale dizer que boa parte da produção

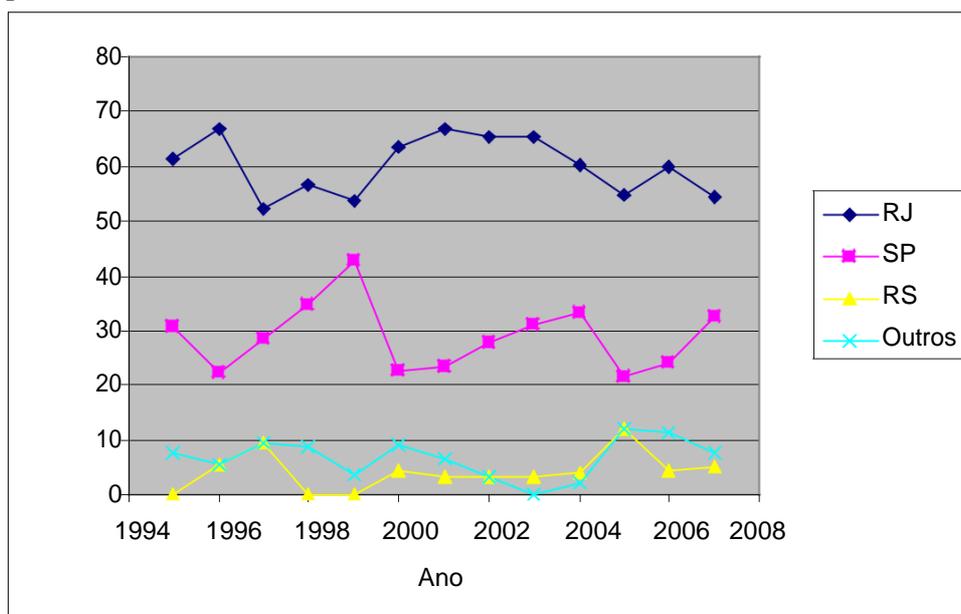
cinematográfica paulista é realizada por produtoras já consolidadas no mercado publicitário nacional.

Pelo comportamento das curvas, pode-se perceber que, excetuando-se os anos de 1997, 1999 e 2007, a variação do total de filmes produzidos no Brasil é fortemente influenciada pela variação de filmes produzidos no Rio de Janeiro.

No gráfico 2.2 abaixo, relativizam-se os dados, de modo a demonstrar que em todos os anos o Rio de Janeiro foi responsável por mais da metade das produções cinematográficas brasileiras, obtendo taxas próximas de 70% em alguns anos.

No período completo, percebem-se três momentos de crescimento da produção cinematográfica paulista (1996-1999, 2001-2004 e 2005-2007), ao passo que se verifica, desde 2004, uma dificuldade do Rio de Janeiro em permanecer acima da linha dos 60%.

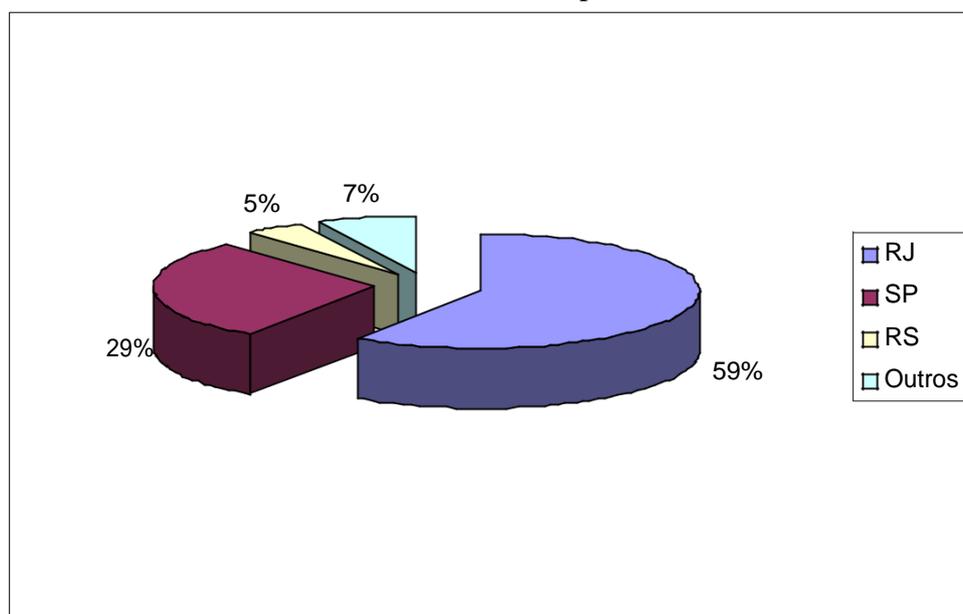
Gráfico 2.2: Evolução em termos relativos da produção cinematográfica nacional por sede da produtora entre os anos de 1995 e 2007.



Fonte: ANCINE, Filmes nacionais lançados entre 1994 e 2004, 2005, 2006 e 2007. Gráfico elaborado pelo autor.

No gráfico 2.3, ratifica-se a primazia das produtoras cinematográficas cariocas no total de filmes produzidos no Brasil entre os anos de 1995 e 2007, sendo que, das 450 produções, 267 foram realizadas no Rio de Janeiro, 130 em São Paulo, 21 no Rio Grande do Sul e 32 em outros estados.

Gráfico 2.3: Participação das unidades da federação no total de filmes produzidos no Brasil entre 1995 e 2007, de acordo com a sede da produtora.

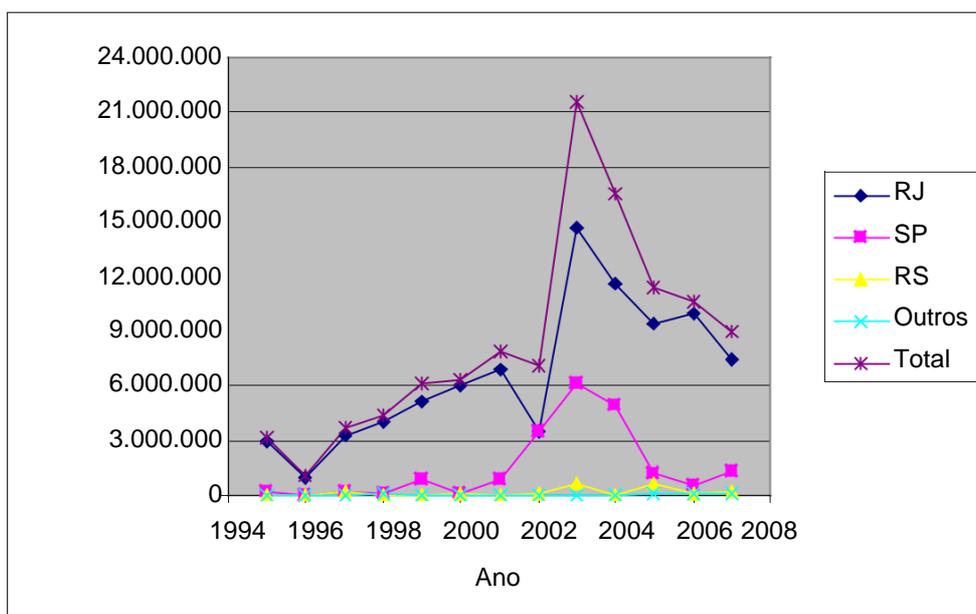


Fonte: ANCINE, Filmes nacionais lançados entre 1994 e 2004, 2005, 2006 e 2007. Gráfico elaborado pelo autor.

Se, por um lado, os três gráficos acima ratificam a primazia das produtoras cariocas no total de filmes produzido entre os anos de 1995 e 2007, por outro, sugerem o fortalecimento das produtoras paulistas e a estabilidade da produção gaúcha. No entanto, além do volume de produção, necessitamos de informações sobre o sucesso dessas produções, uma vez que, para a consolidação de uma indústria cinematográfica, níveis mínimos de público e renda são indispensáveis.

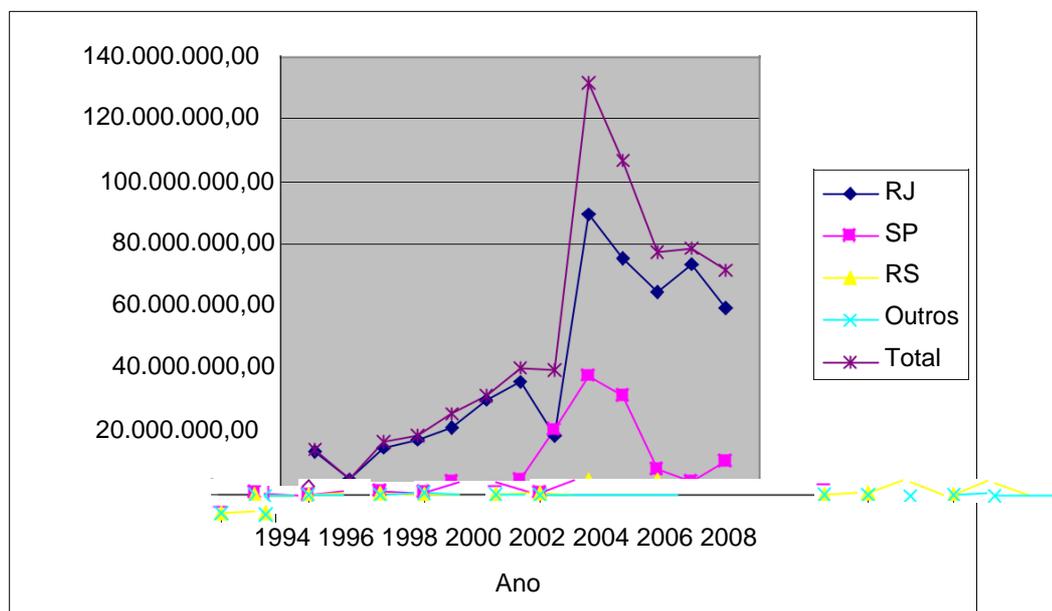
Nos gráficos 2.4 e 2.5, confirma-se a importância dos filmes produzidos pelas produtoras cariocas no total de público e renda obtidos pela cinematografia nacional. Exceção feita ao ano de 2002, os filmes do Rio de Janeiro sempre se posicionaram como o maior gerador de público e renda, sendo que o grande sucesso paulista do referido ano foi o filme Cidade de Deus, rodado no Rio de Janeiro, com temática carioca e co-produzido pela Globo Filmes, sediada no Rio de Janeiro.

Gráfico 2.4: Evolução absoluta do público da cinematografia brasileira por sede da produtora entre os anos de 1995 e 2007.



Fonte: ANCINE, Filmes nacionais lançados entre 1994 e 2004, 2005, 2006 e 2007. Gráfico elaborado pelo autor.

Gráfico 2.5: Evolução absoluta da renda da cinematografia brasileira por sede da produtora entre os anos de 1995 e 2007.



Fonte: ANCINE, Filmes nacionais lançados entre 1994 e 2004, 2005, 2006 e 2007. Gráfico elaborado pelo autor.

O comportamento das curvas nos dois gráficos expõe a relevância dos filmes cariocas para a consolidação da indústria cinematográfica nacional, na medida em que se verifica que a variação das curvas totais se manifesta de modo correlato com a variação das curvas das produtoras sediadas no Rio de Janeiro. Ou seja, a consolidação

da indústria cinematográfica nacional depende, em grande parte, do sucesso ou do fracasso dos filmes produzidos no Rio de Janeiro.

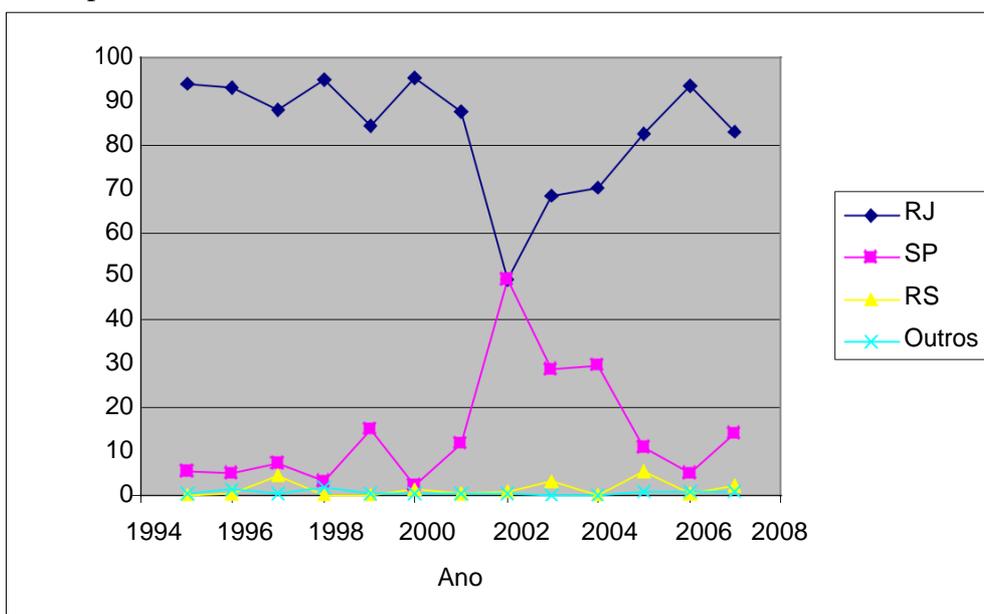
Vale dizer que, desde 2003, ano em que o público do cinema nacional superou a linha das 21 milhões de pessoas, verifica-se uma tendência de queda do público e da renda dos filmes nacionais. Somente os filmes cariocas perderam 50% do público, variando de, aproximadamente, 15 milhões de pessoas para 7,5 milhões, enquanto os filmes de São Paulo variaram de, aproximadamente, 6,2 milhões de pessoas para 1,2 milhão, realizando uma perda próxima de 80%.

Pelo gráfico 2.5, percebe-se que dificilmente a renda do cinema nacional consegue superar a linha dos R\$ 100 milhões, mantendo-se usualmente abaixo dos R\$ 80 milhões, sendo esse fato um limitador ao financiamento de novas produções e de filmes mais sofisticados, conforme debateremos no último capítulo.

Nos gráficos 2.6 e 2.7, relativizam-se os dados, de modo a demonstrar que em muitos anos a produção cinematográfica do Rio de Janeiro foi responsável por mais de 80% do público e da renda do cinema nacional, obtendo taxas acima de 90% em 1995, 1996, 1998, 2000 e 2006.

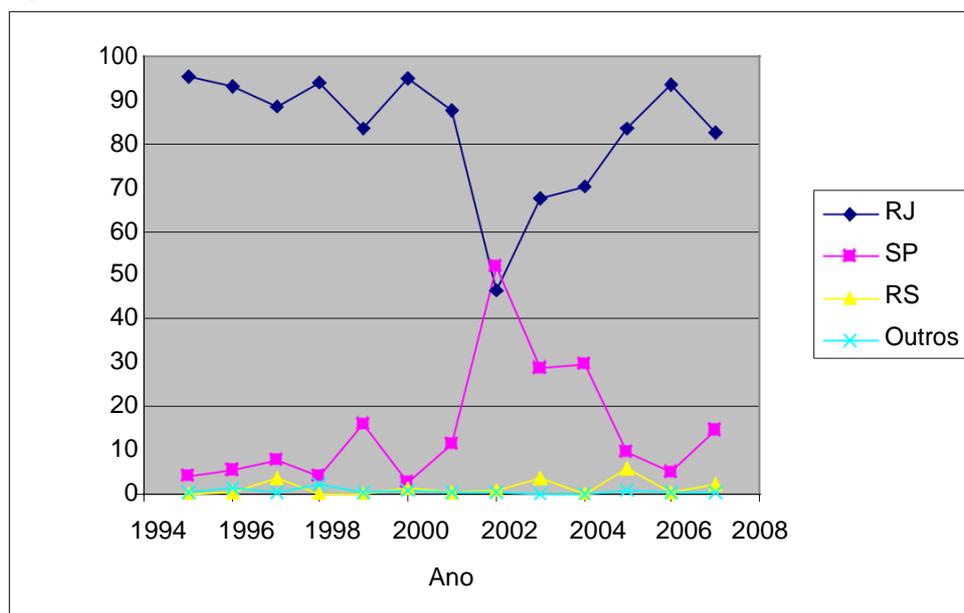
No período completo, visualizam-se dois momentos de crescimento de público e renda para as produtoras paulistas, o ano de 2002, quando se conquistou mais de 50% do público e da renda do cinema nacional, e 2007, quando se atingiu, aproximadamente 14% do público e da renda total.

Gráfico 2.6: Evolução da fatia de mercado do cinema brasileiro em termos de público, por sede da produtora entre os anos de 1995 e 2007.



Fonte: ANCINE, Filmes nacionais lançados entre 1994 e 2004, 2005, 2006 e 2007. Gráfico elaborado pelo autor.

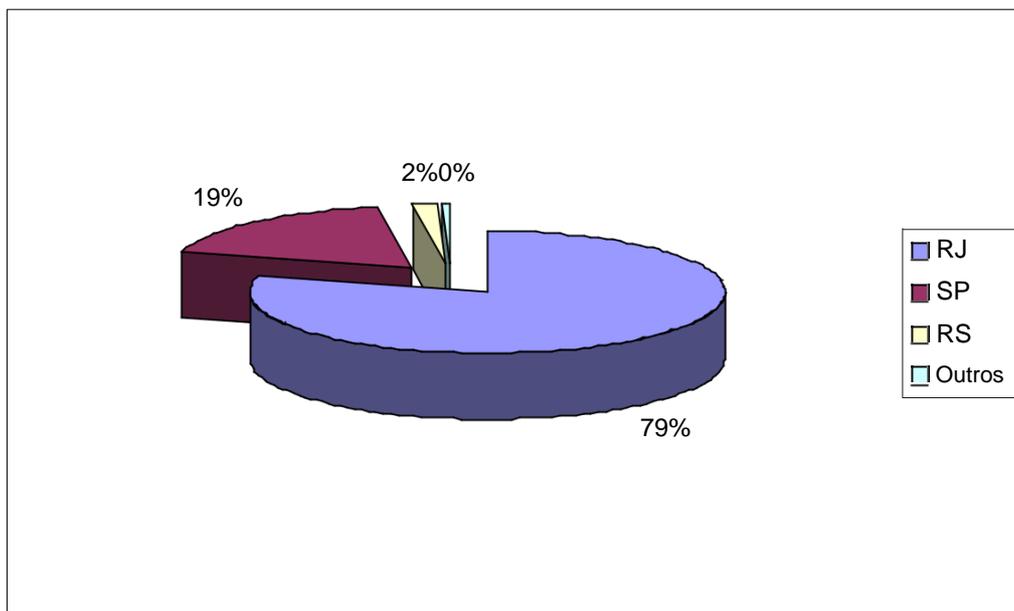
Gráfico 2.7: Evolução da fatia de mercado do cinema brasileiro em termos de renda, por sede da produtora entre os anos de 1995 e 2007.



Fonte: ANCINE, Filmes nacionais lançados entre 1994 e 2004, 2005, 2006 e 2007. Gráfico elaborado pelo autor.

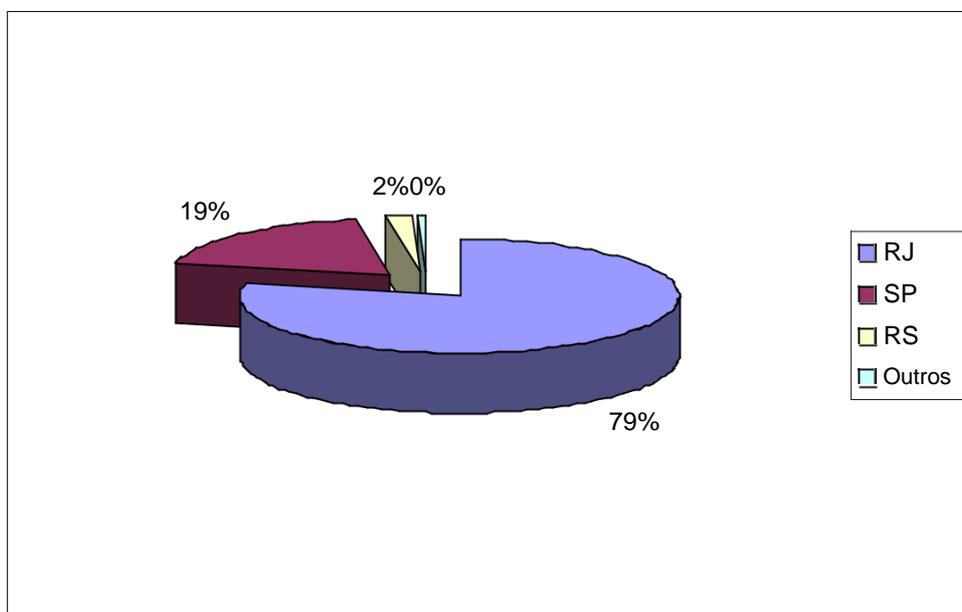
Nos gráficos 2.8 e 2.9, ratifica-se a primazia das produtoras cinematográficas cariocas no total conquistado de público e renda do cinema nacional, que obtiveram a expressiva fatia de 79%.

Gráfico 2.8: Fatia de mercado do cinema brasileiro em termos de público, por sede da produtora entre os anos de 1995 e 2007.



Fonte: ANCINE, Filmes nacionais lançados entre 1994 e 2004, 2005, 2006 e 2007. Gráfico elaborado pelo autor.

Gráfico 2.9: Fatia de mercado do cinema brasileiro em termos de renda, por sede da produtora entre os anos de 1995 e 2007.



Fonte: ANCINE, Filmes nacionais lançados entre 1994 e 2004, 2005, 2006 e 2007. Gráfico elaborado pelo autor.

Diante de todas as informações expostas até aqui, não há dúvidas acerca da importância das produtoras cinematográficas cariocas dentro da indústria cinematográfica nacional. No entanto, a primazia da Metrópole do Rio de Janeiro é ainda mais evidente se considerarmos o papel hegemônico ocupado pela Globo Filmes,

a qual foi criada como departamento da TV Globo em 1997, mas que somente a partir de 2000 teria uma atuação intensa no mercado cinematográfico brasileiro.

Butcher (2006), ao descrever a trajetória da empresa, revela que inicialmente se pensou em atuar na distribuição de filmes, mas que somente em 1999 a Globo Filmes definiu seu papel e a forma como iria atuar, optando pela co-produção de longas-metragens, que poderiam ter origem em programas de sua grade televisiva, mas que seriam produzidos fora da empresa, sob sua supervisão.

“Entre dezembro de 1998 e dezembro de 2005 (sete anos de atuação, portanto), a Globo Filmes participou de 36 longas-metragens nacionais, sendo que em apenas quatro sua marca figura como produtora exclusiva nos créditos de apresentação. (...) Todos os outros, mesmo os que contavam com estrelas contratadas como Xuxa, Renato Aragão, a dupla de cantores Sandy & Júnior, o grupo humorístico Casseta & Planeta, foram realizados por produtores de fora.” (Butcher, 2006, p. 75).

O próprio autor descreve como se manifesta a associação da Globo Filmes às diversas produtoras, sublinhando que a principal meta não é o financiamento da produção, mas o oferecimento de espaço para divulgação do filme em mídia. Ou seja, a Globo Filmes não se envolve diretamente com a produção, mas desempenha papel central no marketing do filme, ao oferecer uma estrutura nacional de divulgação na televisão.

“O capital oferecido, portanto, não é dinheiro, mas um ‘capital virtual’ que só se concretiza no momento da distribuição. Na verdade, esse espaço em mídia não sai completamente sem custos para o produtor, mas é bastante reduzido por meio de descontos. Dependendo da percentagem da participação da Globo Filmes no contrato – e também das intenções do distribuidor, que investirá em número de cópias e terá outras despesas de lançamento – o espaço em mídia pode ser mais ou menos amplo. O importante é a certeza de que o filme contará com a estrutura nacional da emissora para sua promoção tanto nos formatos tradicionais (anúncios e spots de TV) como na chamada cross media (citação e promoção nos programas). Este segundo item (...) é ainda mais decisivo por permitir que, segundo a orientação da emissora, os filmes sejam citados em novelas e em programas de variedades (Domingão do Faustão, Videoshow), ou mesmo se tornem pauta de reportagens e entrevistas em programas jornalísticos” (Butcher, 2006, p. 75-76).

O diretor da Globo Filmes, Carlos Eduardo Rodrigues, por sua vez, aponta nos dois trechos de entrevistas que se seguem, que a atuação da empresa extrapola a simples concessão de espaço na mídia:

“A Globo Filmes ainda não é bem compreendida no mercado. Apesar desses dez anos de atividade, muita gente ainda se pergunta se é uma distribuidora, uma co-distribuidora ou uma agência de divulgação. Pouca gente entende que a nossa proposta é ser um co-produtor com atuação no desenvolvimento do filme. Queremos ser parceiros nos ativos importantes de um projeto: um bom planejamento, um bom roteiro, uma boa escolha de elenco, uma qualidade de

produção e filmagem diferenciada, uma montagem cuidadosa, e uma estratégia de lançamento pensada com antecedência, usando todas as ferramentas de divulgação que a gente tem. É uma proposta ambiciosa, não estamos só trocando mídia por participação no filme” (Rodrigues, 2008, p. 8).

O resultado dessa estratégia da empresa é, além da alavancagem do cinema nacional e da instituição de um padrão cinematográfico, uma impressionante concentração de mercado em torno dos filmes em que ela participa. A sua força pode ser evidenciada pelo ranking dos filmes brasileiros mais vistos na última década, sendo que dos 10 primeiros colocados, 9 trazem o selo da Globo Filmes (Butcher, Zacharias, Gomes e Adams, 2008). O quadro 2.1 abaixo reforça a percepção de sua condição hegemônica. A redução da fatia de mercado em 2007 deriva do ótimo desempenho nas salas de exibição do filme “Tropa de Elite”, que não contou com participação da Globo Filmes.

Quadro 2.1: Fatia de mercado da Globo Filmes em relação à produção nacional entre os anos de 1995 e 2007.

Ano	Público total de filmes brasileiros (em milhões)	Público total de filmes sem a participação da Globo Filmes (em milhões)	Público total de filmes com a participação da Globo Filmes (em milhões)	Fatia de mercado da Globo Filmes em relação à produção nacional (%)
1995	2,9	2,9	0	0
1996	1,2	1,2	0	0
1997	2,4	2,4	0	0
1998	3,6	3,6	0	0
1999	5,7	2,1	3,6	63%
2000	7,2	2,0	5,2	72%
2001	6,9	3,0	3,9	56%
2002	7,8	2,4	5,4	69%
2003	21,4	2,6	18,8	88%
2004	16,4	2,5	13,9	85%
2005	10,7	1,6	9,1	87%
2006*	10,7	1,5	9,2	87%
2007*	9,0	4,1	4,9	54%

Fonte: Butcher (2006) e ANCINE, Filmes nacionais lançados em 2006 e 2007.

*Dados calculados pelo autor a partir de informações disponíveis no site da ANCINE.

No próximo capítulo, quando analisarmos a importância do território produtivo da economia criativa para a aglomeração da indústria do cinema no Rio de Janeiro, voltaremos a discutir a importância da Globo Filmes, contudo, a constatação de sua hegemonia associada aos gráficos acima são suficientes para evidenciar a importância das produtoras cariocas na cinematografia nacional.

Conforme escrito nas primeiras páginas deste capítulo, as aglomerações também são percebidas em sua concretude através do número de empregos que geram e do peso que estes possuem no conjunto da economia, e mesmo que os dados do IBGE não sejam tão esclarecedores, lançam uma luz sobre o tema. O quadro 2.2 abaixo sintetiza algumas informações encontradas na tabela 2869 da base SIDRA.

Quadro 2.2: Empresas e pessoal ocupado das atividades cinematográficas e de vídeo, por Unidade Federativa da sede da empresa, no período 2004-2006, em números absolutos e participação relativa no total da Unidade Federativa.

		2004	2005	2006
Brasil	Número de empresas	9.465	9.730	11.801
	Participação sobre o total de empresas (%)	0,18	0,17	0,21
	Número de pessoas ocupadas	30.726	30.791	34.602
	Participação sobre o total de pessoas ocupadas (%)	0,08	0,08	0,08
Rio de Janeiro	Número de empresas	1.180	1.223	1.732
	Participação sobre o total de empresas (%)	0,31	0,30	0,43
	Número de pessoas ocupadas	4.314	4.504	6.942
	Participação sobre o total de pessoas ocupadas (%)	0,12	0,12	0,18
São Paulo	Número de empresas	4.467	4.717	5.345
	Participação sobre o total de empresas (%)	0,28	0,28	0,31
	Número de pessoas ocupadas	12.187	12.365	15.887
	Participação sobre o total de pessoas ocupadas (%)	0,12	0,12	0,12

Fonte: IBGE, base SIDRA, tabela 2869.

São Paulo se apresenta como a Unidade Federativa com o maior número de empresas e pessoas ocupadas em atividades cinematográficas distribuídas por produção, pós-produção, distribuição e projeção, porém, de acordo com ressalva anterior, esse número está distorcido pela incorporação da produção de filmes publicitários institucionais e atividades de gravação em estúdios de som, além de pressionado pelo parque exibidor paulista.

Uma observação interessante a se fazer constata que o Rio de Janeiro é o Estado em que as atividades cinematográficas possuem o maior peso relativo no conjunto da economia estadual, tanto pelo no número de empresas, quanto pelo de pessoas ocupadas. Verifica-se, também, que foi onde houve o maior crescimento do número absoluto de empresas e de empregos para o período, 47% e 61%, respectivamente; em termos relativos o crescimento da importância dessas atividades no conjunto da economia foi de 39% para o número de empresas e 50% para as pessoas ocupadas. Tanto para o Brasil, quanto para São Paulo, as atividades cinematográficas não aumentaram suas fatias de importância na geração de emprego e variaram muito pouco para o número de empresas.

Embora seja possível argumentar que o aumento da importância relativa das atividades cinematográficas no Rio de Janeiro esteja distorcido por possíveis perdas em outros setores produtivos, a variação absoluta ratifica o dinamismo da atividade, a qual de todo modo se apresenta como um importante componente da economia fluminense. Além disso, deve-se ponderar que, pelo fato do IBGE apresentar as estatísticas por estado, e pelo conhecimento de que praticamente a totalidade da indústria cinematográfica se concentra nas capitais, podemos estimar que, se desagregássemos os dados para a metrópole carioca, os números absolutos não variariam muito, ao passo que, em termos relativos, as atividades cinematográficas se mostrariam ainda mais relevantes para a economia carioca. Sublinha-se também que, em função do esvaziamento do mercado publicitário carioca, a produção de filmes para o cinema, provavelmente, ocupa a centralidade dentro desse amplo grupo proposto pelo IBGE.

Para encerrar a discussão acerca da contribuição do emprego cinematográfico na economia, reconhecemos que os dados apresentados estão subestimados, pois as estatísticas não são capazes de captar as redes de empresas e pessoas que se relacionam para a produção de um filme. Conforme discutimos no capítulo anterior, a desverticalização produtiva da indústria cinematográfica reduziu o tamanho das produtoras cinematográficas que, para produzirem, integram-se a diversas firmas e trabalhadores autônomos, os quais, por sua vez, podem estar conectados a outras redes. Assim, os designers que se envolveram com a produção de cartazes e filipetas; os motoristas que se encarregaram de atender as demandas por itinerários pouco usuais; os eletricitas; iluminadores; maquiadores; marceneiros e muitos outros profissionais não foram contabilizados, pelo fato de não possuírem vínculo empregatício com as produtoras cinematográficas.

Ampliando da atividade cinematográfica para a economia da cultura, tomada em seu conjunto, podemos nos apoiar na investigação de Prestes Filho (2002) acerca da contribuição dessas atividades para a economia do Estado do Rio de Janeiro, segundo a qual a economia da cultura foi responsável em 1999 por 3,8% do PIB do estado, ao passo que, no Brasil, a relação é de 1% apenas, sendo que em impostos pagou tanto quanto a indústria de bebidas e mais do que setores tradicionais, como química, metalurgia e alimentos.

Se, por um lado, todas as informações nos direcionam para o reconhecimento da força da indústria cinematográfica carioca no cenário nacional e de sua importância na economia local, por outro lado, são pouco elucidativas quanto a existência de uma aglomeração produtiva da indústria cinematográfica no Rio Janeiro. No entanto, a primazia cinematográfica carioca nos leva a questionar as suas razões e, assim, induz-nos a plantar a hipótese da existência da referida aglomeração, que se beneficia de vantagens territorialmente construídas, decorrentes das economias de aglomeração e de uma retro-alimentação positiva do sistema produtivo localizado no interior de um território produtivo da economia criativa.

2.2. As origens e o desenvolvimento da indústria cinematográfica no Rio de Janeiro

Obviamente, seria muita ingenuidade acreditar na possibilidade de se comprovar a existência de uma aglomeração produtiva a partir da simples descrição de dados ao longo do tempo e do espaço. Da mesma forma, não será a simples construção de um mapa com a localização das produtoras que resolverá o nosso problema, embora ele se faça necessário e presente no próximo capítulo. Nesse sentido, nesta seção do texto mostraremos a trajetória da indústria cinematográfica brasileira e sua relação com a Metrópole do Rio de Janeiro, discutindo se, ao longo desse processo, houve a territorialização de um sistema produtivo. Em outras palavras, problematizaremos a gênese e desenvolvimento de uma aglomeração produtiva da indústria cinematográfica no Rio de Janeiro.

Perceberemos, assim, que a metrópole sempre desempenhou papel de relevo na produção cinematográfica nacional, tanto pelo aspecto quantitativo, como qualitativo, sendo o berço de importantes movimentos cinematográficos, com distintas organizações produtivas. Nessa reconstrução, perceberemos os percalços estruturais enfrentados pelo cinema brasileiro na sua luta para se constituir em uma atividade industrial perene,

assim como demonstraremos a existência de movimentos cinematográficos em São Paulo.

Entretanto, para evitar que a recuperação da história consista em um simples levantamento de fatos no tempo ou encadeamento de eventos, faz-se necessário que apresentemos primeiramente a discussão sobre a origem e desenvolvimento de uma aglomeração e a relevância que a sua estrutura institucional desempenha para a sua performance econômica. Desse modo, poderemos identificar com mais clareza se a trajetória da indústria cinematográfica na MetrÓpole do Rio de Janeiro logrou a territorialização de um sistema produtivo ou não, assim como estaremos em condições de identificar os determinantes dessa trajetória.

2.2.1. Nascimento e desenvolvimento de uma aglomeração produtiva e a relevância institucional

As características essenciais de qualquer aglomeração industrial são traduzidas, primeiramente, por uma densa concentração de unidades produtivas em um local, e, em seguida, pela existência de forte interdependência funcional e externalidades que ligam essas unidades em um conjunto (Scott, 2005). A origem das externalidades reside na rede interfirmas, no mercado local de trabalho e nos efeitos de aprendizado que são comumente encontrados nas aglomerações, sendo potencializadas pela infra-estrutura física e institucional existente. Dessa forma, a aglomeração tende a gerar fontes de benefícios na forma de efeitos de retorno positivo que suportam as vantagens competitivas de cada unidade produtiva, as quais podem ser compreendidas na perspectiva territorial, ou seja, vantagens territorialmente construídas.

Nesse âmbito, segundo Scott (2005), emergem duas questões: a primeira seria quando e como uma simples aglomeração de unidades produtivas em algum lugar começa a manifestar sinais de uma dinâmica de desenvolvimento endógeno? E a segunda, como esse local assume a hegemonia produtiva, às vezes por longo período de tempo? As respostas às questões podem ser expressas através de um sistema de causalidade, segundo o qual se estabelece uma sequência de eventos capazes de explicar a aglomeração, assim como por uma análise de fatores locais, cuja ênfase é posta sobre os atributos físicos e recursos humanos e naturais de uma localidade que permitam compreender o enraizamento da aglomeração.

Embora essas perspectivas sejam importantes e funcionais, a análise sistêmica proposta por Arthur (1990) é interessante, apesar de inquietante. A inquietação desta

perspectiva origina-se na nossa dificuldade em rompermos com a estrutura de pensamento positivista, segundo a qual as relações mecanicistas de causalidade são capazes de tudo explicar e, até mesmo, prever. Segundo o autor, muitas trajetórias de hegemonia produtiva, tanto para a empresa, como para um território, podem ter sido iniciadas pelo acaso, e no entanto, ao se prenderem a resultados estruturados sistematicamente e interdependentes, reduzem o caráter randômico e passam a se retro-alimentar positivamente. Essa perspectiva caminha na direção contrária da tradição teórica dos retornos decrescentes na economia e tem duas importantes consequências, sendo a possibilidade de múltiplos pontos de equilíbrio a primeira delas, e a não-linearidade do processo, a segunda. Em suma, não há garantias de que a situação do sistema seja a melhor possível (em termos de eficiência), bem como, se o sistema fosse repetido inúmeras vezes, poder-se-iam obter inúmeros resultados.

Logo, o importante não é o início da aglomeração ou forma como se originou, mas o processo pelo qual o sistema produtivo passa a se retro-alimentar positivamente, determinando, assim, um padrão de concentração espacial de uma dada atividade produtiva, conforme nos explica Arthur (1990):

“Suppose that firms enter an industry one by one and choose their locations so as to maximize profit. The geographic preference of each firm (the intrinsic benefits it gains from being in a particular region) varies; chance determines the preference of the next firm to enter the industry. Also suppose, however, that firms’ profits increase if they are near other firms (their suppliers or costumers). The first firm to enter the industry picks a location based purely on geographic preference. The second firm decides based on preference modified by the benefits gained by locating near the first firm. The third firm is influenced by the positions of the first two firms, and so on. If some location by good fortune attracts more firms than others in the early stages of this evolution, the probability that it will attract more firms increases. Industrial concentration becomes self-reinforcing” (Arthur, 1990, p. 95)²³.

Não importa se as primeiras decisões locais tomadas foram acertadas em termos de fatores existentes ou se foram eventos randômicos. O fato é que, a cada nova unidade no sistema, a escolha fica progressivamente menos randômica e a probabilidade de que a nova unidade escolha uma localidade já escolhida é função das economias de

²³“Suponha que as firmas entrem em uma indústria uma de cada vez e escolham suas localizações de modo a maximizar o lucro. A preferência geográfica de cada firma (os benefícios intrínsecos que ela ganha por estar em uma determinada região) varia; a oportunidade determina a preferência da próxima firma a entrar na indústria. Também suponha, no entanto, que os lucros das firmas aumentam no caso delas estarem próximas das outras (seus fornecedores ou clientes). A primeira firma a entrar na indústria escolhe uma localização baseada apenas na preferência geográfica. A segunda firma decide baseada em uma preferência modificada pelos benefícios ganhos por se localizar perto da primeira. A terceira firma é influenciada pelas posições das duas primeiras, e assim por diante. Se uma localização atrai pela sorte mais firmas do que outras localizações nas fases iniciais dessa evolução, a probabilidade de que ela atrairá mais firmas aumenta. A concentração industrial torna-se auto-reforçável” (Tradução do autor).

aglomeração existentes em tal localidade. Por sua vez, essas economias de aglomeração se relacionam ao número de unidades já existentes e das interações entre elas. Além disso, na medida em que a aglomeração se desenvolve e o saber-fazer se dissemina entre os habitantes locais, aumentam-se as chances de que queiram desempenhar atividades ligadas ao sistema produtivo territorializado, ampliando ainda mais o número de unidades produtivas.

Resumidamente, há uma tendência de que, no longo prazo, o padrão locacional se prenda a uma estrutura dominada por uma aglomeração em função da sua retroalimentação, porém, no início, todas as localidades têm a mesma chance de vir a ser a aglomeração dominante (Scott, 2005).

Pode-se por essa perspectiva estabelecer uma lógica temporal e espacial das aglomerações.

“Even if this account reduces the concrete processes of agglomeration to a probabilistic black box, it has the merit of providing a sense of an evolutionary logic in time and space. On this basis, moreover, it is possible in theory to identify three major phases in the development of any industrial agglomeration. The first phase involves an initial geographical distribution of production units over the landscape, possibly at random, possibly as result of some preexisting geographic condition. The second and more important phase begins when one particular location starts to pull ahead of the others and to form a nascent agglomeration. This turn of events again can be result of purely random process, or may stem from some peculiar conjuncture in the agglomeration’s development logic (...) A third phase can be identified (...) in which the agglomeration, building on its intensifying competitive advantages, extends and consolidates its market reach, while other locations enter a period of comparative stagnation or decay” (Scott, 2005, p. 16)²⁴.

Segundo essa perspectiva evolutiva das aglomerações, a segunda fase se constitui na mais importante por ser o período quando ocorre uma ruptura ou uma bifurcação na trajetória da indústria, que a partir daí passa a se aglomerar em uma dada localidade. As fases não possuem duração pré-determinada e seus resultados não são estáticos, podendo ocorrer novas rupturas ou bifurcações.

²⁴ “Mesmo que essa abordagem reduza o processo concreto da aglomeração a uma caixa preta probabilística, ela tem o mérito de proporcionar uma noção de uma lógica evolutiva no tempo e no espaço. Nesta base, aliás, é possível teoricamente identificar três grandes fases no desenvolvimento de qualquer aglomeração industrial. A primeira fase consiste em uma primeira distribuição geográfica das unidades de produção ao longo da paisagem, possivelmente de forma aleatória, possivelmente como resultado de condições geográficas pré-existentes. A segunda e mais importante fase se inicia quando uma localização em particular começa a tomar a frente das outras e a formar a incipiente aglomeração. Estes eventos podem mais uma vez ser resultados de processos puramente aleatórios, ou podem resultar de alguma conjuntura peculiar na lógica de desenvolvimento da aglomeração (...) A terceira fase pode ser identificada (...) como a que a aglomeração, construída sobre suas vantagens competitivas, amplia e consolida seu alcance no mercado, enquanto as outras localizações entram em um período de estagnação ou decadência comparativamente” (Tradução do autor).

Indubitavelmente, essa abordagem evolucionista satisfaz na compreensão de que os retornos crescentes são determinantes para a consolidação hegemônica de uma aglomeração sobre as outras, no entanto podemos avançar um pouco mais na busca pelos mecanismos que determinam a evolução da aglomeração. Ou seja, depois de sua origem, seja pelo motivo que tiver sido, como podemos compreender a sua trajetória evolutiva? Se os retornos crescentes são os determinantes para a trajetória da aglomeração, quais fatores determinam existência de diferentes taxas de retornos crescentes entre as aglomerações? Por que uma aglomeração obtém taxa de retornos crescentes superior às demais? Acreditamos que a Escola Institucionalista, cujo precursor foi Thorstein Veblen (1983 [1899]), será capaz de iluminar as questões acima.

No início desta seção, apontamos que as características essenciais de qualquer aglomeração industrial é a existência de uma densa concentração de unidades produtivas em um local, as quais possuem forte interdependência funcional e externalidades ligando-as em um conjunto. Tanto a interdependência funcional quanto as externalidades se originam da interação entre as firmas e os trabalhadores, sendo potencializadas pela infra-estrutura física e institucional existente. Embora a infra-estrutura física desempenhe papel importante, pretendemos demonstrar que a estrutura institucional de uma aglomeração é elemento crucial na sua evolução e consequente desempenho econômico. Afinal, se o elemento crucial fosse a infra-estrutura física, bastaria que instalássemos estúdios dotados de tecnologia de ponta para que os filmes brasileiros aumentassem suas fatias no mercado nacional. Casos como a vida curta da Companhia Cinematográfica Vera Cruz (1949-1954), em São Bernardo do Campo, comprovam que a tecnologia não é por si só capaz de garantir alta performance econômica.

North (1990) inicia seu livro definindo as instituições como as regras do jogo na sociedade, ou, mais formalmente, as coerções concebidas pelos homens para determinar a interação social, política ou econômica. As instituições não são fixas, evoluem ao longo do tempo e do espaço, e o estudo da mudança institucional, isto é, a forma como as instituições evoluem, constitui-se em uma boa ferramenta para compreensão da história. Além disso, as instituições são, para o autor, o elemento crucial para a compreensão da performance econômica dos países, estados ou cidades. Mais do que isso, segundo Veblen (1983 [1899]), o desenvolvimento das instituições é o próprio desenvolvimento da sociedade.

Uma vez que as aglomerações são caracterizadas por uma densa interação entre os seus atores e que as instituições determinam a forma como os homens interagem entre si, podemos estabelecer que as instituições desempenham papel crucial na evolução das aglomerações, incentivando-nos a aprofundar um pouco mais o estudo sobre suas características e consequências. Afinal, a interação ou cooperação entre os homens é um ato muito mais complicado do que parece. De fato, ninguém possui a totalidade das informações acerca do comportamento e das intenções das outras partes envolvidas na interação, conforme se percebe nas palavras de Storper (1997):

“Institutions have a strong effect, by generating regularity and precedent, in the formation of conventions that people employ to cope with the persistent and pervasive uncertainty of their interactions with other people in the economy” (Storper, 1997, p. 269)²⁵.

North (1990) aponta que as instituições podem ser formais ou informais, regras arquetizadas ou convenções e códigos de comportamento. Elas, em conjunto com a forma de aplicação, constituem a estrutura institucional.

As instituições formais são as leis políticas e econômicas e os contratos. São regras formais para a interação humana. Elas são hierarquizadas e, quanto maior o nível, maior será a dificuldade para modificá-la.

As instituições informais, por sua vez, são coerções construídas e impostas pela própria sociedade de modo a estruturar a relação entre os indivíduos. Elas são transmitidas socialmente e se constituem em parte de uma herança cultural (utilizamos aqui a primeira definição da palavra cultura que apresentamos no primeiro capítulo). As instituições informais, por estarem enraizadas na sociedade, delimitam o sucesso das regras formais. Tratam-se de convenções, regras que ainda não foram formalizadas, mas que interessa aos indivíduos. De modo geral, são extensões, elaborações e modificações das regras formais; normas de comportamento sancionadas pela sociedade; e padrões de conduta aplicados internamente.

Finalmente, a terceira parte da estrutura institucional é a forma como as coerções formais e informais são aplicadas. Consiste na fiscalização das regras, acordos e contratos, assim como na definição e aplicação de punições aos que descumprirem ou burlarem.

²⁵“Instituições possuem um forte efeito, através da geração de regularidade e precedente, na formação de convenções que as pessoas empregam para lidar com a persistente incerteza das suas interações com as outras pessoas na economia” (Tradução do autor).

Uma boa forma de se compreender o funcionamento da estrutura institucional na sociedade é a metáfora de uma partida de futebol, conforme North (1990) sugere. As instituições formais correspondem às regras do jogo, definições do que é permitido ou não durante a partida, um jogador não pode agredir o outro, somente o goleiro pode usar as mãos etc. As instituições informais são convenções construídas pelos atletas e clubes de modo a garantir uma melhor relação entre eles durante a partida, não desejar machucar o adversário intencionalmente, colocar a bola para fora de campo caso alguém do outro time precise de atendimento médico, cumprimentar o oponente antes e após o fim da partida etc. A terceira parte cabe ao árbitro da partida, responsável por verificar as infrações e punir os jogadores de acordo com a regra.

A estrutura institucional, em seu conjunto, determina o conjunto de escolhas que os times possuem para atingir seu objetivo: vencer a partida. Assim, escolhe-se entre o uso da violência, a trapaça ou desenvolvimento e aquisição de técnicas e habilidades. Caso as regras formais não coíbam a violência, ou não haja a convenção entre os jogadores de não machucarem intencionalmente o adversário, ou não haja o cumprimento e a aplicação das punições pelo árbitro, ou tudo isso ao mesmo tempo, os times terão incentivos a trapacear para vencer a partida; por outro lado, caso a estrutura institucional coíba a trapaça, então os times serão incentivados a investir na aquisição e desenvolvimento de técnicas e habilidades.

Nessa metáfora, os times representam as distintas organizações que existem na sociedade e que consistem na reunião de indivíduos imbuídos de um mesmo objetivo. As organizações podem ser políticas (partidos, o Senado, Câmara de Vereadores), econômicas (firmas, associações ou federações de empresas, cooperativas), sociais (igrejas, clubes) e educacionais (escolas, universidades, centros de profissionalização e treinamento).

Por um lado, as organizações surgem, agem e evoluem de acordo com os incentivos da estrutura institucional, e, por outro, influenciam a forma como esta evolui. Resumidamente, as organizações são criadas com determinadas intenções em consequência do conjunto de oportunidades, o qual é resultante do conjunto de coerções existentes, e, no curso das tentativas de cumprir seus objetivos, tornam-se as principais agentes da mudança institucional. “As instituições são o produto de processos passados, adaptados a circunstâncias passadas, e por conseguinte nunca estão de pleno acordo com as exigências do presente” (Veblen, 1983 [1899], p. 88).

A evolução de uma estrutura institucional é um processo extremamente lento, raramente existem rupturas ou grandes alterações da trajetória. Na maior parte dos casos, verifica-se um processo, segundo o qual as organizações lentamente alteram a estrutura institucional quando percebem que podem obter maiores ganhos. As mudanças podem ser oriundas de qualquer alteração em um dos componentes da estrutura institucional, ou seja, mudança nas regras formais, nas coerções informais e/ou na aplicação das regras.

Uma característica fundamental da estrutura institucional é que elas não são necessariamente eficientes, ou seja, podem existir (e na verdade essa é a maioria dos casos) estruturas institucionais que não incentivem a produtividade e que assim permaneçam por longo período. Nesses casos, as organizações que foram criadas para aproveitar as oportunidades existentes na sociedade, as quais foram delimitadas institucionalmente, evoluem de modo a atingir seus objetivos, engendrando um processo simbiótico entre elas e as instituições, o que resulta em uma permanência na trajetória evolutiva da estrutura institucional.

Podemos aqui estabelecer um elo importante entre a trajetória das aglomerações e o curso da estrutura institucional. Se considerarmos a primeira fase da evolução de uma aglomeração é possível que o acaso ou alguma preferência geográfica determine a localização das firmas, no entanto, acreditar que outros eventos randômicos são os responsáveis pela consolidação hegemônica de uma aglomeração implica em desconsiderar a importância das instituições, e da política em linhas mais amplas. Uma outra forma de entender a evolução da aglomeração sublinha que as instituições, por proverem uma estrutura de interação entre as firmas e trabalhadores, incentivam a formação das redes, engendrando a geração de externalidades que podem ser compreendidas como economias de aglomeração. A partir de então, tanto a estrutura institucional quanto a aglomeração gerariam retornos crescentes, os quais ratificariam a trajetória da primeira e fortaleceriam a segunda. Ou seja, a estrutura institucional e sua evolução são determinantes na trajetória da aglomeração. Segundo Storper (1997), as aglomerações precisam desenvolver políticas orientadas para o sistema produtivo, não para a grande firma.

Em outras palavras, as aglomerações vitoriosas são aquelas marcadas pela desverticalização produtiva e conseqüente relações de cooperação ou interação entre as firmas e os trabalhadores, sendo que a estrutura institucional é diretamente responsável pelo nível de desverticalização. Por outro lado, podemos estabelecer que as localidades

com estrutura institucional ineficiente incentivam um comportamento dos empreendedores das organizações políticas e econômicas tendencioso à verticalização (North, 1990).

Nessa linha de pensamento, Mattos (2006), ao analisar a importância das instituições para o fortalecimento dos distritos industriais italianos, confirma que elas são a base das relações sociais espacializadas (no território) e que, portanto, a “maior ou menor disposição para a cooperação (...) constitui mais uma trilha relacionada ao desempenho das instituições democráticas e sua influência na construção e consolidação da economia de determinada região ou país” (Mattos, 2006, p. 129).

Nesse sentido, uma pergunta natural é: como podemos direcionar a evolução da estrutura institucional? Como se manifesta a mudança institucional?

As organizações são entidades criadas para maximizar riqueza, renda, ou outros objetivos definidos pelo conjunto de oportunidades oferecido pela estrutura institucional da sociedade. No caminho para atingir esses objetivos, as organizações alteram as instituições gradualmente, e seus empreendedores são os principais agentes dessa mudança institucional. A criação das organizações, e sua subsequente evolução, não são condicionadas apenas pelas instituições, mas níveis de tecnologia, renda e as preferências também condicionam as oportunidades de maximização. Deve-se ressaltar que nem sempre as organizações são socialmente produtivas, pois frequentemente a estrutura institucional engendra incentivos negativos à produtividade.

Como a estrutura institucional é heterogênea, emite sinais mistos. Ou seja, há instituições que incentivam e recompensam investimentos no aumento da produtividade, assim como existem aquelas que incentivam e recompensam as restrições produtivas e, em casos extremos, o crime. A trajetória de uma aglomeração, por sua vez, será influenciada pelo tipo de sinal dominante em sua estrutura institucional, o qual determinará o comportamento das organizações localizadas em seu interior. Em suma, a aglomeração que, através de sua estrutura institucional, incentivar e recompensar os investimentos feitos pelas organizações na aquisição de conhecimento, bem como a interação entre os atores, seguramente se desenvolverá economicamente em taxas superiores às demais, cujas estruturas institucionais não recompensam a busca pela produtividade e nem criam um ambiente seguro para a interação. Nesse sentido, o crescimento de Hollywood e o declínio da atividade cinematográfica em Nova York se configuram em um exemplo lapidar, uma vez que as barreiras impostas pelos produtores hegemônicos em Nova York, os quais entendiam a manutenção do monopólio como

principal estratégia de competitividade, restringiam e não recompensavam a aquisição de novas técnicas e habilidades.

Segundo Scott (1988), a mudança institucional reflete e oferece estímulos para a emergência de novas geografias econômicas, as quais podemos compreender como sistemas produtivos territorializados, ou aglomerações produtivas. Esse papel decorre da sua capacidade em incentivar as interações entre os atores locais.

A evolução da estrutura institucional ocorre a partir da interação entre as coerções institucionais vigentes e o comportamento maximizador das organizações. As primeiras determinam os incentivos à aquisição de habilidades, técnicas e conhecimento, influenciando, assim, o desenvolvimento da sociedade; enquanto que as organizações investem na aquisição de conhecimento e habilidades que recompensam e alocam recursos para mudar a estrutura institucional quando julgarem que o resultado de seus investimentos será maior do que dentro das coerções existentes. Essa evolução, como afirmado anteriormente, é lenta e ocorre a partir de pequenas mudanças que se acumulam e interagem ao longo do tempo.

Além disso, não existe como se afirmar que a estrutura institucional garanta a eficiência da economia. Porém, uma vez que a evolução da economia se vincula à estrutura institucional, podemos afirmar que esta é crucial para que a sociedade tenha incentivo para inovar, criar parcerias, assumir riscos e atividades criativas, assim como para resolver seus problemas e gargalos ao longo do tempo. Esse processo pode ser chamado de eficiência adaptativa, e segundo Alchian apud North (1990), em um mundo de incerteza, ninguém sabe a resposta certa aos problemas com que nos defrontamos e muito menos há alguém capaz de maximizar lucros. A sociedade que permitir a máxima geração de tentativas, provavelmente, será aquela capaz de resolver problemas ao longo do tempo.

Um atributo crucial da evolução da estrutura institucional é que uma vez que se tome uma determinada direção, esta tende a permanecer como trajetória da evolução, mesmo que esta não seja eficiente socialmente. Esse processo resulta dos retornos crescentes e da dificuldade dos atores em perceber as consequências de suas decisões. De fato, as mudanças gradativas somente são compreendidas a partir da relação histórica. Se as instituições não fossem sujeitas aos retornos crescentes e as percepções subjetivas dos atores estivessem sempre corretas, os atores seriam capazes de estabelecer rapidamente novos contratos visando a soluções mais eficientes. No entanto, como existem retornos crescentes na estrutura institucional, o processo é incremental e

marcado por uma lenta evolução das coerções formais e informais, assim como da aplicação destas. Assim, resultados mais eficientes só se constroem com forças políticas competitivas e com uma lenta mudança da construção mental. Vale ressaltar que, em função do alto preço a ser pago pela mudança institucional, as organizações e os trabalhadores se congregam em federações representativas ou sindicatos.

Em suma, uma vez que uma determinada trajetória de desenvolvimento é colocada em uma direção, as externalidades da rede, o processo de aprendizado das organizações e as questões modeladas subjetivamente pela história reforçarão o seu curso.

Assim, no caso de crescimento econômico, uma trajetória adaptativa eficiente permitirá o máximo de escolhas diante da incerteza, através do incentivo à procura de novos métodos de condução das atividades, e por um mecanismo de resposta eficiente que identificará e eliminará as escolhas ineficientes. Por outro lado, na persistência das trajetórias improdutivas, os retornos crescentes característicos de um conjunto inicial de instituições, que não estimulam a atividade produtiva e a parceria, criarão organizações verticalizadas e grupos de interesse radicados nas coerções existentes, os quais modelarão as políticas de acordo com seus interesses. Essas instituições recompensam pouco a geração e a disseminação do conhecimento e a construção mental dos participantes engendrará uma ideologia que racionalizará a estrutura da sociedade, a qual conviverá com uma performance econômica, se não pobre, muito abaixo do seu potencial.

Como toda economia possui uma estrutura institucional que cria tanto oportunidades produtivas como improdutivas para as organizações, bem como incentivam e restringem as interações, sua história será um reflexo de resultados misturados. Enfatizando-se que os instrumentos imediatos da mudança institucional são os empreendedores políticos e econômicos que desejam maximizar nessas margens que parecem ser as melhores alternativas no curto prazo.

As coerções existentes e as mudanças nos incentivos na margem são os determinantes das oportunidades. Além disso, os agentes dispõem de conhecimento incompleto sobre o sucesso de suas ações e, portanto, os esforços de maximização no curto prazo podem resultar na busca por atividades ineficientes (dadas as coerções institucionais), do mesmo modo que a procura por atividades produtivas pode ter resultados inesperados.

Embora, como afirma Peck (2003), as relações institucionais, seus resultados e efeitos sejam incertos e imprevisíveis, a história revela a importância que a estrutura institucional possui para a performance econômica de uma cidade, estado ou país. Dentro do estudo de uma aglomeração produtiva, as instituições são elementos cruciais para o fortalecimento do sistema produtivo, uma vez que estabelecem a base da relação entre os diversos atores locais.

Como o objetivo desta pesquisa consiste na investigação sobre a existência e sobre o desenvolvimento de uma aglomeração produtiva da indústria cinematográfica no interior da Metrópole do Rio de Janeiro, cujas fontes de crescimento se encontram em um território produtivo da economia criativa enraizado nos limites metropolitanos, iniciamos este capítulo com o maior propósito de procurar por evidências sugestivas de uma aglomeração produtiva da indústria cinematográfica na metrópole carioca. Nesse sentido, após a percepção da insuficiência das evidências econômicas apontadas na primeira seção do capítulo, sentimos a necessidade de recuperar a história da indústria cinematográfica carioca, de modo que nesse percurso pudéssemos encontrar melhores evidências acerca da referida aglomeração. No entanto, essa recuperação da história não poderia consistir em um simples levantamento de fatos no tempo ou encadeamento de eventos e, assim, fez-se necessária a discussão anterior sobre a origem e desenvolvimento de uma aglomeração e a relevância institucional, através da qual analisaremos a trajetória evolutiva da aglomeração produtiva da indústria cinematográfica carioca e como a sua estrutura institucional condicionou essa evolução.

Antecipamos que pelo prisma evolutivo já se pode afirmar que não há no Brasil uma aglomeração produtiva da indústria cinematográfica vitoriosa, na medida em que Rio e São Paulo ainda concorrem para isso. Contudo, a primazia cinematográfica carioca verificada nos últimos anos sugere que as dinâmicas evolutivas da indústria do cinema no Brasil possam se encontrar na segunda fase, pela qual uma aglomeração toma a frente das demais e tende a se desenvolver ainda mais através de sua retroalimentação. Como ocorreu essa evolução? Por que o Rio não se tornou a aglomeração vitoriosa? Como a estrutura institucional condicionou essa trajetória? Estas são algumas das perguntas que pretendemos responder.

A dificuldade na obtenção de dados e informações é um grande problema a ser enfrentado e, seguramente, não conseguiremos apresentar a totalidade das informações desejadas.

2.2.2. Origens e evolução da indústria cinematográfica brasileira

De acordo com a historiografia clássica, o cinema brasileiro nasceu em 19 de junho de 1898²⁶, quando o imigrante italiano Alfonso Segreto, entrando na Baía de Guanabara, utilizou sua máquina para captar imagens de fortalezas e navios de guerra ancorados.

Além de enfatizar a estranheza pela anuência de que o cinema brasileiro foi fundado por um italiano (radicado no Rio de Janeiro) portando equipamento europeu e em território francês (o pacote Brésil), Bernadet (2008) faz uma importante consideração sobre a aceitação de que a produção de um filme tenha determinado o nascimento do cinema brasileiro:

“A escolha de uma filmagem como marco inaugural do cinema brasileiro, ao invés de uma projeção pública, não é ocasional: é uma profissão de fé ideológica. Com tal opção, os historiadores privilegiam a produção, em detrimento da exibição e do contato com o público. Pode se ver aqui uma reação contra o mercado: à ocupação do mercado, respondemos falando das coisas nossas. E não é difícil perceber que esta data está investida pela visão corporativa que os cineastas brasileiros têm de si mesmos, e por uma filosofia que entende o Cinema como sendo essencialmente a realização de filmes” (Bernadet, 2008, p. 25-26).

A colocação em segundo plano das outras etapas da indústria, a distribuição e a exibição, que são elementos estratégicos para a vitalidade da atividade cinematográfica, conforme se verificará no decorrer do texto, configurou-se em um dos principais gargalos ao desenvolvimento da indústria cinematográfica no Brasil. Em outras palavras, as marchas e contra-marchas da trajetória cinematográfica brasileira no século XX, ou seus “surto” como prefere Vianny (1959), podem ser em boa medida explicadas pela ênfase na realização do filme como fato definidor da indústria, apesar dos esforços empreendidos por alguns cineastas e produtores que apontaram para a necessidade de se repensar os outros dois elos da indústria.

Retornando ao nascimento, o Rio de Janeiro não foi por acaso o seu berço, uma vez que, por ser a capital federal, a cidade desfrutava de um progresso econômico que produzia impactos significativos nos seus padrões culturais, “com crescimento do número de jornais, frequência ao teatro, cinema, ainda que fosse como mera imitação do padrão cultural europeu” (Caldas e Montoro, 2006, p. 28). De fato, a atual metrópole carioca era, no final do século XIX e início do século XX, o maior centro comercial do

²⁶ Bernadet (2008) aponta que pesquisas recentes indicam a existência de filmagens anteriores, mas que por não terem sido comprovadas, aceitam-se as imagens de Segreto como o marco inicial do cinema brasileiro.

Brasil, e pelo seu porto chegavam notícias sobre a produção cultural na Europa, as escolas filosóficas predominantes, padrões de comportamento, lazer e estética, dotando a cidade de uma mentalidade cosmopolita.

Nesse sentido, não se deve estranhar que, poucos meses depois da exibição histórica dos irmãos Lumière, em 1895, realizou-se, em 1896, na Rua do Ouvidor nº 57, a primeira projeção cinematográfica no Brasil²⁷.

Inicialmente, as exibições eram ambulantes e passaram imediatamente a ser alvo de muitos comentários nos jornais da época (Caldas e Montoro, 2006). Os locais escolhidos eram lugares públicos como cafés, quermesses, recepções públicas, parques de diversões, sendo que em 1897 instalou-se, na Rua do Ouvidor nº 141, a primeira sala de exibição fixa do país (Gatti, 2004). O “Salão de Novidades Paris no Rio” era uma propriedade de Paschoal Segreto, imigrante italiano pioneiro no empresariamento do entretenimento no Brasil, que além dos filmes, oferecia uma série de outras diversões aos frequentadores da sua casa.

Devido ao sucesso produzido pela exibição cinematográfica, Paschoal decide enviar seu irmão Alfonso ao exterior regularmente para adquirir filmes, assim como equipamento para a realização de filmagens no Brasil. Foi no retorno de uma dessas viagens que foram captadas as imagens fundadoras do cinema brasileiro.

A empresa de Paschoal Segreto se tornou, assim, a primeira produtora cinematográfica regular do país, baseada em uma estratégia verticalizada, segundo a qual os filmes produzidos eram projetados nas salas de exibição da empresa²⁸. Entre os anos de 1897 e 1907 foram produzidos 151 filmes no Brasil (Simis, 2008), dos quais grande parte foi realizada pelos irmãos Segreto²⁹. Os filmes eram sobre atualidades e tinha curta duração, no entanto foram suficientes para demandar a construção de um estúdio e um laboratório em 1900, onde Alfonso revelava, copiava e aos poucos formava seus auxiliares (Moura, 2004).

²⁷ Segundo Gatti (2004), a primeira tecnologia de exibição cinematográfica que aportou no Brasil foi o quinetoscópio de Edison, cuja apresentação ocorreu em dezembro de 1894 no Rio de Janeiro. No entanto, a projeção realizada com o omniographo dos irmãos Lumière é reconhecida oficialmente como a primeira.

²⁸ Em 1899, Paschoal abriu outras duas salas de exibição fixas, o “Parque Fluminense” e o “Coliseu Boliche”.

²⁹ Segundo Moura (2004), Alfonso Segreto filmou cerca de 60 filmes entre os anos de 1898 e 1901, sendo enviado, pelo irmão, de volta para Itália em função de um desentendimento. Acredita-se que Paschoal não gostava do apreço que Alfonso tinha com o movimento operário. Não existem relatos sobre Alfonso Segreto após 1901.

A partir de 1907, com o aumento significativo do número de salas de exibição³⁰, a produção cinematográfica brasileira intensifica-se, gerando 963 títulos entre os anos de 1908 e 1913, dos quais 240 foram de ficção e 763 de curta metragem (Simis, 2008).

A produção provinha da iniciativa dos donos das salas de exibição que exerciam as funções de produtores e exibidores ao mesmo tempo. Gomes (1980) define o período de 1907 a 1911 como a “Bela Época do Cinema Brasileiro”, em função da produção ter se desenvolvido juntamente com a consolidação de um circuito exibidor. Havia, segundo o autor, uma solidariedade de interesses entre a produção nacional e a exibição, uma vez que, como dito antes, os importadores dos filmes estrangeiros também se tornaram produtores dos filmes nacionais. Bernadet (2008), por sua vez, ressalta que essa “Idade de Ouro” é muito pouco brasileira, sendo, antes de tudo, carioca, e, nessa mesma perspectiva, Caldas e Montoro (2006) afirmam que somente a partir de 1915 haveria um surto cinematográfico em São Paulo.

De fato, como revela Ramos (2004), fundaram-se no Rio de Janeiro, em 1908, as duas primeiras produtoras dedicadas efetivamente, mas não exclusivamente, aos filmes de ficção: a Foto-Cinematográfica Brasileira, de Antônio Leal e Giuseppe Labanca, e a William e Cia., de Cristóvão Guilherme Auller. O início da realização de filmes de enredo fomentou a formação de uma mão-de-obra técnica e artística na metrópole, diferentemente de quando se produziam apenas documentários curtos, cujas demandas não exigiam grande número de profissionais. Na medida em que o Rio de Janeiro passou a criar obras ficcionais, iniciou-se o processo, ainda que incipiente, de formação de uma aglomeração produtiva da indústria do cinema, conforme se corrobora nas palavras de Moura (1971):

“De uma curiosidade apresentada por aventureiros, o cinema se impõe como negócio e como espetáculo, criando quadros técnicos e artísticos, uma infra-estrutura extremamente operacional e características próprias como produtor artístico-industrial de uma metrópole multicultural” (Moura, 1987, p. 44).

Pode-se afirmar que nos primeiros anos da “Bela Época” o mercado foi dominado pela produtora de Labanca e Leal, os quais, segundo Miranda (2004), filmavam em estúdio próprio na Rua dos Inválidos, possuíam diretores de cena, cenógrafo e elenco fixo. Além da Foto-Cinematográfica Brasileira, os sócios possuíam

³⁰ Muitos pesquisadores afirmam que o crescimento do número de salas de exibição está relacionado à estabilização do fornecimento de energia, para a qual o início das operações da Usina Ribeirão das Lajes foi fundamental.

o Cinema Palace, localizado na Rua do Ouvidor, onde se exibiam os filmes, como o celebrado “Os estranguladores”. Apontado como o primeiro grande sucesso da cinematografia brasileira, o filme, de quarenta minutos de duração, se baseou na história de um crime real e foi exibido mais de oitocentas vezes. A produtora, sempre empenhada em fazer fitas de maior metragem e com grande elenco, filmou outras histórias criminais, além de adaptações teatrais, literárias e o primeiro filme carnavalesco de que se tem registro.

Um gênero, cuja hegemonia não repousava sobre os dois produtores acima, era o dos filmes cantantes, que consistia na sincronização das imagens à narração e à música interpretada por músicos localizados atrás do palco. Os dois principais produtores eram Cristóvão Guilherme Auller, já citado anteriormente, e Francisco Serrador, cujas atividades relacionadas ao cinema se iniciaram pelo mercado de exibição em Curitiba e em São Paulo. A competição entre os dois não era pequena, porém interagiam semelhantemente com outros profissionais e outras empresas, sobretudo com Julio Ferrez e os irmãos Paulino e Alberto Botelho. Apesar da boa aceitação do público, a produção carioca de fitas ficcionais entrou em forte declínio a partir de 1911, culminando em 1912 com a produção de apenas uma obra.

Muitas explicações concorrem na tentativa de iluminar as razões do abrupto fim da “Bela Época”, sendo algumas ainda atuais se, porventura, estivéssemos nesse momento discutindo gargalos presentes da indústria cinematográfica brasileira.

Bernadet (2008) aponta, em primeiro lugar, que no final da primeira década do século XX os principais produtores mundiais remodelaram o comércio cinematográfico ao estabelecerem o filme como uma propriedade literária e artística e que, portanto, quem desejasse exibi-lo deveria pagar pelo direito, comprometendo-se a devolvê-lo no final do período de contrato. Iniciava-se, dessa maneira, a instalação dos trustes e dos monopólios na economia do cinema mundial.

Os efeitos dessa remodelação demoraram alguns anos para se sentir no país, porém foi determinante para encerrar a antiga solidariedade entre produtores e exibidores no Brasil. Segundo Moura (1987), no ano de 1911, chegou ao Rio de Janeiro uma embaixada de capitalistas norte-americanos em busca de possibilidades de investimentos. A continuação dessa história é oferecida por Leite (2005), que revela como Hollywood dominou o mercado cinematográfico brasileiro a partir da segunda metade da década de 1910:

“Para tamanho êxito [hegemonia hollywoodiana], muito contribuiu o fato de os proprietários das principais salas de cinema, principalmente no Rio de Janeiro e em São Paulo, e notadamente o mais poderoso de todos, Francisco Serrador, firmarem contratos de arrendamento com os grandes estúdios cinematográficos norte-americanos, como a Paramount e a MGM. Segundo tais contratos, cinemas como o Capitólio e o Império, duas das maiores e mais frequentadas salas da Capital, por exemplo, passaram a exhibir exclusivamente produções norte-americanas. Cabe destacar que não existia naquele momento nenhuma lei que impedisse a realização de tais contratos.

Nesse contexto, é interessante destacar a formação da primeira grande rede de cinemas no país, a Companhia Cinematográfica Brasileira, de propriedade de Francisco Serrador, que passou a funcionar na prática como um truste que comprava salas de exibição por todo o país e mostrava preferencialmente, como nos casos acima citados, apenas filmes norte-americanos. O suposto elo entre a produção e a exibição que existira durante a ‘Bela Época do cinema brasileiro’ estava rompido” (Leite, 2005, p. 26).

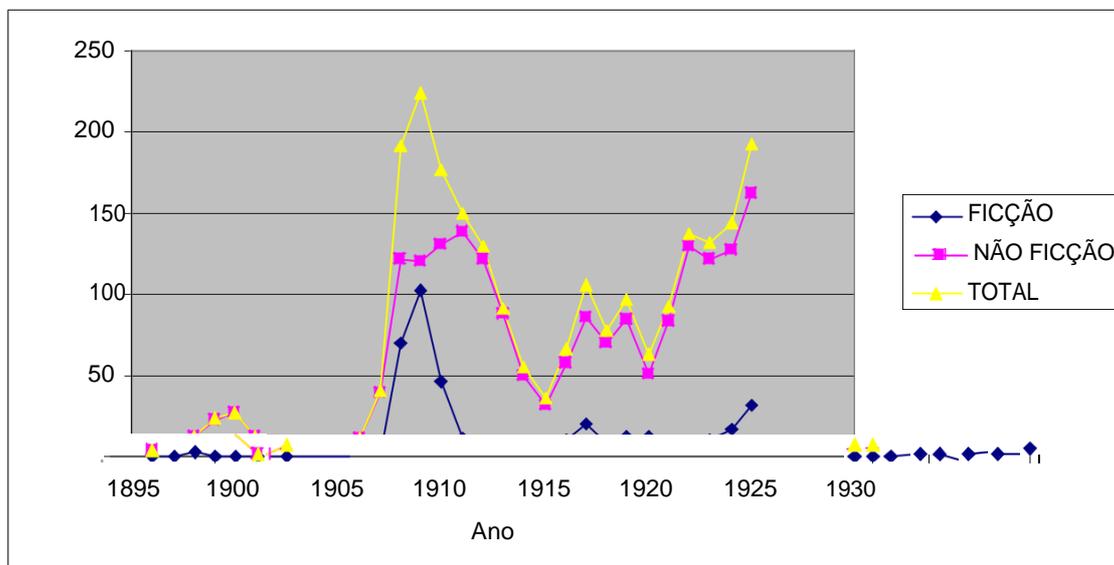
O cinema estadunidense entrou agressivamente no mercado brasileiro, sobretudo pelo controle exercido pelas majors sobre os exibidores. Através do arrendamento das salas de exibição, ou da construção de salas próprias, as majors garantiram o mercado brasileiro para si. Desfazia-se, assim, o elo anterior entre os primeiros produtores brasileiros e os exibidores, uma vez que a principal cadeia de exibição, a Companhia Cinematográfica Brasileira, de Francisco Serrador, tornou-se exibidora exclusiva dos filmes de Hollywood. A competitividade e lucratividade desta cadeia de exibição residiam justamente sobre o aluguel de filmes que entrariam no mercado sem concorrência de similares nacionais (Moura, 1987).

No entanto, a crise não deve ser explicada, apenas, pelo fim da solidariedade de interesses entre os exibidores e os produtores, mas também pelo desnível existente entre o filme brasileiro e o seu concorrente estrangeiro, uma vez que a efervescência cinematográfica vivida no Rio de Janeiro coincidiu com a efetiva industrialização do processo produtivo nas metrópoles mundiais (Gomes, 1980). Vale lembrar que em 1915, Hollywood já se configurava em uma importante aglomeração produtiva da indústria cinematográfica, com grande capacidade de inovação e uma rede de distribuição com longo alcance geográfico (Scott, 2005).

“O cinema norte-americano penetrou nos mercados nacionais de vários países, aproveitando a situação crítica de guerra dos países industriais europeus envolvidos no conflito mundial, e, se até então o nosso mercado exibia produções francesas, italianas, alemães, suecas e dinamarquesas, após a guerra predominarão as norte-americanas. Em 1921, do total de 1.295 filmes censurados no Rio de Janeiro, 923 eram de procedência americana, posicionando o Brasil no quarto lugar entre os países importadores de filmes impressos dos EUA” (Simis, 2008, p. 73-74).

No gráfico 2.10 que se segue, verifica-se o vigor produtivo da “Bela Época”, seguido por uma quase paralisa da atividade cinematográfica no Brasil, quadro que seria atenuado pelos chamados ciclos regionais da década de 20.

Quadro 2.10: Produção de filmes brasileiro por gênero de ficção e não ficção, entre os anos de 1897 a 1925.



Fonte: Simis, 2008, p. 302. Gráfico elaborado pelo autor.

A perda do espaço no mercado exibidor retraiu drasticamente a produção dos filmes de ficção, mas não paralisou completamente a atuação das produtoras, que passaram a ocupar um nicho de mercado em aberto: os documentários e os cinejornais. A prática da cavação³¹ se tornou a estratégia dominante para a continuidade da produção de fitas ficcionais e, se nos primeiros anos do século, o Rio de Janeiro se desenvolvia como a aglomeração dominante, o que se assistiu na década de 20 foi ao florescimento e declínio de algumas localidades que tentaram desenvolver uma atividade cinematográfica consistente. Podemos estabelecer, como se verificará ao longo do restante desta seção, que do final da “Bela Época” em diante nunca houve uma estrutura institucional capaz de re-conectar solidamente os elos da indústria cinematográfica nacional, a não ser por algumas fases da trajetória, cujas especificidades garantiram a interação entre os elos. Contudo, o re-encontro dos interesses entre produtores e exibidores, quando ocorreu, foi quase que exclusivamente resultado das leis, ou das instituições formais.

³¹Com o dinheiro arrecadado através dos cinejornais e de propagandas institucionais que eram vinculadas antes dos longas-metragens de Hollywood, os produtores nacionais financiavam seus projetos cinematográficos de ficção.

No Rio de Janeiro, a produção após a “Bela Época”, mesmo que em menor intensidade, manteve-se através de algumas produtoras. Entretanto, a dificuldade para distribuir e exhibir os filmes restringiu o desenvolvimento da aglomeração produtiva.

Os irmãos Paulino e Alberto Botelho, que trabalharam nos filmes cantantes de Auller e Serrador, abriram, em 1912, suas próprias empresas, a Brasil Film e a Carioca Film, respectivamente. Através da realização de cinejornais, documentários e propagandas institucionais conseguiam financiar suas aventuras nas fitas ficcionais. Nas décadas de 30 e 40, Alberto, pela sua nova produtora, a A. Botelho Film, construiu um grande laboratório no bairro de Vila Isabel e se consolidou como um dos principais produtores de curta metragem do país, produzindo cerca de 60 títulos por ano de cinejornais e documentários.

Na segunda metade da década de 10, Antônio Leal também fundou uma nova produtora, após o fim da sociedade na Foto-Cinematográfica, e construiu um estúdio todo de vidro, para aproveitar a luz solar. Com o dinheiro conseguido através dos cinejornais financiou a realização de adaptações literárias como “A Moreninha” e “Lucíola”, sendo que este último conquistou muitos elogios da crítica.

No entanto, a produtora que mais se destacou na realização de filmes de ficção no Rio de Janeiro foi a Guanabara Film, de Luiz de Barros, que, de acordo com Heffner (2004), promoveu salto qualitativo em termos de decupagem e encenação, atualizando os processos narrativos existentes no país. Preocupado com a qualidade das obras, construiu laboratório ao lado da produtora, onde iniciou maior controle da marcação da luz das cópias. Vale dizer que, pela dificuldade de acesso ao mercado exibidor, Luiz de Barros realizou a primeira cena de nudez do cinema brasileiro no filme “Alma Sertaneja”, de 1919. Após o fechamento da produtora em 1924, fez incursões no cinema paulista, como se verá pouco mais à frente.

Em São Paulo, o grande destaque dessas duas décadas foi o imigrante italiano Gilberto Rossi, a quem se pode atribuir boa parte do desenvolvimento inicial da indústria cinematográfica paulista. Nos anos 10, fundou a São Paulo Natural Film, que passaria a se chamar Rossi Film na década seguinte, sendo a ele atribuído o surgimento da cavação, estratégia fundamental para o desenvolvimento da sua atividade, como nos revela Autran (2004):

“A sobrevivência econômica de Rossi, porém, nunca se desligou dos documentários. Quando Washington Luís governou o estado, Rossi passou a filmar os mais variados eventos com a participação desse político e chegou a tornar-se cinegrafista oficial do governo do estado. Em

1921, conseguiu um subsídio mensal do governo do estado de São Paulo para produzir o Rossi Atualidades (...) O suporte econômico do subsídio governamental foi um fator importante para tornar a ROSSI FILM a principal produtora de São Paulo, dando a tranquilidade suficiente (...) para que ele (...) continuasse a produzir com José Medina filmes ‘posados’” (Autran, 2004, p. 474).

Outra produtora, a SincrocineX, também se destacou em São Paulo na década de 20, à qual Luiz de Barros se associou após fechar a sua antiga no Rio de Janeiro, realizando o primeiro filme de longa-metragem falado do Brasil, “Acabaram-se os otários”, em 1929. Além disso, em suas estadas em São Paulo, Luiz de Barros produziu fitas cômicas explorando uma dupla de caipiras, as quais podem ser consideradas precursoras da chanchada carioca.

Apesar de certa efervescência na década de 20, a cinematografia paulista estagnou por duas décadas e somente com a construção dos grandes estúdios, em finais dos anos 40 e início dos 50, voltaria a possuir dinamismo. O declínio da Rossi Film esteve diretamente associado à Revolução de 30, que retirou o Partido Republicano Paulista do poder e, assim, comprometeu o subsídio recebido. Torna-se inevitável a associação desse fato às ideias de North (1990), segundo as quais uma das características restritivas ao crescimento econômico nos países subdesenvolvidos decorre do fato de que as interações entre os agentes econômicos, nesses países, é, em grande parte, determinada por relações pessoais, como a que foi estabelecida entre Gilberto Rossi e a elite política de São Paulo.

Outras localidades como Campinas, Recife, Cataguases, Pelotas, Belo Horizonte, Manaus, Pouso Alegre, João Pessoa e Curitiba vivenciaram um ciclo muito curto de desenvolvimento cinematográfico, produzindo importantes obras e revelando nomes de grande talento, como Humberto Mauro. No entanto, as demandas de produção naquela época já não eram mais possíveis de serem atendidas por cidades pequenas, conforme Viany (1959) aponta para Campinas, que, segundo ele, não dispunha dos recursos necessários à complexidade da produção cinematográfica que, por sua vez, não permitia mais o empirismo de outros tempos. Em outras palavras, as economias de aglomeração existentes nas grandes cidades já desempenhavam papel de relevo para a produção. Além disso, a estrutura institucional, responsável pela forma como os agentes econômicos interagem, restringiu o desenvolvimento cinematográfico nessas localidades, uma vez que não foram raros os casos em que pessoas que se apresentavam como distribuidores roubavam a fita produzida e, quando isso não acontecia, a distância

entre essas localidades e os grandes centros de exibição impedia um controle efetivo sobre a renda obtida.

Resumidamente, a conjuntura era bastante desfavorável ao desenvolvimento da produção de filmes nacionais, embora o cinema já fosse a mais importante das diversões em cidades como Rio e São Paulo (Simis, 2008). O setor exibidor estava plenamente atrelado às distribuidoras internacionais, e o preço de uma mudança dessa postura era considerado alto demais, uma vez que não se tinha certeza sobre a lucratividade dos filmes brasileiros; o público, que no início da década de 1910 estranhava o filme estrangeiro, passou a preferi-los frente aos nacionais, pois a publicidade em torno dos atores estrangeiros os transformou em verdadeiras lendas (Sadoul, 1983); o desnível técnico entre as cinematografias se aprofundou pela proliferação de filmes de longa metragem; e, além disso, as duas revistas que mais se dedicavam ao cinema, a *Paratodos* e a *Seleta*, nutriam o mais completo desprezo pelo cinema nacional (Caldas e Montoro, 2006). Segundo Gomes (1980), mesmo os grandes sucessos nacionais da década de 20 que foram distribuídos pelas majors consistiam apenas em um afago ao patriotismo, para demonstrar como era desnecessário o amparo estatal.

Diante de todas essas questões, nenhuma aglomeração produtiva conseguiu se desenvolver com maior intensidade, sendo os documentários e cinejornais fundamentais para a continuação da atividade, afinal era por essa produção que os profissionais continuavam a operar seus equipamentos, laboratórios e estúdios (Bernadet apud Simis, 2008). A estrutura institucional, por sua vez, era caracterizada pela completa ausência do Estado como mediador dos conflitos de interesses e, dessa forma, os elos da distribuição e exibição permaneciam desconectados da produção. Por fim, se considerarmos a importância da aglomeração no processo de inovação, as dificuldades ao seu desenvolvimento, em boa parte pela precariedade da estrutura institucional, configurava a redução da disparidade técnica entre os filmes nacionais e os estrangeiros em uma missão quase impossível à época.

No âmbito desses problemas, iniciou-se no Rio de Janeiro, ainda na década de 1920, um forte movimento pela defesa do cinema nacional. Os líderes Pedro Lima e Adhemar Gonzaga utilizaram a revista “*Cinearte*”, que criaram, como principal veículo de ideias, segundo as quais a produção brasileira deveria ser pautada pelo modelo estadunidense, realizando filmes de ficção em série e com qualidade (Simis, 2008). Propunha-se um cinema industrial, com estúdio, cenários e capacidade de divulgação. Além disso, defendiam uma lei de obrigatoriedade de exibição de filmes nacionais nos

cinemas; a criação de uma distribuidora exclusiva para os filmes de ficção nacionais; e isenção da taxa alfandegária para importação de filmes virgens (Caldas e Montoro, 2006). De fato, o movimento da “Cinearte” contribuiu significativamente para a industrialização do cinema brasileiro, que ocorreu a partir dos anos 30, bem como para uma mudança na estrutura institucional, uma vez que o Estado, através de órgãos públicos e legislações, assumiu um papel de organizador da atividade cinematográfica. Não se pode, também, desconsiderar que através das ideias vinculadas na revista se construiu uma mentalidade cinematográfica nacional, que pode ser expressa na fundação da Associação Cinematográfica dos Produtores Brasileiros (ACPB). Em termos de comparação com os Estados Unidos, o órgão correlato, a Motion Pictures Association of America (MPAA)³², já existia desde início da década de 20.

Em linhas gerais, o Decreto nº. 21.240/1932 contém “os germes de grande parte das medidas introduzidas ao longo dos anos posteriores” (Simis, 2008, p.93). Nele constam a primeira lei de obrigatoriedade de exibição de filme nacional, estabelecendo que toda longa metragem deveria ser antecedido por um complemento nacional com fins educativos; isenções tributárias aos produtores via redução da taxa de importação dos filmes virgens; e criação do Departamento de Propaganda e Difusão Cultural (DPDC), que visava a educação da população através do cinema. Na sequência dos anos, a criação do Instituto Nacional de Cinema Educativo (INCE), em 1937, e do Departamento de Informação e Propaganda (DIP), em 1939, que se tornaria, em 1945 Departamento Nacional de Informação (DNI), assim como a ampliação das cotas de exibição para o longa metragem nacional, definiram a política cinematográfica até meados da década de 60. Vale dizer que, em função do cenário animador do início da década de 30, criou-se no Rio de Janeiro uma empresa específica para distribuir os filmes nacionais que deveriam ocupar o espaço aberto pela obrigatoriedade, a Distribuidora de Filmes Brasileiros (DFB).

A conjunção do papel assumido pelo Estado com o desenvolvimento do cinema industrial carioca resultou em duas décadas de intensa produção cinematográfica na capital, tanto no campo ficcional quanto nos documentários e cinejornais.

A primeira produtora brasileira a ter um projeto industrial foi a Cinédia, que construiu seus estúdios no bairro de São Cristóvão. A fundação da empresa foi

³² Leite (2005) revela que a tarefa mais urgente da fundação da MPAA foi a elaboração do Código de Produção, para proteger a indústria cinematográfica das questões políticas e morais. Tratava-se de uma autocensura imposta pelos estúdios às produções. Sem dúvida esse Código aproximou Hollywood do Estado, que encontrou no filme uma enorme capacidade de veiculação dos seus interesses.

diretamente responsável pela atração de muitos talentos para o Rio de Janeiro, contribuindo para o fortalecimento criativo da cidade: Gabus Mendes e Wallace Downey vieram de São Paulo, de onde também retornou, definitivamente, Luiz de Barros; Gentil Roiz e Humberto Mauro vieram de Recife e Cataguases, respectivamente, onde foram responsáveis por ciclos de produção; além de outros.

Objetivando fazer filmes de grande qualidade artística e técnica, foi através dos filmes carnavalescos, muitos em co-produção com Wallace Downey, que a Cinédia se destacou e dominou o mercado cinematográfico brasileiro por toda a década de 30 e parte de 40. Apoiada na lei de obrigatoriedade, a empresa também produziu grande número de cinejornais e documentários, alguns diretamente para o DIP. Indubitavelmente, a Cinédia criou quadros de funcionários e atingiu sua meta de criar um sistema de estrelas para a cinematografia nacional.

Outra produtora de importância fundada na década de 30 foi a Brasil Vita Filme, que construiu seus estúdios no bairro da Tijuca. A qualidade dos estúdios foi determinante para que muitas produtoras independentes viabilizassem neles os seus projetos. Aliado aos estúdios e às produtoras privadas, os órgãos públicos que se relacionavam com o cinema, mais especificamente o INCE e o DIP, também foram determinantes para a evolução da aglomeração produtiva cinematográfica carioca, uma vez que produziram grande número de documentários e cinejornais. Simis (2004), nesse sentido, revela, sobre o INCE, que até 1941 haviam sido editados cerca de duzentos filmes e que todo o processo de realização era executado pelo próprio instituto, cuja equipe, liderada por Humberto Mauro, produziu de modo ininterrupto por mais de vinte anos.

No início da década de 40, a fundação da Atlântida potencializou o desenvolvimento da produção cinematográfica carioca, sobretudo quando um dos maiores exibidores do país, Luis Severiano Ribeiro Jr., passou a controlar as ações da produtora, garantindo assim a exibição em suas salas. Simis (2008) aponta a empresa como a maior beneficiada pelo aumento da cota de exibição em 1945, quando os cinemas foram obrigados a exibir três filmes brasileiros de longa metragem por ano. Com filmes baratos, roteiros simples, narrativas dinâmicas, seus filmes emplacaram grandes sucessos e algumas estrelas foram construídas. O sucesso das bilheterias era responsável pela produção do filme seguinte, mantendo a produção constante, feito que nenhuma outra produtora havia conseguido até então (Leite, 2005).

A efervescência da indústria cinematográfica no Rio de Janeiro foi resultado de uma mudança da estrutura institucional, quando novas regras foram determinadas e o Estado assumiu papel de regulador e também de produtor, sediando os seus órgãos na capital, ao mesmo tempo em que aglomeração produtiva evoluía ao encontrar no território da economia criativa da cidade as condições necessárias para se desenvolver. Esse último ponto pode ser ilustrado pelos filmes que fizeram sucesso, os quais se basearam no carnaval carioca e nos artistas das principais rádios. Heffner (2004), nesse sentido, oferece um exemplo bastante ilustrativo dessa relação entre a indústria cinematográfica e as outras atividades criativas existentes no Rio de Janeiro, ao recuperar a biografia de Luiz de Barros:

“Retorna definitivamente ao Rio de Janeiro, montando, em 1933, no Teatro Cassino, a Companhia Teatral Uiária (...) escreve as peças musicais (...). Envolve-se com a decoração do Carnaval, assinando oficialmente os enfeites da cidade por anos a fio. Estende essa atuação aos bailes de Carnaval e a algumas casas de espetáculos. Como diretor artístico dos cassinos da Urca, Atlântico e Marajó cria os cenários e figurinos da maioria dos espetáculos levados à cena até 1945.

Ainda em meados da década de 30 propões co-produção à CINÉDIA, viabilizando o romance musical Carioca maravilhosa. Nos estúdios da CINÉDIA, constrói a caravela utilizada nas filmagens de O descobrimento do Brasil, de Humberto Mauro” (Heffner, 2004, p.49).

Se, por um lado, a mudança institucional produziu impactos significativos na produção de filmes no Rio de Janeiro, por outro, deve-se considerar que, exceção feita às realizações da Atlântida, que contavam com sua rede de exibição própria, os laços de solidariedade de interesses entre os três elos da cadeia produtiva não foram retomados. Não foram raros os casos de protestos dos exibidores frente a lei da obrigatoriedade³³, assim como o descumprimento da regra foi frequente, uma vez que o Estado era incapaz de fiscalizar todos os cinemas (Simis, 2008). Além disso, a nova estrutura institucional não foi capaz de acabar com a venda em lote realizada pelas majors, que comprometia as salas de exibição a projetar todas fitas contidas no grupo. Na prática, isso reduzia o número de dias destinados ao produto nacional.

A cinematografia carioca, apesar do sucesso, era desprezada por boa parte da crítica, que ridicularizava os roteiros e as qualidades técnica e artística da chanchada,

³³ É importante informar que, frente aos outros países, a lei brasileira era bastante aberta à entrada do filme estrangeiro. Na Inglaterra, em 1936, a lei estabelecia que 20% da programação deveria ser nacional; na Itália, em 1935, estipulou-se uma cota máxima de entrada no país de 250 filmes estadunidenses por ano, sendo que no Brasil entraram 1.349; na Alemanha, em 1925, estabeleceu-se que para cada filme estrangeiro, deveria se produzir outro alemão. Além disso, se compararmos a proteção destinada à nascente indústria cinematográfica brasileira com a que foi empregada em outros setores industriais nacionais, verificaremos um distanciamento entre suas práticas (Simis, 2008).

sendo esse comportamento seguido pela elite do país, sobretudo a paulista, cujo pensamento industrializante foi aplicado ao cinema, como se verifica nas palavras de Caldas e Montoro (2006):

“Em consonância com o projeto de construção da modernidade paulista pelas suas elites intelectuais e sua emergente burguesia industrial está o nascimento de instituições culturais como a Cia. Cinematográfica Vera Cruz. Nesse contexto, a Vera Cruz aparece como a grande promessa de um novo cinema nacional, que deveria obedecer a lógica da indústria cinematográfica hollywoodiana, representando o abandono do atraso tecnológico e artístico que marcava até então as produções nacionais” (Caldas e Montoro, 2006, p. 195).

Os estúdios da companhia foram construídos na cidade de São Bernardo do Campo, e a mão-de-obra qualificada foi trazida da Europa. Na esteira da Vera Cruz, surgiram outras produtoras que objetivaram a desenvolver no país o clássico sistema de estúdios de Hollywood. No entanto, apesar da qualidade dos filmes, cujos prêmios falam por si, a experiência cinematográfica industrial fracassou em São Paulo, uma vez que a vida das produtoras foi curta: Vera Cruz (1949-54), Maristela (1950-57), Kino (1952-54), Multifilmes (1952-54). Deve-se acrescentar que as elevadas expectativas acerca da indústria cinematográfica em São Paulo induziram a Cinédia a transferir sua sede do Rio para a capital paulista, onde permaneceu até 1957, quando retornou para o bairro de Jacarepaguá.

Merece ênfase o fato de que o retorno da produção cinematográfica a São Paulo não foi fruto apenas da vontade de uma elite paulista, como muitos apontam, mas reflexo do processo de evolução de um território da economia criativa, conforme se verifica nas palavras de Catani (2004):

“O cinema também participa da efervescência cultural e artística que se observa na cidade de São Paulo após 1945, ocasião em que se assiste ao nascimento de dois museus de arte, de uma companhia teatral de alto nível; à multiplicação de concertos, de escolas de arte, conferências, seminários, exposições, revistas de divulgação artística e cultural; à criação de uma filmoteca; à construção de uma moderna casa de espetáculos; e à inauguração de uma bienal internacional de artes plásticas” (Catani, 2004, p. 357).

Sobre os motivos para o fracasso desses empreendimentos, costuma-se apontar o controle das majors sobre a distribuição como crucial, e a decorrente restrição da rede de exibição. Fatores de ordem econômica, como o tabelamento dos preços dos ingressos, que impediam a geração de receitas capazes de cobrir os custos das produções, e o privilégio que as majors possuíam para realizar suas remessas de lucro

para o exterior, de modo que não utilizavam tais lucros para financiamento interno da indústria nacional, também são recorrentes.

Entretanto, deve-se enfatizar que o projeto das companhias cinematográficas em São Paulo foi concebido fora do seu tempo. Em 1948, por força da lei nos Estados Unidos, as majors foram obrigadas a se desverticalizarem produtivamente, potencializando ainda mais o desenvolvimento da aglomeração produtiva em Hollywood (Storper e Christopherson, 1987 e Scott, 2005). A flexibilização da produção nos EUA engendrou a formação de uma imensa rede de empresas e profissionais, que, pela eficiência da estrutura institucional, interagem e potencializam a criatividade e a inovação de Hollywood.

Diante disso, podemos estabelecer que os estúdios paulistas previam exatamente o oposto, ou seja, estrutura de produção extremamente verticalizada e rígida. Segundo Souza (1981), as causas, portanto, do insucesso foram estúdios caros; orçamentos altos; honorários elevados com contratos de exclusividade mesmo fora do período de produção; e carência de estrutura de distribuição e exibição. Além disso, mesmo sem a pretensão de apresentar uma resposta, cabe questionar, no caso da Vera Cruz, a viabilidade da sua existência em uma cidade que, em breve, se tornaria um exemplo paradigmático do desenvolvimento industrial-fordista no Brasil.

Por outro lado, seria um grave erro desconsiderar os resultados positivos logrados por essa fase dos grandes estúdios paulistas. Afora o grande salto técnico, precisa-se sublinhar o renascimento de uma aglomeração produtiva da indústria cinematográfica em São Paulo, que nos anos seguintes passaria a rivalizar com o Rio de Janeiro na hegemonia do mercado de filmes nacionais. A transformação da Maristela em uma firma pioneira na dublagem de filmes para a televisão (Catani, 2004) e a contribuição dos funcionários e da infra-estrutura da Vera Cruz para que São Paulo assumisse a hegemonia da produção de filmes publicitários (Paranaguá, 2004) ratificam isso.

A conjuntura da segunda metade da década de 50 não era das mais animadoras, uma vez que a experiência dos estúdios paulistas havia fracassado e a Atlântida, no Rio, já demonstrava sinais de esgotamento da sua capacidade de atrair o público, posto que a televisão incorporara a sua linguagem e, assim, cativara o seu antigo espectador.

Surge, nesse âmbito, um movimento cinematográfico de grande vigor e originalidade: o cinema novo, cujos matizes se opunham ao esquema industrial dos anos 50 e aos filmes ditos como alienantes da Atlântida. Ele é fruto do fracasso da produção

industrial e dos efervescentes debates dos congressos de cinema da época, que discutiam os problemas do cinema nacional e os caminhos estéticos a serem buscados. Pode-se afirmar que, para o público exterior, foi um movimento que permitiu o reconhecimento de uma cinematografia especial, esteticamente diferenciada em meio aos filmes de outros países, enquanto que para a plateia nacional permitiu o auto-reconhecimento a partir de uma linguagem extremamente radical (Caldas e Montoro, 2006).

Embora nascido na Bahia, foi no Rio de Janeiro que o cinema novo se consolidou e formou uma geração de cineastas.

“Em 1958, Glauber, ainda no Rio de Janeiro, iniciou os primeiros contatos com nomes que iriam compor o grupo cinema-novista. Dentre estes nomes estavam Cacá Diegues, Miguel Borges, Paulo Saraceni, Leon Hirszman e Joaquim Pedro, que se encontravam informalmente nos bares de Copacabana e do Catete para discutir problemas do cinema brasileiro. Eram frequentadores da Cinemateca do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, onde eram realizadas projeções seguidas de debates” (Caldas e Montoro, 2006, p. 84).

Produtoras importantes surgiram na cidade, como a Copacabana Filmes, de Jarbas Barbosa, que também funcionava como distribuidora; a Mapa Filmes, de Zelito Viana, Glauber Rocha, Walter Lima Jr. e Paulo César Saraceni; a Saga Filmes, de Marco Faria e Leon Hirszman; a Filmes do Serro, de Joaquim Pedro; a L. C. B. Produções Cinematográficas; e a R. F. Farias produções Cinematográficas, de Reginaldo, Roberto e Rivanides Farias; sendo que as duas últimas não estavam alinhadas com a proposta do cinema novo. Além disso, deve-se enfatizar a criação de uma distribuidora, a Difilm, cujo comando era dividido pelas produtoras acima e que foi responsável por alguns sucessos do cinema novo.

Em São Paulo, onde a estética do cinema novo não criou raízes produtivas, a aglomeração cinematográfica também se desenvolvia, porém, com filmes diretamente direcionados ao mercado, sendo a Produções Amacio Mazzaroppi o maior exemplo. No quadro 2.3. que se segue, verifica-se como Rio e São Paulo já haviam se consolidado como as duas aglomerações produtivas mais importantes do país.

Quadro 2.3: Produção cinematográfica brasileira entre os anos de 1956-1966, distribuída pela sede da produção.

Ano	Número de filmes	Produções em São Paulo	Produções no Rio de Janeiro	Outras regiões
1956	25	9	12	4
1957	41	12	22	7
1958	42	12	24	6
1959	57	18	26	13
1960	29	9	14	6
1961	36	6	19	11
1962	28	7	13	8
1963	18	11	6	1
1964	45	8	20	13
1965	41	11	15	15
1966	31	7	17	7

Fonte: Leite, 2005, p. 91.

Ao mesmo tempo em que a produção cinematográfica brasileira continuava viva pelo esforço de produtores e cineastas do Rio de Janeiro e São Paulo, aumentava-se a pressão para que o Estado protegesse e incentivasse o desenvolvimento dessa atividade em bases industriais, assim como era realizado em vários países. Nesse sentido, gradativamente através de congressos e organizações, produtores nacionais conseguiam aumentar seu poder de barganha e angariavam apoio de vários setores da sociedade e de alguns grupos políticos, resultando em significativa mudança da estrutura institucional nas décadas de 60 e 70, pela qual a indústria alcançou níveis recordes de produção e público. O processo foi extremamente lento³⁴, mas possui alguns marcos a serem destacados, como criação de órgãos como o Instituto Nacional do Cinema (INC), a Empresa Brasileira de Filmes (Embrafilme) e o Conselho Nacional de Cinema (Concine), pelos quais se implementaram novas leis e formas de fiscalização.

O INC foi responsável nos seus três primeiros anos pelo financiamento de 38 filmes em regime de produção associada, através da lei que retinha parte do imposto de renda das remessas ao exterior das distribuidoras estrangeiras e destinava esse capital às

³⁴Um ótimo exemplo da lentidão do processo é a oficialização do Instituto Nacional do Cinema (INC) em 1966, cujo projeto de criação tramitava desde 1952.

produções nacionais; aumentou o número de dias da exibição obrigatória de produções nacionais de 69 para 112 em 1975, ano em que foi extinto; instituiu o ingresso único, reduzindo o número de fraudes na bilheteria; concedeu prêmios; e estimulou o desenvolvimento da indústria brasileira com a obrigatoriedade da cópiagem dos filmes estrangeiros em laboratórios nacionais (Simis, 2004b).

A Embrafilme, que foi criada em 1969 com a função inicial de distribuir e divulgar o filme brasileiro no exterior, teve suas atribuições ampliadas, em 1975, quando incorporou as funções e os recursos do extinto INC, responsabilizando-se pela co-produção, distribuição, exibição (chegou a possuir duas salas), comercialização no Brasil e no exterior, financiamento à indústria cinematográfica, promoção de filmes em festivais, importação de filmes estrangeiros e outras responsabilidades (Amancio, 2000). Operando em conjunto, o Concine era responsável pela fiscalização do setor de exibição, sobretudo quando se determinou o aumento para 140 dias de exibição de cinema brasileiro.

Além da atuação desses órgãos, é importante destacar uma lei trabalhista aprovada em 1978, que, pela primeira vez no Brasil, regulamentava as profissões de artista e de técnico em programas, espetáculos e produções.

As informações levantadas por Amâncio (2000) revelam um significativo aumento da produção no Brasil combinado a uma expressiva conquista de mercado, cujo ponto máximo se localiza no ano de 1978, quando os filmes brasileiros obtiveram uma fatia de 37,99% do público total, com realização de mais de cem filmes por ano. Nessa época, apesar dos esforços empreendidos pela Embrafilme para estimular outros centros de produção, as aglomerações produtivas da indústria cinematográfica do Rio e de São Paulo se consolidaram.

A atuação estatal agressiva pela industrialização do cinema brasileiro combinou-se a uma forte censura que restringiu as possibilidades de realização de filmes politizados, e ao passo em que o mercado crescia, enterravam-se os resquícios dos movimentos culturais do período anteriores (Ramos, 1987). O cinema nacional se tornou híbrido, oscilando entre projetos autorais e outros plenamente comerciais, marcando as décadas de 70 e 80 por filmes históricos, adaptações literárias e os de grande sucesso comercial, os filmes infantis e a pornochanchada.

O sistema produtivo já não se caracterizava mais pelas estruturas verticalizadas e as associações de produtores com estúdios e laboratórios eram necessárias para a viabilização dos projetos. Merece destaque, nesta fase, a Boca do Lixo em São Paulo,

onde se realizou grande parte da pornochanchada com financiamentos privados e dependentes das bilheterias. Os projetos se caracterizavam pelo baixo orçamento, esquema de produção simplificado, equipes diminutas e pela ambição de um sistema de estrelas próprio (Ramos, 2004). Durante o seu auge, a concentração de empresas produtoras, a proximidade dos escritórios de distribuidoras e os encontros de artistas nos restaurantes e bares do entorno permitiram que a nomeasse de “Hollywood brasileira”. Contudo, quando, na década de 80, os filmes pornográficos foram liberados no país, a Boca entrou em forte declínio como espaço físico e forma de produção (Abreu, 2004).

No Rio de Janeiro, a evolução da aglomeração produtiva da indústria cinematográfica ganhou, na década de 70, traços que ainda hoje se fazem presentes, sendo a sua relação com a televisão o mais importante. Em outras palavras, a tradição carioca de produção de novelas para a televisão, iniciada na década de 50, ganhou uma dimensão industrial com a Rede Globo, cujas produções se iniciaram em meados dos anos 60. A excelência dessa teledramaturgia não apenas transformou o Rio de Janeiro na cidade dos artistas, como também formou uma série de profissionais altamente qualificados para trabalhar nos bastidores das filmagens. Além disso, o sistema de estrelas construído pela Globo foi rapidamente incorporado pelas produções cinematográficas, constituindo-se em um elemento de grande importância para o sucesso.

Nesse sentido, a pornochanchada carioca diferia da paulista, conforme revelam Caldas e Montoro (2006):

“Em contraponto à pornochanchada popular surgida em São Paulo, houve a pornochanchada luxuosa no Rio de Janeiro. Produções caras, bem cuidadas, podendo ser apoiadas pela proximidade com a Embrafilme, com erotismo suave e ambientadas em cenários sofisticados, onde os diretores expressavam uma visão particular...” (Caldas e Montoro, 2006, p. 150).

Naturalmente, a busca pelo melhor acabamento resultava em equipes de trabalho mais numerosas que as da Boca do Lixo, contribuindo para o desenvolvimento do saber fazer cinematográfico, o qual já era alimentado pelas produções da teledramaturgia.

Outros exemplos da associação entre a cinematografia carioca e televisão foram, e continuam sendo, os estrondosos sucessos obtidos pelos filmes infantis, destacando-se nas décadas de 70 e 80, “Os Trapalhões”, e mais recentemente, todos os filmes da Xuxa e do Renato Aragão. Este último construiu, na baixada de Jacarepaguá, um grande estúdio em meados da década de 80 para a realização de seus projetos, sendo que anos

mais tarde também seriam construídos, nessa região, os grandes estúdios da Globo e o Pólo de Cinema e Vídeo do Rio.

Aos produtores e cineastas que emergiram pelo cinema novo, outros se incorporaram, dotando a indústria cinematográfica carioca de uma produção bastante diversificada. Merece destaque a formação da Associação Brasileira de Documentaristas (ABD) e da Cooperativa dos Realizadores Cinematográficos Autônomos (CORCINA), fundadas nos 70, cujos associados seriam responsáveis pela consolidação da tradição documentarista do Rio de Janeiro, embora em bases muito distintas daquelas que originaram a atividade cinematográfica.

Nos anos 80, apesar da vivacidade do mercado na década anterior, a indústria cinematográfica brasileira iniciou aquela que se concretizaria, alguns anos a frente, na sua maior crise. Entretanto, além de alguns sucessos, merece destaque uma interessante associação entre o cinema e o movimento do rock brasileiro, cujas bases estavam no Rio de Janeiro. Visando ao mercado, realizaram-se filmes cujos temas centrais gravitavam em torno do comportamento dos jovens da época, sendo a música um dos seus elementos centrais. Entre 1985 e 1990, pode-se afirmar que apenas o público infantil permaneceu, caracterizando-se como único segmento a manter uma atividade plena (Ramos, 2004).

Em 1990, com a extinção da Embrafilme e de praticamente todos os órgãos relacionados ao setor cultural, a produção cinematográfica brasileira quase que paralisou, não restando dúvidas acerca de sua dependência estatal. A crise que se seguiu foi uma das mais graves na história da produção brasileira e, em 1992, apenas três filmes foram lançados.

A nova política cinematográfica brasileira somente seria definida a partir de 1991, com a aprovação da Lei de Incentivo à Cultura (Lei Rouanet) e ratificada em 1993 com a Lei do Audiovisual. Fruto da mobilização da classe cinematográfica em torno de uma nova política do Estado para o cinema nacional, a publicação desta lei estabeleceu o modelo de apoio a atividade adotado na atualidade, segundo o qual o Estado se exime de subvenções e financiamentos diretos e cria uma legislação de incentivos fiscais com o intuito de atrair a classe empresarial (Ramos, 2004). Outro movimento importante foi a criação da Riofilme, em 1992, pela prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, ocupando o “vazio deixado pela Embrafilme nas áreas de finalização, co-produção e distribuição, tornando-se praticamente a única distribuidora a trabalhar com filmes nacionais (não apenas cariocas) durante pelo menos três anos (1992-1994)”

(Butcher, 2005, p. 20). Todos os treze filmes brasileiros lançados entre os anos de 1992 e 94 foram distribuídos pela Riofilmes.

A recuperação do fôlego da produção brasileira se intensificou a partir de 1995 com uma posição de liderança ocupada pelo Rio de Janeiro, conforme apresentamos no início do capítulo.

Antes de passarmos ao próximo capítulo, precisamos estabelecer algumas considerações, possíveis até aqui, acerca da evolução da aglomeração produtiva da indústria cinematográfica carioca.

Em primeiro lugar, se retomarmos as características essenciais de uma aglomeração industrial como sendo uma densa concentração de unidades produtivas em um local e a existência de uma forte interdependência funcional e externalidades entre essas unidades, unindo-as em um conjunto, podemos apontar as décadas de 60 e 70 como as que mais vivenciaram o desenvolvimento da aglomeração da indústria cinematográfica no Rio de Janeiro. Naturalmente, as primeiras e pioneiras produtoras cariocas se constituem no seu embrião, porém, foi a partir do movimento do cinema novo, que a organização produtiva extrapolou os limites das firmas e dos estúdios e passou a se territorializar na metrópole. A desverticalização do sistema produtivo se refletiu na proliferação de produtoras que passaram a se associar a outras para conduzirem seus projetos, ao passo em que se aumentava a força de trabalho e acumulava-se o saber fazer. Esse processo foi responsável pela potencialização das externalidades inerentes às aglomerações produtivas, territorializando, dessa forma, as vantagens competitivas.

O pensamento de Arthur (1990), segundo o qual, uma vez que determinada aglomeração assume a liderança produtiva, a evolução subsequente tende a reforçar esta posição, mostrou-se verdadeiro para a indústria cinematográfica brasileira, pois nem mesmo os pesados investimentos paulistas, a partir da década de 50, foram capazes de subordinar hierarquicamente a produção carioca, embora se deva sublinhar a indiscutível consolidação de uma aglomeração produtiva em São Paulo. Outros dois fatores, também determinantes para a supremacia carioca, foram a condição de capital federal exercida pela cidade, que determinou o Rio de Janeiro como sede dos órgãos estatais relacionados ao cinema, e a consolidação da cidade como capital da teledramaturgia brasileira, a partir do início das operações da Rede Globo.

Em segundo lugar, quando recorremos à análise institucional proposta por North (1990), segundo a qual as instituições são determinantes para interação social, política

ou econômica e a forma como elas evoluem ao longo do tempo e do espaço se apresenta como uma boa ferramenta para compreensão da história e da performance econômica dos países, estados ou cidades, há de se considerar os gargalos da estrutura institucional brasileira. De modo geral, a demora do Estado em reconhecer a importância da indústria cinematográfica, evidenciada pela timidez das leis que a protegiam, foi determinante para que o mercado brasileiro fosse dominado por Hollywood, sendo o rompimento entre os elos da exibição e da produção o mais grave dos problemas gerados. De fato, a ausência de uma política de proteção a uma indústria nascente no país restringiu enormemente a evolução da aglomeração produtiva carioca.

Nesse sentido, se as regras formais, que valem para todo o país, foram restritivas ao desenvolvimento de qualquer aglomeração cinematográfica, podemos então, por eliminação, apontar que as instituições informais foram determinantes na trajetória dessas aglomerações. Ou seja, apesar da impossibilidade de comprovação, a cultura carioca (utilizamos aqui a definição antropológica) proveu uma estrutura de interação entre os agentes produtivos (produtores, cineastas, atores, técnicos etc), incentivando a formação das redes e, assim, engendrando a geração das externalidades que podem ser compreendidas como economias de aglomeração.

De todo modo, as lacunas deixadas pelas instituições formais no início da história cinematográfica brasileira ainda são presentes, e não por acaso a evolução dessa indústria foi marcada por intermitências da produção; dificuldades no restabelecimento da solidariedade entre os elos da indústria; demora no reconhecimento do seu caráter industrial; dependência estatal; e dificuldade em propor políticas públicas inovadoras. Diante disso, tornou-se impossível a consolidação de uma aglomeração produtiva da indústria cinematográfica vencedora no Brasil, de acordo com a proposta evolutiva de Scott (2005), porém a posição de liderança ocupada pelo Rio de Janeiro sugere que estamos na segunda fase da trajetória evolutiva e, por isso, investigaremos no próximo capítulo a sua aglomeração produtiva.

Capítulo 3: Globo Filmes, indústria cinematográfica e o território produtivo da economia criativa

As indústrias culturais se materializam na paisagem das grandes cidades na forma de densas aglomerações de firmas e de trabalhadores, conforme já se discutiu no primeiro capítulo. Pela perspectiva evolucionista de uma aglomeração produtiva, apresentada no capítulo anterior, existe um processo pelo qual uma localidade se torna mais importante que as demais e passa a ser reconhecida como a aglomeração vencedora, onde se manifesta a maior concentração de firmas, trabalhadores qualificados e volume de produção. Nessa abordagem, a estrutura institucional desempenha papel de grande relevância na trajetória das distintas aglomerações, sendo, assim, parte crucial na explicação desse processo.

No entanto, uma determinada aglomeração produtiva de uma indústria cultural não é capaz de se desenvolver descolada de outras aglomerações produtivas das demais indústrias culturais. Em outras palavras, a indústria cinematográfica não se realiza sem outras indústrias culturais e de bens tradicionais da economia. Alguns exemplos citados nos capítulos anteriores procuraram destacar essa relação, de modo que se percebesse a importância da indústria da música, da publicitária, da televisiva e dos profissionais do carnaval ou os designers para a produção de um filme. Outra forma de se perceber a relação entre as indústrias culturais é o fato de que, durante os anos da mais grave crise produtiva do cinema nacional, os profissionais da indústria cinematográfica brasileira se mantiveram ocupados pelo dinamismo das demais indústrias culturais. Enquanto a força do mercado publicitário foi a principal alternativa em São Paulo, no Rio de Janeiro, a teledramaturgia e os vídeos cliques demandados pela indústria da música suportaram as atividades das produtoras e dos profissionais criativos e técnicos.

Desse modo, podemos apontar que as aglomerações produtivas se inserem em uma estrutura maior, onde se localizam outras aglomerações produtivas, estando todas interconectadas. Apenas as grandes metrópoles conseguem engendrar a formação dessas estruturas, as quais podem ser apreendidas como territórios produtivos da economia criativa, os quais se configuram em fontes de recursos para as aglomerações, ao mesmo tempo em que são alimentados por elas.

A partir da discussão estabelecida no capítulo anterior, constatamos que não houve a consolidação de uma aglomeração produtiva da indústria cinematográfica vencedora no Brasil. No entanto, podemos apontar que concorrem nesse âmbito apenas

as metrópoles do Rio de Janeiro e de São Paulo, sendo que, pelos indicadores atuais, a primeira se posiciona na liderança. Atualmente, não há como afirmar qual delas se tornará hegemônica, uma vez que as duas aglomerações estão inseridas em metrópoles, cujos territórios produtivos da economia criativa oferecem recursos vitais à atividade cinematográfica. Além disso, é bastante provável que não haverá no Brasil uma aglomeração produtiva da indústria cinematográfica vencedora, nos mesmos moldes das de Hollywood ou Paris, que foram citadas no primeiro capítulo, sendo bastante provável, portanto, a co-existência das aglomerações carioca e paulista.

Contudo, alguns fatores indicam que a aglomeração cinematográfica carioca pode permanecer como a hegemônica no país, dentre os quais destacamos o fato do Rio ter sido a única metrópole brasileira com uma produção perene ao longo de toda a história; o saber fazer acumulado em função da teledramaturgia (inclusive atraindo a produção de telenovelas de emissoras de televisão sediadas em São Paulo); a presença da Globo Filmes como empresa central na organização da indústria cinematográfica brasileira; a presença das empresas e do banco que mais fomentam a economia da cultura no Brasil (Petrobras e Oi, por exemplo, e BNDES), assim como do órgão público responsável pelas diretrizes da indústria do cinema (ANCINE); e a viabilidade de realização de filmes inteiramente cariocas, uma vez que há na Cidade empresas capazes de atender às demandas de todas as etapas da produção³⁵.

Nesse sentido, com base em toda discussão realizada até aqui, estamos em condições efetivas de alcançar o principal objetivo desta tese, que consiste na investigação sobre a existência e o desenvolvimento de uma aglomeração produtiva da indústria cinematográfica no interior da Metrópole do Rio de Janeiro, cujas fontes de crescimento se encontram em um território produtivo da economia criativa enraizado nos limites metropolitanos. Como suas bases históricas e nível atual de produção já foram discutidos, precisamos, agora, responder às seguintes questões: como está organizada a indústria do cinema nacional pós-retomada? Qual é a importância da Globo Filmes nessa organização? Como o território produtivo da economia criativa sustenta a aglomeração produtiva da indústria cinematográfica? Como é a espacialização dessa aglomeração produtiva e quais são os fatores de competitividade mais valorizados pelas produtoras dentro desse território produtivo da economia criativa

³⁵ Em São Paulo também existem empresas capazes de atender às demandas de todas as etapas do processo de produção.

carioca? E, finalmente, a partir do reconhecimento da espacialização, por que a atividade produtiva cinematográfica se baseia em relações de proximidade?

Antes disso, porém, queremos ressaltar que não estamos realizando nenhuma previsão acerca da consolidação hegemônica da aglomeração cinematográfica do Rio de Janeiro, uma vez que os dados apresentados no início do capítulo anterior revelaram um crescimento da produção de filmes em São Paulo, onde também há um denso território produtivo da economia criativa, no qual se insere a mais importante aglomeração produtiva da indústria publicitária brasileira, cujas economias de aglomeração podem engendrar um desenvolvimento mais intenso da indústria cinematográfica paulista. Dessa forma, a opção pelo estudo da aglomeração produtiva da indústria cinematográfica do Rio de Janeiro decorre da atual primazia e dos fatores citados acima.

3.1. A indústria do cinema nacional pós-retomada

O processo de desverticalização produtiva da indústria do cinema nacional que se iniciou na década de 60 do século passado, em função da decadência dos grandes estúdios, aprofundou-se após a retomada da produção de filmes no país ocorrida a partir da segunda metade dos anos 90. A emergência de um sistema produtivo desverticalizado capaz de ser analisado como uma unidade decorre, portanto, da rede de interações entre as firmas que o compõem.

Conforme se verificou no capítulo anterior, os filmes que contam com a participação da Globo Filmes abarcam a maior fatia do público do cinema nacional, permitindo-nos estabelecer que tal produtora se configura em um elemento central da indústria cinematográfica brasileira. Como a esmagadora maioria desses filmes é distribuído pelas majors, estas também devem ser consideradas como nós centrais na organização do sistema produtivo.

Nesse processo, o número de produtoras cinematográficas se multiplicou, assim como a quantidade de empresas que oferecem insumos diretos e indiretos para elas ao longo das etapas de realização de um filme. Se, por um lado, tanto a Globo Filmes quanto as majors não se envolvem diretamente com a produção, por outro, desempenham importantes e diferentes papéis.

A primeira, por ser parte do maior grupo midiático nacional, atua de maneira decisiva no marketing do filme, assim como no desenvolvimento do projeto (roteiro, elenco e padrão de filmagem). Nesse sentido, o grupo Globo controla importantes

elementos para o sucesso do filme, dentre os quais destacamos a capacidade de divulgação e, tão ou mais importante que isso, a exclusividade dos principais atores e atrizes do país, os quais possuem contratos com a emissora de televisão. Combina-se, desse modo, a flexibilidade das produtoras que desenvolverão o projeto com a força midiática e a estrutura verticalizada da Globo, que se manifesta pelo controle das principais estrelas da televisão, as quais, por consequência, se tornaram, também, as maiores do cinema. Além disso, não podemos deixar de considerar a influência do padrão audiovisual da sua teledramaturgia sobre a cinematografia, como nos revela Butcher (2005).

“Existe na retomada (...) um elemento que estabelece uma diferença em relação aos períodos anteriores do cinema brasileiro, uma transformação profunda no país que alterou a posição do cinema na cadeia do audiovisual e redefiniu a imagem hegemônica do Brasil. Esse elemento novo – a televisão – se solidificou justamente enquanto a Embrafilme entrava em decadência. Não falamos, aqui, da televisão, simplesmente, mas da constituição de uma rede nacional e a transformação de um canal específico (a TV Globo) em potência audiovisual mundial (...)

Se, no passado, os filmes nacionais moldavam-se segundo modelos estrangeiros (fosse ele hollywoodiano ou europeu), esse modelo transferiu-se para dentro do Brasil mesmo, morando, agora, no ‘padrão Globo’. Na retomada, portanto, passou a ser uma espécie de questão de honra para o cinema recuperar a capacidade de se comunicar com seu público. Uma capacidade que, agora, estava nas mãos da TV e tornava necessário o diálogo com ela” (Butcher, 2005, p. 69-70).

Complementarmente à Globo Filmes, as majors são responsáveis pela estratégia de distribuição dos filmes e financiamento de algumas produções, sendo esta última função decorrente do Artigo 3º da Lei do Audiovisual, segundo o qual as multinacionais podem abater até 70% do imposto incidente na remessa de lucros e dividendos decorrentes da exploração de obras audiovisuais estrangeiras no território nacional, desde que os recursos sejam investidos na co-produção de obras audiovisuais cinematográficas brasileiras de produção independente, em projetos previamente aprovados pela ANCINE.

Desse modo, o sistema produtivo se constitui pelo conjunto das transações existentes entre empresas pequenas, especializadas e interdependentes. As forças da aglomeração, que são as responsáveis por evitar a dispersão espacial dessas empresas, foram potencializadas pela desverticalização e tendem a enraizar as vantagens competitivas.

Se, por um lado, o oligopólio das majors garante a escala da distribuição e a Globo oferece suas estrelas e mídia, por outro lado, as pequenas produtoras são responsáveis pela inovação, qualificação dos trabalhadores e pela oferta de projetos

variados, que serão avaliados pelas primeiras. Os dados apresentados no quadro 3.1³⁶ que se segue confirmam o pequeno porte das empresas integrantes do sistema produtivo e evidenciam, portanto, um dos aspectos da desverticalização produtiva.

Quadro 3.1: Tamanho das empresas das atividades cinematográficas e de vídeo segundo as faixas de pessoal ocupado, por Unidade Federativa da sede da empresa, no ano de 2006, em números absolutos e participação relativa no total da Unidade Federativa.

Faixas de pessoal ocupado	Brasil		Rio de Janeiro		São Paulo	
	Número de empresas	Participação sobre o total de empresas (%)	Número de empresas	Participação sobre o total de empresas (%)	Número de empresas	Participação sobre o total de empresas (%)
0 a 4	10.864	92,05	1.558	89,95	4.986	93,28
5 a 9	532	4,51	90	5,19	197	3,68
10 a 19	232	1,96	41	2,36	89	1,66
20 a 29	65	0,55	17	0,98	24	0,45
30 a 49	50	0,42	11	0,63	23	0,45
50 a 99	38	0,32	8	0,46	16	0,30
100 a 249	16	0,13	5	0,28	9	0,17
250 a 499	2	0,02	1	0,05	-	-
500 e mais	2	0,02	1	0,05	1	0,02
Total	11.801	100	1.732	100	5.345	100

Fonte: IBGE, base SIDRA, tabela 2869.

De fato, a indústria cinematográfica, assim como qualquer indústria criativa, não é uma grande geradora de emprego, mas de trabalho. As produtoras possuem um quadro fixo de funcionários muito pequeno e por vezes restrito à administração, no entanto quando o filme entra em produção, as contratações de trabalhadores e de outras firmas promovem uma verdadeira explosão no número de pessoas ligadas à produtora. Outra característica importante desse sistema produtivo é que as produtoras com maior número funcionários são as que procuram ganhos de escala e adotam certas

³⁶Deve-se considerar para esse quadro a mesma ressalva apresentada na página 37 do segundo capítulo.

padronizações em seus filmes. Contudo, isso não significa que só realizem filmes padronizados.

Dentro do sistema produtivo, as produtoras e as demais firmas envolvidas interagem na medida em que o projeto avança pelas fases de produção, mobilizando trabalhadores com as mais diversas habilidades e competências: pré-produção (ideias iniciais, preparação de cenário, procura por locações, finanças, formação de elenco etc.); produção (grande número de trabalhadores envolvidos com direção, atuação, câmera, iluminação, maquiagem, logística etc.); e pós-produção (processo fotográfico, edição do filme e do som, efeitos especiais etc.). Entretanto, há diferentes padrões de interação que decorrem das diferentes propostas cinematográficas e dos distintos níveis de competitividade dos filmes no mercado, de modo que podemos reconhecer um subsistema hegemônico organizado pela Globo Filmes e pelas majors e outro independente, cujos projetos estão descolados desses dois elementos.

3.1.1. Os subsistemas produtivos da indústria cinematográfica brasileira

Embora a Lei do Audiovisual estabeleça que a “produção independente é aquela cujo produtor majoritário não é vinculado, direta ou indiretamente, a empresas concessionárias de serviços de radiodifusão e cabodifusão de sons ou imagens em qualquer tipo de transmissão”, tal definição não se presta ao nosso propósito de descrever o sistema produtivo cinematográfico nacional a partir de dois subsistemas, um hegemônico e outro independente. Nesse sentido, recorreremos ao risco de estabelecermos um critério próprio.

Segundo Butcher (2005), a produção independente no Brasil deve ser definida pela ausência da Globo Filmes no projeto. Entretanto, essa proposta reduz a importância que as distribuidoras possuem para o sucesso comercial de um filme. Sendo assim, em função do domínio do mercado cinematográfico exercido pela Globo Filmes e do amplo controle que as majors exercem sobre a distribuição, estabelecemos que quando um desses elementos estiver integrado a um determinado projeto, este será considerado como integrante do subsistema produtivo hegemônico da indústria cinematográfica. De outra forma, os projetos que não contarem com a participação dessas empresas serão considerados independentes.

Naturalmente, qualquer tipologia é passível de críticas, uma vez que dificilmente conseguirá abarcar com sucesso todos os casos analisados. Porém, acreditamos que a nossa opção funcionará em sua maioria para o nosso propósito.

3.1.1.1. O subsistema hegemônico: Globo Filmes e as majors

Parte do maior grupo midiático do país com atuação destacada na televisão aberta e fechada, rádio, gravadora musical, edição de jornais, livros e revistas e internet, a Globo Filmes se consolidou como elemento central na organização do sistema produtivo cinematográfico brasileiro em função das sinergias existentes dentro desse conglomerado. Ou seja, o fato de diversas empresas de entretenimento e cultura estarem sob a administração de um mesmo grupo gera uma forte sinergia entre os diversos segmentos.

A produção da Globo Filmes combina verticalização com desverticalização, uma vez que possui o poder de produzir inteiramente um filme, utilizando toda a estrutura montada para a gravação dos programas e principalmente das novelas que são exibidas na grade televisiva. Nesse sentido, alguns filmes foram realizados dentro do PROJAC, como são os exemplos de “Os Normais”, “A Grande Família” e o último filme do “Casseta e Planeta”. No entanto, como comentado anteriormente, esta não é a principal forma de atuação da empresa, que prefere se associar a diversas produtoras que assumem a responsabilidades durante o processo produtivo, seja para filmes de grande mercado ou de nicho de mercado.

Como historicamente um dos principais gargalos da produção nacional é o marketing, a associação com a Globo Filmes garante aos diversos produtores o acesso ao principal veículo de comunicação do país e, dessa forma, adquire-se um componente fundamental para o sucesso, embora esta não seja a única participação da empresa no desenvolvimento de um projeto. Conforme explicitado no capítulo anterior, a Globo Filmes se encarrega da supervisão dos principais ativos de um filme, como se percebe em mais uma entrevista do seu diretor:

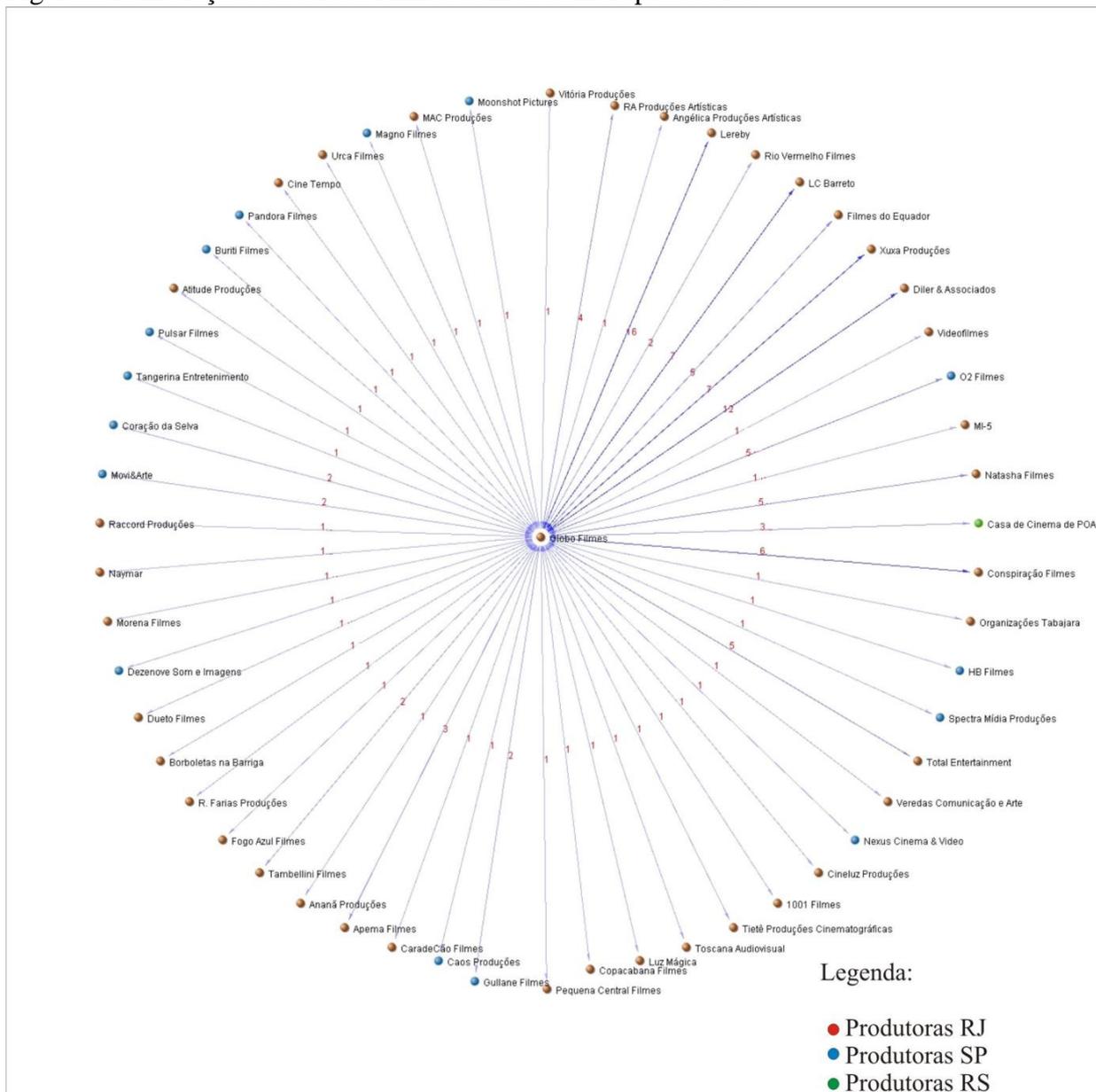
“Quando se fala da participação da Globo Filmes em um sucesso, só se presta atenção na mídia, enquanto o processo é bem mais abrangente. Temos participação ativa desde o momento em que escolhemos o projeto até a hora do lançamento. Estamos interessados em obra de conteúdo nacional, de qualidade e com potencial popular (...) Uma equipe avalia os roteiros que chegam à Globo Filmes seguindo uma metodologia que leva em conta conceito, desenvolvimento, personagens, diálogos, valores sociais, etc. Os que são aprovados ganham uma avaliação detalhada de Daniel Filho. Depois, o conselho artístico (formado por mim, por Guel Arraes e por Juarez Queiroz, coordenador de projetos de cross media da Globo) se reúne e discute a grade de filmes. Então, esses projetos são apresentados à alta direção da Globo, para dar o ok e discutir os parâmetros de negociação. Passamos então à supervisão artística, que inclui acompanhamento de roteiro, apoio à produção, escolha do elenco e muito mais (...). Na minha opinião, atestada pela vivência prática dos resultados, a supervisão artística é a melhor contribuição que a Globo Filmes pode dar a um projeto. Mal comparando, desempenhamos o papel de produtor americano adaptado à realidade brasileira” (Boletim Filme B apud Butcher, 2006, p. 77).

A exclusividade que os principais atores e atrizes do Brasil possuem com a emissora de televisão também é utilizada ora de maneira vertical, ora desverticalizada, uma vez que para realizarem trabalhos para outras empresas, tais artistas precisam ser autorizados pela emissora.

Todas as sinergias apontadas garantem a Globo Filmes uma liderança incontestável no mercado cinematográfico brasileiro, permitindo a empresa obter sucesso de público mesmo que o filme não seja distribuído por uma das majors. Dessa forma, pesquisamos no site da produtora a sua filmografia, com o objetivo de identificar as principais produtoras parceiras da empresa, visando, mais especificamente, a investigar a existência de algum padrão espacial dessas associações.

O resultado se encontra na figura 3.1 abaixo, na qual inserimos todas as empresas que se associaram a Globo Filmes nos seus dez anos de existência (1998-2008). É importante esclarecer que algumas dessas produtoras não existem mais, além do fato de que algumas empresas associadas não são unicamente produtoras cinematográficas. Nos casos em que as majors apareceram como co-produtoras, optamos por não inserir essas informações, uma vez que elas atuam prioritariamente no financiamento dos filmes que serão por elas distribuídos e, além disso, apresentaremos essa relação mais à frente. O mesmo procedimento foi adotado para as empresas de pós-produção, uma vez que a associação é financeira, através de algum desconto em troca de participação nas receitas do filme. Outro esclarecimento importante é que as empresas estão organizadas no gráfico, em sentido horário, de acordo com a primeira vez em que realizaram alguma parceria com a Globo Filmes. Assim, podemos reconhecer que a primeira empresa a se relacionar foi a R.A. Produções Artísticas, enquanto que a Vitória Produções foi a última. Finalmente, o número que aparece entre a Globo Filmes e as demais empresas representa a quantidade de vezes em que elas estiveram reunidas em um mesmo projeto.

Figura 3.1: Interações da Globo Filmes com as demais produtoras



Fonte: Site da Globo Filmes. Esquema elaborado pelo autor.

Tanto pela quantidade, quanto pela intensidade das interações, a Globo Filmes interagiu nesses dez anos majoritariamente com produtoras cariocas, no entanto, confirmando a emergência da cinematografia paulista nos últimos dois anos, percebe-se um crescimento nesse período final das parcerias com produtoras de São Paulo. O Rio Grande do Sul aparece representado por apenas uma produtora.

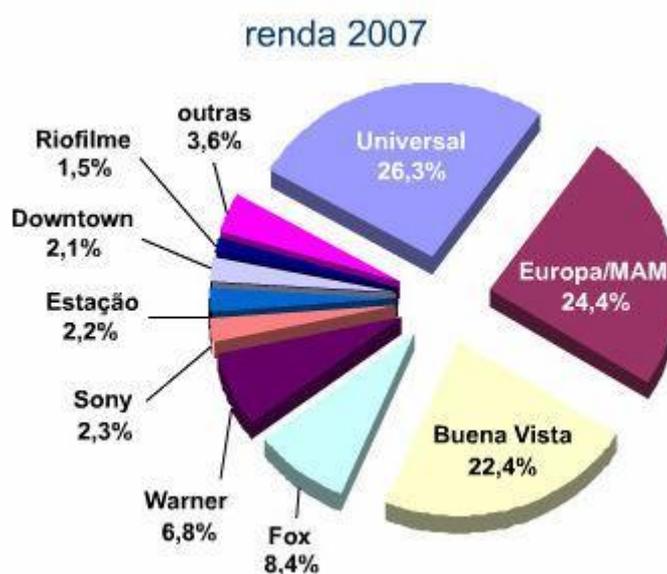
Uma constatação relevante é que muitas associações não se realizaram mais do que uma vez, sugerindo-nos, já nesse momento, uma realidade da indústria cinematográfica brasileira de que poucas são as produtoras com produção constante,

embora no gráfico não conste informações sobre as produções sem parceria com a Globo Filmes.

Ainda que a Globo Filmes domine o mercado e mantenha significativa capacidade de produção vertical, assume relações com diversas produtoras independentes para diluir o risco e diversificar o mercado. Nessa estratégia, tem estimulado a proliferação de produtoras, assim como dinamizado o mercado para as já existentes, sendo a relação de proximidade uma importante vantagem para as que estão sediadas no Rio de Janeiro. Vale mencionar que no bairro (Barra da Tijuca) onde se localiza a Globo Filmes, também estão duas produtoras de intensas parcerias, a Lereby e a Diler & Associados.

Além da Globo Filmes, afirmamos anteriormente que as majors também se constituem em elementos de grande relevância para a organização de um subsistema hegemônico da indústria cinematográfica nacional. A comprovação dessa realidade pode ser obtida através do gráfico 3.2 que se segue, pelo qual se visualiza o domínio de mais de 67% da renda do cinema nacional em 2007.

Gráfico 3.1: Fatia de mercado da renda do cinema nacional em 2007 pelas distribuidoras.



Fonte: Retirado do site www.filmeb.com.br

Desde quando chegaram ao Brasil, no início do século passado, as majors exercem grande controle sobre o mercado cinematográfico nacional, sendo por esse motivo alvo de muitos críticos que creditam a tais conglomerados boa parte das

dificuldades enfrentadas pelos produtores brasileiros. Indiscutivelmente, as ações dessas multinacionais têm como principal objetivo a manutenção do domínio da produção de Hollywood sobre as demais cinematografias, no entanto, elas também se constituem em um elemento crucial para o fortalecimento da produção nacional, uma vez que possuem uma ampla rede de distribuição com alcance nacional e internacional. Além disso, em função do artigo terceiro da Lei do Audiovisual, as majors se tornaram importantes financiadoras dos filmes brasileiros.

Apesar da grande maioria das distribuidoras se localizar em São Paulo, o fato delas atuarem prioritariamente no financiamento do projeto restringe o processo de crescimento da aglomeração produtiva nesta metrópole, uma vez que a transação financeira ocorre sem grandes restrições espaciais. Definitivamente, ainda que importante, o papel das majors na indústria cinematográfica brasileira é bastante diferente do desempenhado nos Estados Unidos, onde, segundo Scott (2005), associam-se com empresas menores (subsidiárias e independentes), as quais assumem as responsabilidades durante o processo produtivo, garantindo-lhes, em contrapartida, financiamento e gerenciamento da produção através de protocolos e contratos. Outra possibilidade é a aquisição de filmes prontos, mas sem distribuição e marketing acertados.

Esse contraste decorre do fato de que a produção de filmes no Brasil não se insere na estratégia de longo prazo desses conglomerados, sendo uma resposta às determinações da Lei do Audiovisual que estabelece taxaço sobre a remessa de lucros originados na exploração de conteúdos audiovisual. A estratégia das majors continua a ser o controle do mercado cinematográfico mundial para os seus filmes produzidos em Hollywood. Nesse sentido, o efeito delas sobre as aglomerações produtivas no Brasil é bem menos impactante do que nos Estados Unidos, todavia isso não implica em desconsiderá-las como elemento central do subsistema hegemônico, uma vez que possuem enorme capacidade de distribuição e comercialização de filmes.

O motor de dinamismo das aglomerações produtivas é a produção em si, considerando-se todas as suas etapas, e as economias de aglomeração que passam a ser geradas internamente, assim como obtidas através de outras aglomerações produtivas das distintas indústrias criativas. Nesse sentido, se porventura, nos próximos anos, São Paulo superar a produção carioca, isso não será decorrente apenas das externalidades produzidas pelas distribuidoras multinacionais, mas, sobretudo, consequência das economias de aglomeração geradas no interior das diversas aglomerações produtivas

das indústrias criativas existentes na metrópole paulista, todas elas inseridas no seu território produtivo da economia criativa. Além disso, a proximidade física entre as duas principais metrópoles do Brasil favorece uma relação de complementaridade entre elas, que pode ser exemplificada através das interações entre os escritórios das majors, localizados em São Paulo, e as produtoras, localizadas no Rio de Janeiro.

No quadro 3.2 abaixo evidenciamos como o subsistema hegemônico não se configura no mais importante em termos quantitativos de produção, porém, como já citado anteriormente, ele controla a maior fatia do mercado pelos motivos também já comentados. No entanto, é possível perceber que o aumento da realização de filmes ocorrido nos últimos anos é decorrente da intensificação da produção independente, cuja característica é a realização de filmes sem a participação dos dois elementos centrais ao subsistema hegemônico.

Quadro 3.2: Evolução da produção cinematográfica nos subsistemas hegemônico e independente da indústria cinematográfica brasileira entre os anos de 2003 e 2007.

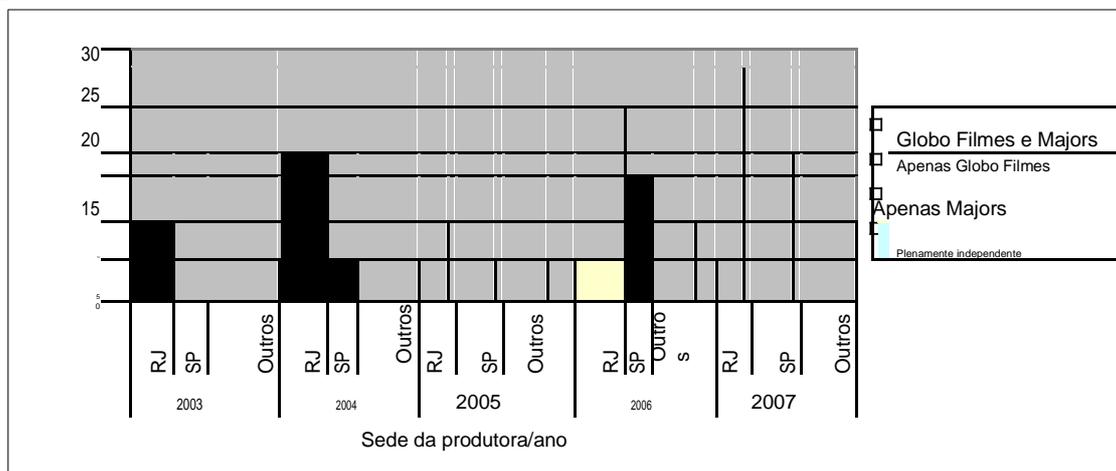
	2003	2004	2005	2006	2007
Globo Filmes e Majors	10	7	8	9	9
Apenas Globo Filmes	1	2	0	3	5
Apenas Majors	5	10	6	7	6
Produção independente	13	29	28	51	58
Total	29	48	42	70	78

Fonte: ANCINE, Filmes nacionais lançados entre 1994 e 2004, 2005, 2006 e 2007 e site da Globo Filmes. Quadro elaborado pelo autor.

No gráfico 3.2 abaixo, desagregamos os dados do quadro acima por sede da produtora e, dessa forma, confirmou-se a liderança produtiva do Rio de Janeiro, inclusive quando o projeto é capitaneado apenas por uma das majors, sem participação da Globo Filmes. Dessa forma, ratifica-se a afirmação realizada anteriormente de que, em função das estratégias das majors no Brasil e da proximidade entre o Rio de Janeiro e São Paulo, tais conglomerados multinacionais não induzem necessariamente o crescimento da aglomeração produtiva da indústria cinematográfica na metrópole

paulista, recorrendo, majoritariamente, aos contratos de produção com as produtoras cariocas.

Gráfico 3.2: Produção cinematográfica nos subsistemas hegemônico e independente da indústria cinematográfica brasileira entre os anos de 2003 e 2007, por sede da produtora.



Fonte: ANCINE. Filmes nacionais lançados entre 1994 e 2004, 2005, 2006 e 2007 e site da Globo Filmes. Gráfico elaborado pelo autor.

3.1.1.2. O subsistema independente

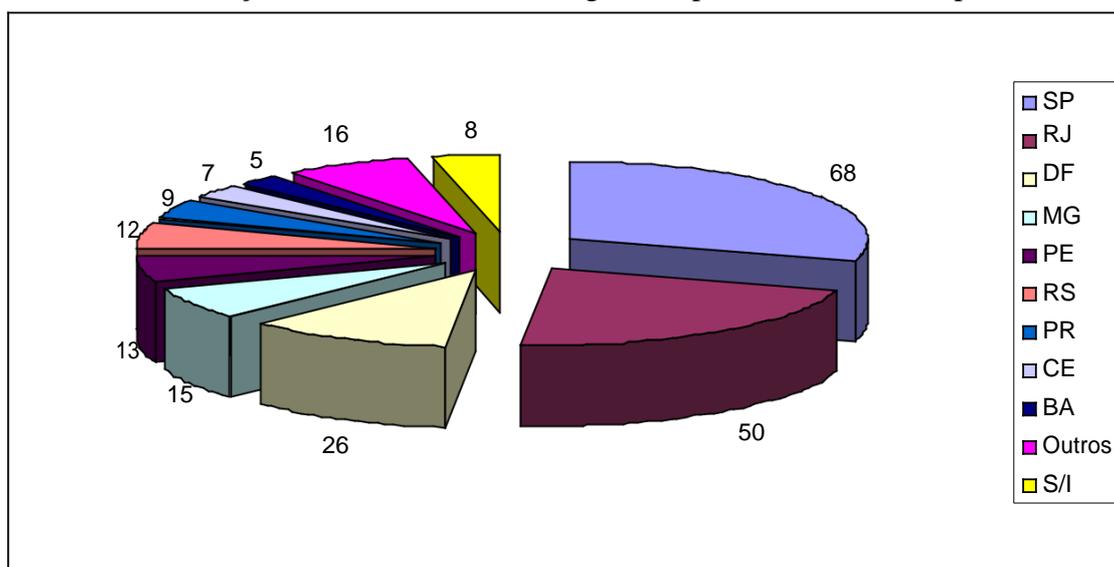
Pelo gráfico anterior podemos visualizar a crescente participação dos projetos independentes no total de filmes realizados no país. Parte deles foi conduzido por produtoras que ora se inserem no subsistema hegemônico, ora não. Outra parte é realizada por produtoras efetivamente independentes, cujos projetos nunca interagem com a Globo Filmes ou com as majors.

Embora o gráfico sugira um dinamismo na produção independente, o acesso desses filmes ao mercado cinematográfico é bastante restrito e, conseqüentemente, costumam ter desempenhos muito fracos economicamente. Ou seja, mesmo os filmes que possuem grande valor simbólico não geram valor econômico na mesma proporção. Em função disso, são projetos plenamente dependentes de financiamentos externos. Além disso, poucas são as produtoras que conseguem manter algum ritmo na produção, sendo frequente os casos de produtoras com apenas um filme realizado nos últimos dez anos. Enquanto algumas dessas não existem mais, outras não se concentram efetivamente na produção cinematográfica. Todavia não podemos desconsiderar a existência de uma produção independente conduzida com certa perenidade por algumas produtoras que atendem a nichos de mercado.

Se, por um lado, muitas críticas podem ser realizadas a determinados projetos cujos desempenhos de mercado são muito distantes dos valores captados para suas realizações, por outro lado, deve-se enfatizar que nesse subsistema também geram-se externalidades positivas para o sistema produtivo, incluindo a possibilidade de fluxo de talentos para o subsistema hegemônico.

Nessa perspectiva, de geração de externalidades pelo subsistema independente e de possível fluxo de talentos entre os subsistemas, devemos acrescentar a importância da produção de curtas e médias metragens, os quais se realizam à margem do mercado e dependentes dos financiamentos públicos, patrocínios e dos incentivos originados pela Lei do Audiovisual. Conforme se verifica no gráfico 3.3, a produção de curta e média metragens, em função da reduzida complexidade frente aos de longa metragens, é melhor distribuída pelo país, todavia Rio de Janeiro e São Paulo permanecem como os principais centros de produção.

Gráfico 3.3: Produção de curta e média metragens no período 2007-2008, por estado.



Fonte: Site Kinoforum. Gráfico elaborado pelo autor.

Se reunirmos as informações dos últimos dois gráficos acerca da realização de filmes em São Paulo, perceberemos que o crescimento da produção cinematográfica paulista está concentrado nos projetos independentes, sendo uma clara consequência da atual política de fomento existente no Estado, cuja atuação é mais ampla que a de qualquer outro. Naturalmente, a geração de externalidades poderá nos próximos anos

contribuir para que a aglomeração produtiva da indústria cinematográfica paulista também amplie a sua participação no subsistema hegemônico.

Dessa forma, a segmentação que propusemos do sistema produtivo da indústria cinematográfica brasileira em dois subsistemas não implica em compreendê-los de modo paralelo, uma vez que as externalidades geradas no interior de cada um deles alimentam a aglomeração produtiva da indústria cinematográfica.

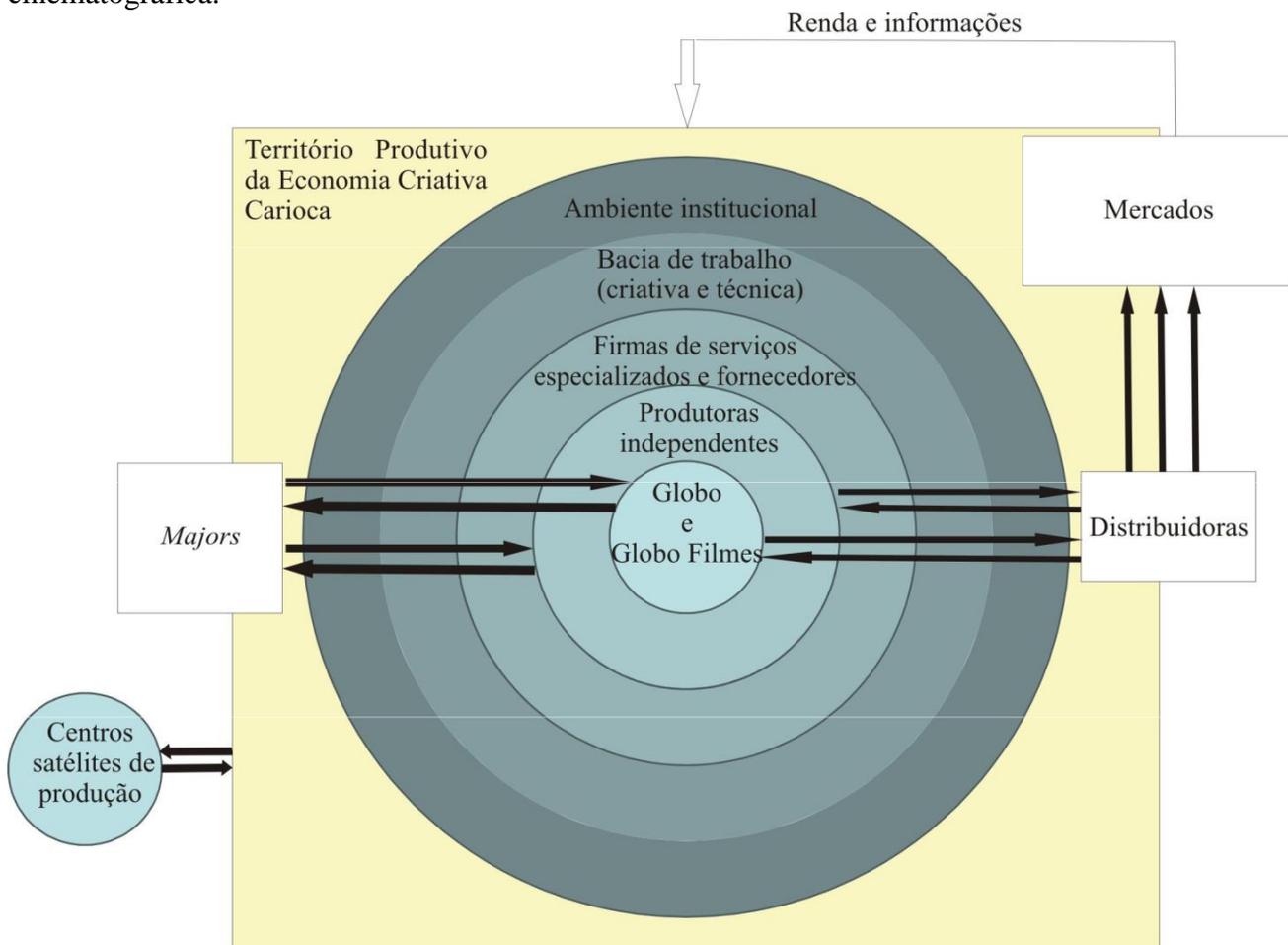
3.2. A aglomeração produtiva da indústria cinematográfica carioca e o território produtivo da economia criativa

A partir da compreensão acerca da organização da indústria cinematográfica nacional pós-retomada em dois subsistemas produtivos, podemos, agora, avançar na discussão sobre a relação entre eles e o território produtivo da economia criativa carioca, que, como enfatizado em inúmeros momentos, constitui-se no principal objetivo desta tese. Nesse sentido, procuramos sintetizar as relações internas e externas ao território produtivo da economia criativa carioca promovidas por sua aglomeração produtiva da indústria cinematográfica na figura 3.2³⁷. Esse esquema foi fortemente baseado em outros propostos por Scott e Leriche (2005) e Scott (2005), que, por sua vez, derivam da teoria contemporânea acerca do desenvolvimento regional e, por esse motivo, permite-nos discutir a territorialização da atividade produtiva a partir das economias de aglomeração e dos efeitos de proximidade. Naturalmente, adequamos a proposta dos referidos autores à nossa realidade e, além disso, optamos em nossa versão por trabalhar com o conceito de território produtivo, em vez de meio geográfico, como o fazem Scott e Leriche (2005) e Scott (2005).

Em nossa construção, julgamos crucial a inclusão da Globo ao lado da Globo Filmes no coração do esquema, uma vez que a sua influência midiática é um elemento vital para a constituição do subsistema hegemônico da indústria do cinema nacional. Outro esclarecimento importante, antes de passarmos efetivamente para a análise do esquema, é de que as estruturas que estão parcialmente inseridas no território produtivo da economia criativa representam um padrão espacial de firmas que se localizam no Rio de Janeiro, mas também em São Paulo, além dos mercados que, por motivos óbvios, não se restringem ao local de produção.

³⁷Esse esquema não possui nenhuma relação com a representação espacial de Von Thunen.

Figura 3.2: Esquema das relações internas e externas ao território produtivo da economia criativa carioca promovidas por sua aglomeração produtiva da indústria cinematográfica.



Esquema elaborado pelo autor, baseado em Scott e Leriche (2005) e Scott (2005).

No coração do sistema produtivo cinematográfico brasileiro e, especificamente, do complexo produtivo localizado no Rio de Janeiro, encontra-se a Globo e seu braço para a indústria cultural em questão, a Globo Filmes, que se associa a distintas produtoras para a concretização de um projeto, cuja elaboração demanda uma série de serviços especializados, desde o roteiro até a edição final. O processo produtivo se realiza, portanto, a partir das redes de interações entre todas essas partes envolvidas, ratificando mais uma vez a desverticalização da produção. Ainda assim, vale a pena repetir que a Globo mantém sua capacidade de verticalizar a produção, como o fez em alguns filmes já citados.

As produtoras independentes cariocas ora se associam a Globo Filmes, ora realizam projetos em parcerias com outras também independentes. No entanto, adotam estratégia extremamente desverticalizada de produção e, portanto, recorrem

intensamente ao círculo subsequente do esquema, que corresponde às diversas firmas de serviços especializados e fornecedores de insumos para a concretização do projeto. A viabilidade de realização de um filme inteiramente carioca ratifica a densidade dessas firmas localizadas no terceiro círculo do esquema, as quais atendem desde as demandas por serviços e insumos mais simples às mais complexas, como as de pós-produção, por exemplo, que podem ficar ao cargo de empresas como a Labocine, Link, Estúdios Mega ou Casablanca (filial da matriz localizada em São Paulo).

Esses três primeiros círculos em associação com as majors e com as distribuidoras, sediadas ou não no Rio de Janeiro, representam uma série de redes produtivas sobrepostas em diversos níveis de desverticalização. A proximidade entre as metrópoles do Rio de Janeiro e São Paulo permite a associação entre produtoras cariocas e majors e distribuidoras localizadas fora do território produtivo da economia criativa carioca. Por outro lado, localizam-se na Metrópole do Rio de Janeiro duas distribuidoras exclusivas de filmes nacionais (Downtown Filmes e Rio Filmes), as quais se constituem em elementos de grande importância para a mobilização produtiva da indústria do cinema nacional, posto que apenas as produções nacionais se inserem nas suas carteiras de comercialização. Vale dizer que, nos piores anos da crise cinematográfica brasileira, a Rio Filmes foi a única distribuidora a divulgar e comercializar os filmes nacionais, sendo inconteste a sua importância para a manutenção da atividade produtiva nesses anos mais duros e para o início da fase conhecida como Retomada.

Outro dois círculos que definem o complexo produtivo cinematográfico são a bacia de trabalho (criativa e técnica) e o ambiente institucional, os quais, segundo Scott e Leriche (2005), configuram-se nas principais fontes dos rendimentos crescentes e das vantagens competitivas de um complexo produtivo local.

O primeiro destes corresponde a um grande número de indivíduos diferenciados de acordo com suas habilidades, sensibilidades e técnicas, os quais podem se subdividir em um grupo de trabalhadores criativos demandado pela atividade produtiva, e por outro daqueles mais técnicos que oferecem suporte necessário à produção. Essa bacia é constantemente renovada pelos diversos cursos de ensino e profissionalização existentes dentro dos limites metropolitanos, conforme se evidencia no quadro 3.3. abaixo, no qual

inserimos informações sobre as vagas para alguns cursos da economia criativa oferecidas nos vestibulares de algumas das principais universidades do Rio de Janeiro³⁸.

Quadro 3.3: Vagas para cursos da economia criativa oferecidas em alguns dos principais vestibulares do Rio de Janeiro.

UFRJ		UERJ	
Artes Cênicas/Cenografia	25	Artes Visuais	70
Artes Cênicas/Indumentária	25	Desenho Industrial	35
Composição de Interior	30	Engenharia de Computação	35
Composição Paisagística	20	História da Arte	30
Desenho Industrial/Projeto de Produto	50	Informática	120
Comunicação Visual Design	72	Comunicação (Jornalismo)	50
Comunicação Social (Publicidade, Jornalismo, Relações Públicas e Radialismo)	240	Literatura	70
Dança	80	Total	410
Direção Teatral	15	Total da UERJ	5223
História da Arte	70	Participação	7,8%
Letras (Português-Literatura)	150	UNIRIO	
Escultura	25	Sistema de Informação (Informática)	72
Gravura	25	Teatro/Cenografia	20
Pintura	50	Teatro/Interpretação	50
Licenciatura em Educação Artística: Artes Plásticas e Desenho	76	Teatro/Teoria do Teatro	20
Música	156	Teatro/Licenciatura	20
Ciências da Computação	100	Música	157
Total	1209	Total	339
Total da UFRJ	7862	Total da UNIRIO	1935
Participação	15,7%	Participação	17,5%
UFF		PUC	
Ciência da Computação	100	Artes Cênicas	30
Cinema e Audiovisual	60	Ciência da Computação	30
Comunicação (Jornalismo e Publicidade)	80	Comunicação Social	480
Estudos de Mídia	50	Design – Comunicação Visual	72
Letras (Português-Literatura)	80	Design – Mídia Digital	72
Produção Cultural	120	Design – Moda	72
Total	490	Design – Projeto de Produto	72
Total da UFF	5735	Letras (Português-Literatura)	46
Participação	8,54%	Sistemas de Informação	72
		Total	946
		Total da PUC	2866
		Participação	33%

Continua

³⁸ Adotamos como critério para o levantamento, as indústrias criativas elencadas por Howkins (2001), as quais foram apontadas no capítulo 1, selecionando, dentre elas, aquelas com maior possibilidade de interação com a indústria do cinema.

ESPM		SENAI-CETIQT	
Comunicação (Propaganda e Publicidade)	200	Artes – Figurino e Indumentária	120
Design – Comunicação Visual	40	Tecnólogo em Modelagem	120
Total	240	Design – Moda	240
Total da ESPM	360	Total	480
Participação	66,6%	Total do SENAI-CETIQT	670
ESTACIO DE SA		Participação	71,6%
Análise e Desenvolvimento de Sistemas	S/I	UNIVERCIDADE	
Cinema	S/I	Comunicação (Jornalismo e Propaganda e Publicidade)	S/I
Comunicação (Jornalismo e Propaganda e Publicidade)	S/I	Dança	S/I
Conservação e Restauro (Bens Culturais)	S/I	Desenho industrial – Projeto de Produto	S/I
Desenho Industrial	S/I	Desenho Industrial – Programação Visual	S/I
Design de Interiores	S/I	Desing Digital	S/I
Design de Moda	S/I	Análise e Desenvolvimento de Sistemas	S/I
Design Gráfico	S/I	Ciência da Computação	S/I
Fotografia	S/I	Sistemas de Informação	S/I
Gestão da Tecnologia da Informação	S/I	UNIVERSIDADE VEIGA DE ALMEIDA	
Jogos Digitais	S/I	Ciência da Computação	S/I
Letras	S/I	Comunicação(Jornalismo e Propaganda e Publicidade)	S/I
Produção Audiovisual	S/I	Design de Moda	S/I
Produção Fonográfica	S/I	Letras	S/I
Produção Publicitária – Propaganda e Marketing	S/I	Sistemas de Informação	S/I
Sistemas de Informação	S/I	Design de Carnaval	S/I
Teatro	S/I	Design de Interiores	S/I
		Design de Jóias	S/I
		Design Gráfico – Ilustração e Animação 3D	S/I

Fonte: Sites das Universidades. Quadro elaborado pelo autor.

A crescente participação desses cursos no total de vagas oferecidas nessas universidades é um dos fatores que corroboram a importância e o desenvolvimento da economia criativa carioca e, além desses, há de se sublinhar a adaptação promovida em cursos tradicionais, como o de Administração, pela qual algumas universidades se propõem a formar profissionais capazes de administrar e gerenciar empresas que operam dentro da economia criativa. Especificamente para a indústria do cinema, poder-se-ia ainda acrescentar o papel dos inúmeros cursos de teatro espalhados pela cidade, assim como cursos livres e de pós-graduação de roteiros cinematográficos, montagem, edição de imagem e de som e de direção cinematográfica.

Outra forma de alimentação da bacia de trabalho é a atração exercida sobre profissionais externos, os quais são captados pelo campo magnético da aglomeração produtiva e do território produtivo, promovendo uma imigração qualificada, seja de artistas ou técnicos. Nesse sentido, Paiva e Sodré (2004) defendem a tese de que o Rio de Janeiro é a “cidade dos artistas” e realizam uma entrevista com o ator Francisco Milani, que, por sua vez, evidencia em suas respostas como ocorre essa imigração de trabalhadores qualificados para o Rio de Janeiro:

“- Voltando um pouco à questão das celebridades, você acha que o Rio pode ser considerado a cidade dos artistas?

- Sim, por dois motivos: o motivo banal é que a produção de lazer pela televisão acabou se concentrando no Rio de Janeiro. E essa estrutura de ‘arte’ – que eu não chamo de ‘cultura’, e sim de indústria do lazer – fez com que a maioria dos que buscam uma oportunidade se concentrasse no Rio de Janeiro. O camarada que nasce no interior do Acre e quer ser caboman não vai ficar ali. Vai ter que vir para o Rio de Janeiro batalhar por uma oportunidade de trabalho na TV Globo. E assim, sucessivamente, o iluminador, o cameraman, o diretor de TV e principalmente o ator. Tem que vir para o Rio de Janeiro (...).

- Nós estávamos falando da concentração de artistas no Rio de Janeiro...

- Ah, sim, concentrou-se toda a mão-de-obra aqui no Rio (...) Se por um lado o Rio virou a cidade dos artistas porque concentra a maioria dos aspirantes a uma oportunidade de trabalho, há o outro lado: nós herdamos toda uma estrutura de capital federal, que concentrou os intelectuais, os políticos, durante um grande período da nossa história, o que fez com que essa cidade se transformasse no farol de iluminação cultural do país. Além desses artistas e dos aspirantes, há por outro lado todo um grupo de artistas plásticos, intelectuais, atores, escritores, cineastas, que continuam vivendo aqui e acabam transformando o Rio não só na ‘cidade dos artistas’, mas na cidade que conduz culturalmente o país” (Paiva e Sodré, 2004, p. 71-73).

O ambiente institucional é o responsável pela difusão da confiança necessária às interações entre os agentes produtivos, sendo constituído por uma série de organizações representativas de trabalhadores e de firmas, assim como de agência nacionais, tal o caso da Ancine. A trajetória de desenvolvimento do sistema produtivo como um todo depende fundamentalmente da estabilidade de regras, normas e confiança geradas nesse ambiente institucional, o qual, por sua vez, é produto e produtor da estrutura institucional discutida no capítulo anterior. Uma vez que já reconhecemos a organização desverticalizada da indústria cinematográfica, implicando em grande número de interações entre os diversos agentes de produção, o ambiente institucional é, das estruturas presentes no esquema do território produtivo, a mais importante, pois determina o comportamento e o desenvolvimento de todas as outras.

As firmas, por exemplo, encontram no ambiente institucional os incentivos ou os desincentivos para se desverticalizarem. Em outras palavras, essa estrutura emite os sinais de como as interações ocorrem dentro de um determinado complexo produtivo e, naturalmente, quanto mais estabilidade e confiança houver nas interações, maiores serão

os incentivos à desverticalização da produção. Consequentemente, um ambiente institucional que propicia a confiança necessária para a interação entre os agentes produtivos engendra um processo de territorialização dos conhecimentos e das habilidades, ou do saber-fazer em um termo mais amplo. Isso ocorre porque, nesses territórios, os elos do processo produtivo não estão dentro das firmas, mas sim na sua própria base territorial, a qual se sustenta pelo ambiente institucional. Nessa perspectiva, Storper (1997) aponta a necessidade de uma nova visão acerca das políticas públicas e afirma que não basta apenas garantir a infra-estrutura física e técnica (aeroportos, rodovias, portos, teleportos etc.), pois os sistemas de normas, regras e convenções, por estimularem as interações, tornaram-se, apesar de menos visíveis, bens públicos de suma importância.

O conceito de território produtivo, que emerge a partir das relações descritas acima, rompe com visões tradicionais que interpretam o território como uma base física de alocação de recursos, para reconhecê-lo como o verdadeiro espaço da produção.

“A ideia central é a de que o território deve ser enxergado não apenas como uma base física para indivíduos e empresas. Mais do que isso, os territórios representam uma trama de relações sociais que estabelece regras, aumenta a confiança existente entre os agentes e valoriza o ambiente em que estes atuam” (Iglioni, 2001, p. 70).

O território produtivo da economia criativa carioca, com suas peculiaridades geográficas e históricas, emerge em parte pelos processos descritos e representados pelos círculos do esquema, os quais estão imbricados dentro dele (Scott e Leriche, 2005). No entanto, ao mesmo tempo em que se alimenta de tudo isso, ele se oferece como fonte de recursos para as diversas indústrias da cultura, dentre elas a do cinema. Assim, enquanto por um lado a aglomeração produtiva da indústria cinematográfica fortalece o desenvolvimento do território produtivo da economia criativa, ela se prende a este pelas sinergias decorrentes da proximidade de outras indústrias da cultura e criativas, como a da moda, do carnaval, da música, da multimídia etc.

A competitividade das firmas passa a estar enraizada no território. Ou seja, a capacidade delas serem competitivas tem origem em suas bases locais. “Por sua vez, é essa característica que afirma o ‘local’ como o espaço de redes sociais, técnicas e institucionais qualificado pela existência de bens de capital de acesso público: um território produtivo” (Cocco, sem data, p. 4).

Coelho (2001) reforça que a evolução de um território produtivo e a formação no seu interior desses bens públicos de produção é um processo social que se acumula no tempo, uma vez que as especificidades territoriais são construídas historicamente. Assim, os diversos territórios produtivos que emergem nas distintas cidades pelo mundo não são produtos do tempo presente, mas traduzem o acúmulo de tempos.

Nessa perspectiva, Massey (1984) utiliza uma metáfora geológica, segundo a qual o território se estrutura a partir da sedimentação de camadas impostas sucessivamente ao longo de anos de novos investimentos, novos aprendizados, novas atividades etc. Essas camadas não são apenas econômicas, mas também culturais, ideológicas e políticas e, portanto, deve-se evitar as análises economicistas. Criticamente, reconhecemos que a dinâmica social de um território não se produz pela imposição de camadas, pois a imagem de camadas sedimentares sugere não haver interpenetração de uma camada na outra. No entanto, a metáfora utilizada por Massey (1984) nos revela que o presente é condição para o futuro, assim como foi construído pelo passado. Os arranjos sociais, técnicos e institucionais do território são construídos e evoluem ao longo do tempo, sendo o arranjo presente elemento vital para a trajetória de desenvolvimento futura (Marsden, Murdoch, Lowe, Munton e Flynn, 1993).

Diante disso, a concentração da produção de filmes brasileiros na Cidade do Rio de Janeiro, sugerindo-nos a existência de uma aglomeração produtiva da indústria cinematográfica dentro da referida cidade, não é consequência do acaso, mas resulta de uma história de sucessivas combinações de arranjos sociais, técnicos e institucionais, que no passado configuravam certos papéis a cidade e que hoje potencializam novos papéis. Na verdade, a fonte de recursos para a aglomeração da indústria do cinema no Rio de Janeiro é o território produtivo da economia criativa existente na cidade, que oferece todos os recursos demandados pelas produtoras, dentre os quais podemos citar uma enorme variedade de trabalhadores com habilidades distintas, fornecedores de serviços e outros recursos.

De fato, a condição de capital do Brasil trouxe uma série de benefícios para a cidade, dentre os quais a sua imensa riqueza cultural, na qual mistura-se a mais fina arte com a mais popular. O Rio de Janeiro, mais do que qualquer cidade do Brasil, é um caleidoscópio, no qual cada parte integrante do seu mosaico combina a sua particularidade com as outras, formando uma metrópole onde tudo se mistura. Para as indústrias de produtos culturais, que se caracterizam por serem indústrias intensivas em criatividade, essa riqueza cultural é uma grande fonte de recursos, pois, de acordo com

Hartley (2005), embora todo mundo seja um sujeito criativo, a criatividade, enquanto um bem público, não emerge através dos indivíduos, mas de lugares onde tais indivíduos encontram mercado, infra-estrutura, capital etc. Entendemos, portanto, que a Cidade do Rio de Janeiro se configura como uma cidade criativa e com ampla riqueza cultural, sendo isso comprovado pela relação de museus, centros culturais, universidades, salas de cinema, teatros etc, existentes em seus limites, potencializando, dessa forma, a sua capacidade de produção de bens culturais. De fato, existe na Cidade do Rio de Janeiro uma série de recursos necessários à atividade produtiva de bens culturais, tal é o caso da indústria cinematográfica.

Fora dos limites do território produtivo da economia criativa carioca, existem outros centros de produção cinematográfica no Brasil, os quais podem operar de várias formas quanto às possibilidades de interação com a aglomeração produtiva do Rio de Janeiro.

Primeiramente, há um importante fluxo de interações de fora para dentro em busca de parcerias com as produtoras do Rio de Janeiro, com a Globo Filmes, com as firmas de serviços especializados e demais fornecedores e com as distribuidoras especializadas na comercialização do filme nacional. Além disso, há a possibilidade de contratação dos diversos profissionais criativos e técnicos que residem no Rio de Janeiro. Dois dinamizadores importantes desse sentido do fluxo são a paisagem do Rio de Janeiro e a imagem da cidade como reflexo do Brasil, atraindo produtoras de outras localidades a realizarem seus projetos na metrópole carioca.

O outro sentido possível do fluxo de interações externas é de dentro para fora, sendo que neste caso ocorre pela busca de cenários, por alguns serviços e insumos (especificamente pós-produção e equipamentos) e pela redução de custos de produção. O primeiro caso deriva da necessidade de atender alguma demanda criativa que não se viabiliza na paisagem carioca, são casos de filmes produzidos no interior do país ou em alguma outra cidade que ambientará a história; a segunda possibilidade advém da proximidade de São Paulo que atende a indústria cinematográfica carioca com alguns equipamentos ou serviços de pós-produção; e finalmente a última ocorrência é fruto da procura dos produtores por incentivos fiscais oferecidos por governos municipais e estaduais que desejam atrair a produção cinematográfica para seus limites, sendo o complexo de estúdios na cidade de Paulínia, no interior de São Paulo, um bom exemplo. Em nenhum caso há fuga da força criativa, que permanece concentrada no Rio de Janeiro.

O último ponto a explicar do esquema é a distribuição e a comercialização dos filmes, que fica a cargo das distribuidoras, dentre as quais se inserem as majors. Nesse ponto reside a maior fraqueza da indústria cinematográfica nacional, uma vez que apenas duas distribuidoras, localizadas no Rio de Janeiro, destinam-se exclusivamente ao produto brasileiro. A maior fatia de controle dessa etapa da indústria está nos braços das multinacionais, as quais possuem como objetivo precípuo a comercialização de filmes produzidos em Hollywood. Nesse sentido, a comercialização do filme nacional é uma luta por espaço em seu próprio mercado invadido. O centro do sistema é a distribuição de filmes com grandes ativos mercadológicos que garantam o apelo do público (narrativas simples, grandes estrelas etc). Como o mercado para qualquer filme é de risco e sabendo-se que poucos conseguem recuperar o investimento na bilheteria, a existência de uma carteira de filmes torna-se um elemento crucial para a estratégia de sobrevivência das distribuidoras, de modo que o sucesso de alguns compense o fracasso de outros. Além disso, receitas também são geradas a partir das outras janelas de exibição, como a comercialização do DVD (sendo esta decrescente nos últimos anos em função da pirataria e da internet), licenças para tv por assinatura e aberta. As empresas de distribuição, do mesmo modo que as produtoras, recorrem ao território produtivo da economia criativa em busca de outras firmas e trabalhadores especializados que atendam suas necessidades para uma boa divulgação do filme.

A descrição do esquema apresentado acima nos permitiu compreender como a aglomeração produtiva da indústria cinematográfica do Rio de Janeiro se alimenta dos recursos oferecidos pelo território produtivo da economia criativa onde se circunscreve. Toda a explicação alude às externalidades positivas inerentes à aglomeração, as quais são alimentadas e potencializadas pelo território produtivo, que assim reforça e territorializa as vantagens competitivas. Estas, por sua vez, podem ser reconhecidas pelos retornos crescentes de escala e escopo e pelas economias de aglomeração. Mas quais seriam as principais vantagens encontradas pelas produtoras no território produtivo da economia criativa carioca? E qual o padrão espacial produzido por elas?

Em um questionário enviado por e-mail às produtoras, sendo que em algumas ele foi aplicado pessoalmente, elencamos uma lista de fatores locais para que se assinalasse o grau de importância deles, sendo 1, irrelevante; 2, pouco importante; 3, importante; 4, muito importante; e 5, crucial. A seguir, apresentamos o questionário com a média calculada das 21 respostas que obtivemos para cada fator, sendo 1, a média mínima possível e 5, a máxima .

Quadro 3.4: Resultado da pesquisa sobre os fatores locacionais mais valorizados pelas produtoras localizadas na Cidade do Rio de Janeiro.

Fatores locacionais	Média
Baixo custo da mão-de-obra técnica	2
Qualificação da mão-de-obra técnica	3,9
Oferta de artistas e mão-de-obra criativa	4
Proximidade de outras firmas envolvidas na cadeia produtiva	3,9
Proximidade da Ancine	2,8
Proximidade do BNDES	2,3
Proximidade da Globo Filmes	2,8
Proximidade das empresas que mais investem no cinema	1,7
Proximidade de consumidores	2,9
Sistema de transportes e de telecomunicações da cidade	2,7
Clima do Rio de Janeiro	3,6
Paisagem do Rio de Janeiro	4,1
Ambiente cultural da cidade	4,1
Infra-estrutura urbana	3,4
Qualidade de vida	4,3
Centros de pesquisa, ensino e formação profissional	3,6
Existência de políticas públicas que incentivam o desenvolvimento da indústria cinematográfica na cidade	3
Incentivos fiscais estaduais	2,9
Incentivos fiscais municipais	1,7
Preço do terreno	1,6

Quadro elaborado pelo autor.

Embora a análise do quadro seja bastante auto-explicativa, cabem algumas palavras de modo a enfatizar cinco pontos.

Primeiramente, as produtoras não percebem o custo como um elemento central em suas estratégias, sendo isso comprovado pela desvalorização concedida aos fatores “Baixo custo da mão-de-obra técnica”, “Incentivos fiscais municipais”, “Incentivos fiscais estaduais” e “Preço do terreno”. Isso decorre em parte pelo fato desses custos não serem tão baixos e em outra parte por uma relativa ausência de incentivos, especialmente no caso do município.

Outro ponto que chamou a atenção é a pouca importância concedida aos fatores relacionados à proximidade das organizações que regulamentam e financiam os projetos, como se percebe nos itens “Proximidade da ANCINE”, “Proximidade do BNDES” e “Proximidade das empresas que mais investem no cinema”. A facilidade da comunicação por telefone ou computador para a resolução de pendências burocráticas e a possibilidade das análises dos projetos a distância contribuíram para essa qualificação.

Um terceiro ponto a ser mencionado é o grande valor atribuído pelas produtoras às características naturais e culturais do Rio de Janeiro e a sua estrutura urbana, como se percebe nos itens “Clima do Rio de Janeiro”, “Paisagem do Rio de Janeiro”, “Ambiente cultural da cidade”, “Infra-estrutura urbana” e “Qualidade de vida”. Os dois primeiros itens ressaltam as boas condições de filmagem existentes na cidade, tanto pela sua boa iluminação natural, quanto pela sua diversidade de paisagens que congregam variados elementos naturais e sociais, viabilizando, desse modo, cenas relacionadas aos mais diferentes contextos espaciais e temporais (praia, floresta, favela, centro urbano de grande cidade ou de pequena etc.). Os outros três itens se relacionam ao modo de vida carioca e a possibilidade de uso da cidade pelo seu morador, destacando-se positivamente a qualidade da vida no Rio de Janeiro. Outro item correlato à essa análise é o de “Sistema de transportes e de telecomunicações da cidade”, o qual não foi tão bem avaliado na média, mas que possuiu um grande desvio padrão em suas respostas. A sua avaliação final foi pressionada para baixo pelas notas atribuídas por parte das produtoras localizadas na Barra da Tijuca e que, assim como todo morador desse vetor de expansão urbana, ressentem-se de um melhor sistema de transporte, especialmente a falta do metrô. Nas entrevistas, pôde-se constatar a dificuldade encontrada por algumas produtoras para conseguir atrair trabalhadores qualificados que residem em outras áreas da cidade. Esse ponto é especialmente problemático para a captação de jovens universitários que ainda não possuem veículo próprio de transporte.

O item “Proximidade de consumidores” é um quarto ponto de observação, o qual não se mostrou muito importante, uma vez que as distribuidoras são capazes de recolher

e interpretar as informações emitidas pelo mercado. No entanto, existem aspectos positivos para esse fator, que é a possibilidade de contato permanente com um dos principais mercados da economia da cultura de modo que a interpretação dos seus hábitos de consumo se viabiliza naturalmente pelos encontros do dia-a-dia.

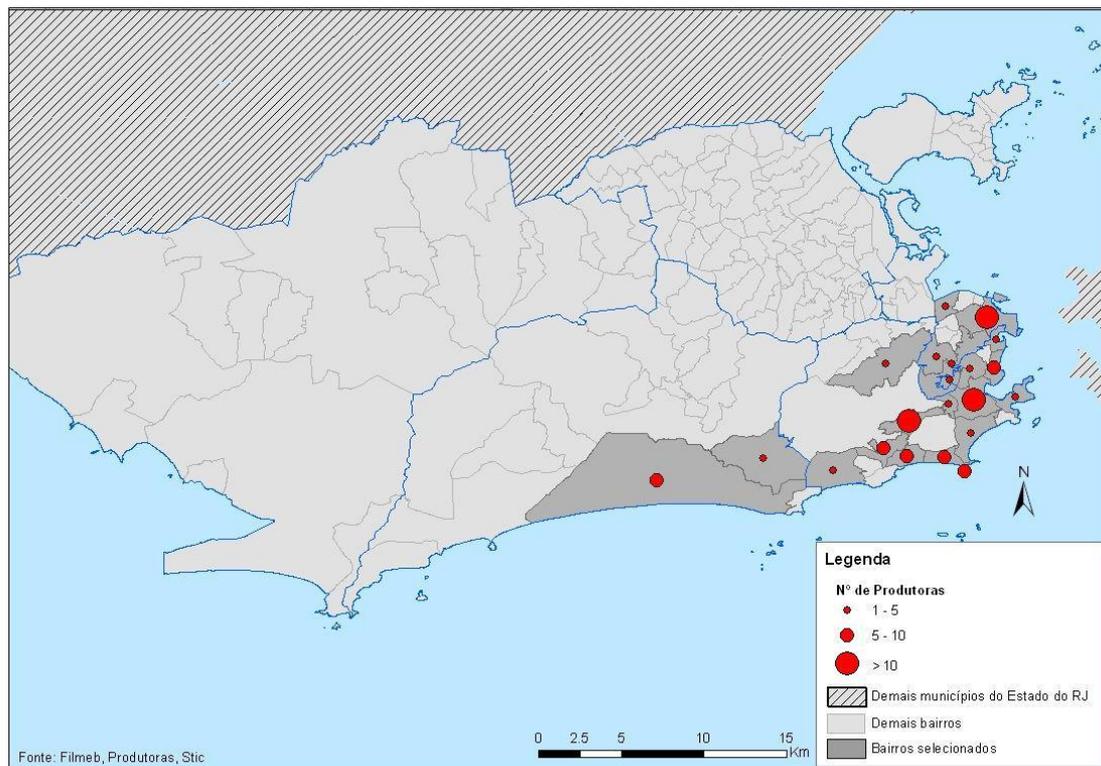
Finalmente, o quinto e último ponto a ser destacado é a valorização que as produtoras atribuíram aos fatores associados diretamente ao território produtivo da economia criativa e às economias de aglomeração, como se pode perceber nos itens “Qualificação da mão-de-obra técnica”, “Oferta de artistas e mão-de-obra criativa”, “Proximidade de outras firmas envolvidas na cadeia produtiva”, “Proximidade da Globo Filmes”, “Centros de pesquisa, ensino e formação profissional” e “Existência de políticas públicas que incentivam o desenvolvimento da indústria cinematográfica na cidade”. O item correspondente à Globo Filmes foi o que apresentou a maior variância da pesquisa, uma vez que as produtoras do subsistema independente não reconheceram a proximidade da Globo Filmes como um fator importante para suas atividades. Quanto ao item referente às políticas públicas há uma clara percepção de que muito pode ser feito pelo poder público local para fortalecer a atividade cinematográfica, já que fora alguns editais de fomento e festivais cinematográficos, as lacunas ainda são presentes na proposição de políticas para o setor.

O último ponto acima já revela a importância que as produtoras destinam à qualidade dos trabalhadores e à proximidade de outras firmas envolvidas no processo produtivo, entretanto uma melhor análise do padrão espacial da atividade produtiva cinematográfica ainda pode ser realizada a partir dos mapas apresentados na sequência³⁹. Os dados para a elaboração dos mapas são os mesmos que utilizamos no capítulo anterior para evidenciar a primazia da produção cinematográfica do Rio de Janeiro. Um esclarecimento importante é que optamos apenas por localizar a produtora que liderou a execução do projeto, ou seja, se em um determinado filme existiram três produtoras envolvidas como co-produtoras, elas não foram consideradas na construção do mapa. Essa opção decorreu do fato de que nos dados oferecidos pela ANCINE constam apenas uma produtora por projeto. Em termos práticos, isso reduziu a densidade da aglomeração que apresentamos no mapa. Além disso, 2 produtoras se localizam em outros municípios do Estado, Niterói e Rio Bonito, e por isso não estarão representadas no mapa, que também não apresentará outras 21 que não tiveram seus

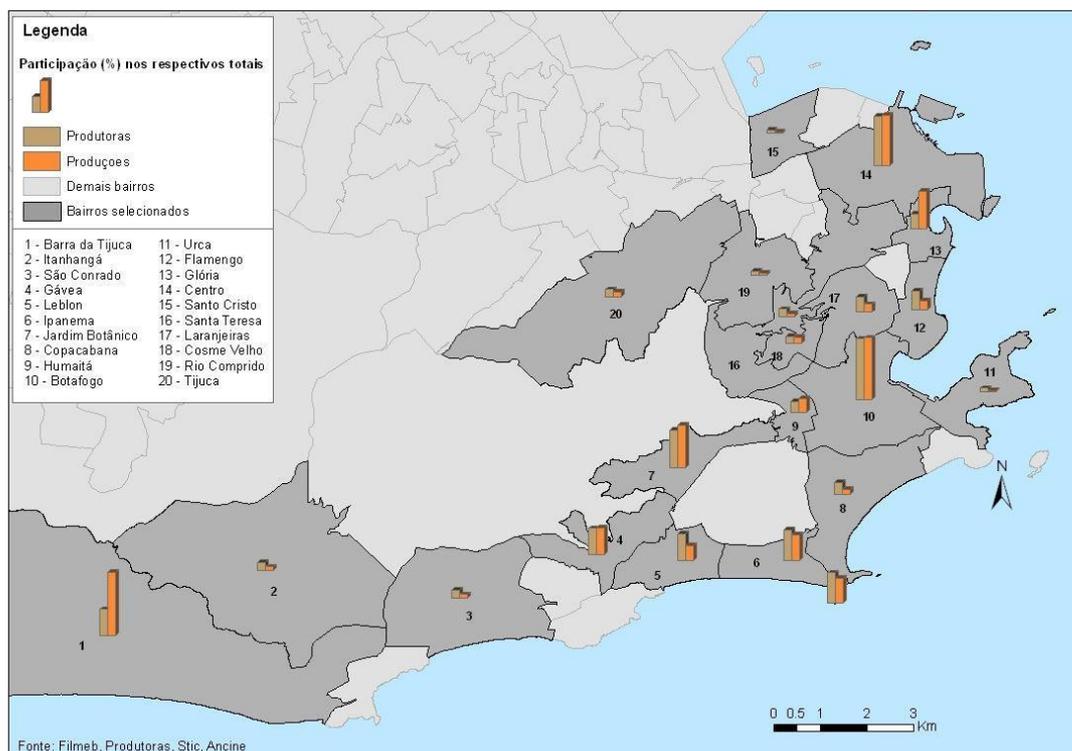
³⁹ A pesquisa para a feitura dos mapas foi realizada pelo autor e as suas construções foram executadas pelo geógrafo João Grand Junior.

endereços identificados. Portanto, das 123 produtoras diferentes que lideraram a realização de 267 filmes no período entre 1995 e 2007, 23 delas, as quais foram responsáveis por 24 projetos, não foram representadas nos mapas. Por fim, uma última consideração sobre o tratamento dos dados é que nem todas as produtoras localizadas mantiveram-se ativas e, além disso, algumas trocaram de razão social e por isso podem aparecer duplamente, no caso de terem realizado filmes com as duas razões.

Mapa 3.1: Localização das produtoras cinematográficas na Metrôpole do Rio de Janeiro.



Mapa 3.2: Distribuição relativa das produtoras e das produções pelos bairros.



Como se pode perceber através dos mapas acima, a aglomeração produtiva da indústria cinematográfica carioca, ilustrada primordialmente pela localização das produtoras, materializa-se com maior densidade em uma área compreendida pelos bairros do Centro, Glória, Flamengo, Laranjeiras, Cosme Velho, Santa Teresa, Botafogo, Humaitá, Jardim Botânico, Gávea, Leblon, Ipanema, Copacabana e Urca. A outra área de maior densidade da aglomeração se constitui no mais recente vetor de expansão da cidade, incluindo os bairros de São Conrado, Itanhangá e Barra da Tijuca. Um pouco mais afastado dessas duas áreas de maior densidade, encontram-se os bairros da Tijuca, Rio Comprido e Santo Cristo, além de Vila Isabel, onde está o principal laboratório de revelação do país, que também oferece serviços de pós-produção.

Uma constatação interessante é a grande atividade produtiva das produtoras localizadas na Barra da Tijuca, as quais foram responsáveis por 40 produções, destacando-se a Globo Filmes, a Lereby e a Diller & Associados, sendo esta última a realizadora de 23 projetos e, desse modo, configura-se na produtora com maior atividade desde 1995. Na outra área de maior densidade, os bairros de Botafogo, Centro, Jardim Botânico, Glória, Gávea e Ipanema apresentaram maior atividade produtiva, destacando-se produtoras de grande sucesso comercial como a Conspiração, Total, Filmes do Equador, LC Barreto, Raccord Produções, Zazen Produções, VideoFilmes,

Copacabana Filmes, Dueto Produções, Natasha, Luz Mágica, Morena Filmes, entre tantas outras. Vale afirmar, mais uma vez, que a aglomeração não se desenvolve apenas pelas produtoras com melhor desempenho comercial, mas também por todas as outras que optaram pela realização de projetos voltados para determinados nichos de mercado.

Destacam-se ainda dentro da aglomeração as distribuidoras, sendo duas delas inteiramente voltadas para a comercialização de filmes brasileiros (a Downtown Filmes, localizada na Barra da Tijuca, e a RioFilmes, localizada em Laranjeiras); as firmas que oferecem os serviços de pós-produção; o Pólo Rio de Cine Vídeo, onde existem mais 100 empresas relacionadas à produção de filmes e vídeos, além de 8 estúdios de gravação; o PROJAC e os Estúdios da Record, que são os mais modernos do Brasil para a realização de programas para a televisão; a Rede Globo, que, como visto no capítulo anterior, foi uma das principais responsáveis pela territorialização de um saber-fazer cinematográfico; e a ANCINE, que manteve a tradição do Rio de Janeiro em sediar os órgãos nacionais responsáveis pelo planejamento e desenvolvimento da cinematografia nacional. Todas essas organizações, algumas em maior grau, outras em menor, contribuem para a evolução da aglomeração, da mesma forma que uma série de outras firmas fornecedoras de serviços. Isso, aliás, foi evidenciado pelas respostas fornecidas no questionário.

Esse padrão espacial também determina a escolha residencial dos profissionais trabalhadores, quando se percebe que a maior parte, senão a totalidade, dos artistas e dos profissionais responsáveis pelas etapas intensivas em criatividade reside dentro da aglomeração. Naturalmente, o padrão espacial dessas residências igualmente determina a localização das firmas, retro-alimentando, dessa maneira, o processo de concentração no espaço de firmas e trabalhadores.

Se, por um lado, os mapas acima e os gráficos apresentados no capítulo anterior ratificam a existência de uma aglomeração produtiva da indústria cinematográfica no Rio de Janeiro, não são suficientes para a compreensão plena do fenômeno espacial em questão. Nesse sentido, recorreremos a uma perspectiva evolutiva das aglomerações produtivas e a uma análise institucional para compreender a trajetória das aglomerações, que permitiu a compreensão da importância das economias de aglomeração e de um ambiente propício às interações entre os agentes. Através dos questionários aplicados pudemos perceber a relevância que as produtoras atribuem à proximidade de trabalhadores qualificados e de outras firmas envolvidas no processo de produção,

direcionando-nos, então, à formulação do esquema do território produtivo da economia criativa apresentado e esmiuçado acima.

Todo esse caminho serviu para nos mostrar que a aglomeração produtiva da indústria cinematográfica carioca existe e se desenvolve no interior de um território produtivo da economia criativa enraizado dentro dos limites da metrópole, sendo este o principal objetivo de toda a pesquisa. No entanto, para que esse fenômeno espacial seja plenamente compreendido, resta-nos sintetizar um pouco mais duas questões, cujas respostas permearam as linhas anteriores de maneira diluída: por que a atividade produtiva cinematográfica se baseia em relações de proximidade? E por que ela ocorre primordialmente nas cidades metropolitanas?

A primeira resposta se insere no plano de confirmação da existência e da permanência de vínculos de proximidade entre os agentes, superando a tese de que a globalização e o avanço das telecomunicações suprimiriam as relações locais. As bases desse reconhecimento estão radicadas em duas fontes conceituais importantes e complementares, que segundo Veltz (1999) são a análise socioeconômica das instituições e a economia da inovação. A primeira corrente de análise se situa na interseção entre sociologia, economia e geografia, sendo fundamentada principalmente pelo modelo de distrito, que funciona como uma quase empresa fragmentada, cuja coerência entre os atores opera como o cimento de coesão social. As unidades produtivas são numerosas e especializadas em algumas etapas da cadeia produtiva, e as competências dos trabalhadores, apesar da grande mobilidade interempresarial, permanecem para o distrito e se constituem em um bem público. A outra corrente centra seus estudos na função das interações não comerciais no desenvolvimento tecnológico (sistemas nacionais de inovação de Lundvall, por exemplo), assim como na irreversibilidade dessas interdependências na dimensão histórica e específica das trajetórias técnicas. As duas correntes reconhecem que os novos modos de competição e a desintegração vertical do sistema de produção em uma rede aberta e flexível potencializam os custos de transação e os custos de coordenação do sistema produtivo. Assim, a concentração espacial é um meio privilegiado para reduzir tais custos.

Diante disso, uma boa opção de início da discussão é a retomada da análise das respostas fornecidas pelas produtoras, que nos revelou uma relativização dos fatores relacionados aos custos (embora eles continuem a desempenhar importância para qualquer empresa) e destacou uma maior importância às interações entre os agentes produtivos (firmas e trabalhadores), as quais são incentivadas ou não pelo ambiente

institucional. O diagnóstico dessa forma de competitividade é a chave para a compreensão do processo de territorialização da economia que, segundo Storper (1994), ocorre quando a efetivação de uma atividade produtiva depende de recursos territoriais específicos, os quais são inexistentes em outros espaços e/ou que não podem ser facilmente criados ou reproduzidos pelos locais que não os possuem. Esses ativos existem apenas em certos lugares e são, principalmente, ativos disponíveis no contexto das relações existentes entre as organizações ou das empresas com o mercado, incluindo necessariamente a proximidade geográfica (Storper, 1995).

Nessa perspectiva, Veltz (1999) aponta que o uso intensivo de meios de comunicação em tempo real possui o efeito paradoxo de valorizar tudo aquilo que não é transmissível pela telecomunicação e, dessa forma, propõe uma distinção entre “o espaço das operações” padronizadas e rotineiras e o “espaço das relações”, sendo o primeiro atrelado às questões da logística e o segundo, às interações sociais, para, em seguida, afirmar a crescente importância destas no conjunto da economia moderna, através de códigos e procedimentos construídos socialmente.

Assim, as atividades produtivas dependentes dessas interações para se efetivarem são aquelas que criarão raízes nos locais onde as encontrarem, direcionando-nos para a percepção de que as relações entre os agentes produtivos possuem um lugar central na análise da territorialização, ou, de modo mais geral, nas dinâmicas cruzadas entre o território e os modelos produtivos (Veltz, 1999).

Se retornarmos a discussão do processo produtivo cinematográfico, notaremos, mais uma vez, que ele se viabiliza através de uma densa rede de firmas e trabalhadores, que, desse modo, retro-alimenta o fenômeno espacial da aglomeração produtiva no interior de um território produtivo existente nas maiores cidades do mundo. Ou seja, as interações sociais, ou o “espaço das relações”, na expressão de Veltz (1999), são os recursos territoriais essenciais para a realização dessa atividade produtiva, sem querer com isso desprezar a relevância, também, desempenhada pela logística operacional.

Nessa perspectiva, Storper e Salais (1997) propõem uma tipologia para a atividade produtiva, segundo a qual existem quatro grandes estruturas de ação coletiva denominadas “Mundos de Produção Possíveis” (Mundo Interpessoal, Mundo Comercial, Mundo Industrial e Mundo dos Recursos Intelectuais) que constituem, para os atores econômicos (trabalhadores e firmas), a coordenação esperada das atividades na produção e na troca. Na realidade, essas estruturas se interpenetram, mas são capazes de

elucidar a diversidade dos esquemas produtivo-territoriais. Em linhas gerais, podemos resumi-los da seguinte forma:

1) Mundo Interpessoal: produtos especializados e por encomenda, a concorrência se baseia na qualidade e as interdependências sociais repousam na confiança, reputação e compartilhamento de valores.

2) Mundo Comercial: comportamento racional econômico, o produto se padroniza e a concorrência se baseia nos preços e nos prazos de entrega, a incerteza imediata é grande.

3) Mundo Industrial: produção em série de produtos genéricos para compradores anônimos, a concorrência está calcada nos preços e o futuro é previsível.

4) Mundo dos Recursos Intelectuais: criação de novas técnicas e novos produtos, a coordenação se apóia em regras éticas e em métodos científicos, a concorrência se baseia na velocidade de aprendizado.

A atividade de produção cinematográfica, assim como as outras indústrias produtoras de bens e serviços culturais, insere-se primordialmente no “Mundo Interpessoal”, marcado fortemente pelas interdependências sociais, que, como afirmado acima, repousam na confiança, reputação e compartilhamento de valores. Como essas características das interdependências são difíceis de serem cultivadas a distância, acabam se realizando em um contexto de proximidade territorial, o qual, por sua vez, facilita o desenvolvimento de interdependências entre os agentes e pode gerar uma dinâmica espacial específica (Gilly e Torre, 2000). A produção é encarregada por conta de indivíduos e firmas que se acessam no sistema produtivo com base em suas histórias em comum, sendo que, para entrar nessa rede, é necessária a existência de um passado ou de raízes comuns aos agentes que já estão inseridos (Storper e Salais, 1997). Ou seja, quando um determinado produtor cinematográfico inicia um determinado projeto, ele já reconhece, em função do passado e das raízes em comum, a rede de firmas e trabalhadoras que pretende configurar para a execução do filme.

Deve-se acrescentar, ainda, que não é apenas o processo de produção, mas também os processos de aprendizado e de inovação que se baseiam nessas interdependências, pois, como afirmam Lundvall e Johnson (1994), as melhorias de produtos ou processos produtivos são decorrentes dos encontros cotidianos entre os integrantes da rede produtiva, sendo esses encontros mais comuns em aglomerações industriais com sistemas produtivos desverticalizados, como é o caso da indústria cinematográfica. As aglomerações e suas relações de proximidade viabilizam esse

contato direto e cotidiano, definidos por Storper e Venables (2004) como “face-a-face”, que as transformam em campos de criatividade, promovendo altos níveis de inovação em produtos e processos.

Segundo Scott (2000), a criatividade é composta por novas formas de agir ou fazer alguma coisa, enquanto a inovação é a colocação desta criatividade em prática. Logo, a criatividade e a inovação, que são fatores geradores de ganhos sistêmicos de competitividade, passam a ser compreendidas não apenas como elementos endógenos do sistema produtivo, mas, sobretudo, como elementos circunscritos ao território, onde a produção ocorre. Portanto, sistema produtivo e território são duas faces de uma única realidade econômica e cultural representada pelas estruturas de aglomeração e pelos efeitos de proximidade (Scott, 2000). De fato, a criatividade e a inovação decorrem das interações intra-firmas e entre elas, pois a grande quantidade de braços e interesses se misturam (conflitam) durante os processos de concepção, elaboração e finalização. Não se precisa de um gênio, a criatividade emerge da rede de interações.

Nas aglomerações de produção cinematográfica, essas interações são bem intensas, em função das variadas funções especializadas existentes na sua cadeia produtiva, possuindo consequências sobre o aprendizado. Os ganhos em saber-fazer e os benefícios em ajustes de trabalho não se referem apenas às práticas concretas e técnicas, mas também ao conteúdo simbólico dos produtos. De fato, com uma bacia de mão-de-obra e de firmas especializadas concentradas em um limite geográfico, o número de combinações entre elas se torna quase ilimitado, estimulando-se e valorizando-se a flexibilidade como estratégia de busca permanente por produtos específicos. Formam-se, assim, verdadeiros territórios de aprendizagem e inovação, onde a cultura, a imaginação e a originalidade emergem do sistema produtivo territorializado.

Em suma, das forças que mantêm a aglomeração, deve-se reforçar a importância da densidade estrutural das ligações entre as firmas. Isso é notável na presença de grandes divisões sociais do trabalho, levando a formação de densas teias de relações transacionais entre as firmas. Essa tendência é potencializada quando o tempo das transações é acelerado e quando as especificações do produto final são muito variadas, incitando os produtores a constantemente buscar novos fornecedores de insumos. Em situações como essa, os custos espacialmente dependentes de ligação são elevados por unidade de fluxo, portanto as firmas têm interesse em permanecer o mais próxima possível da outra. Os benefícios da proximidade se revelam pela irregularidade das transações ao longo do tempo e pelo fato de que mesmo se o fornecedor já tenha

trabalhado anteriormente com uma determinada produtora, por exemplo, cada pedido envolve outras especificações. Assim a proximidade reduz o custo transacional, uma vez que as transações tomadas individualmente, na sua maior parte, são decisões muito complexas, pois envolvem especificações próprias e muito tempo de trabalho.

Finalmente, chegamos ao ponto em que, após reconhecermos a permanência dos vínculos de proximidade entre os agentes do sistema produtivo da indústria cinematográfica, resta-nos compreender por que essa atividade tende a se concentrar no interior das grandes cidades, e não nas pequenas.

O cerne dessa questão reside, segundo Veltz (1999), na heterogeneidade metropolitana, que propicia, além da diversidade de recursos, acesso a uma densa rede de informações necessária para a tomada de decisões empresariais ou profissionais. A velocidade e a incerteza inerente à indústria cinematográfica, assim como em qualquer outra indústria cultural, são características que valorizam essas vantagens metropolitanas.

Dessa forma, a aglomeração produtiva da indústria cinematográfica tende a se territorializar no interior das grandes metrópoles, pois a sua fonte de recursos, o território produtivo da economia criativa, só se desenvolve nesse tipo de cidade. Isto é, diferentemente de outros territórios produtivos, o da economia criativa não é marcado fortemente pela especialização, mas pela diversidade da sua bacia de trabalho, a qual se apresenta como uma das principais fontes dos rendimentos crescentes e das vantagens competitivas de um determinado complexo produtivo local.

Assim, firmas e trabalhadores encontram nas metrópoles as garantias e a proteção frente às incertezas e aos imprevistos decorrentes da velocidade da economia moderna, que é ainda mais veloz e incerta no âmbito da economia criativa. A produtora cinematográfica possui mais garantias de encontrar a mão-de-obra e os serviços necessários e maiores facilidades para romper com um compromisso, enquanto que, para os indivíduos, a metrópole oferece maiores possibilidades de encontrar um emprego e possibilidades de recuperação frente às dificuldades.

A discussão sobre a relação entre a atividade cinematográfica e o território nos permitiu compreender que a aglomeração produtiva da indústria cinematográfica carioca possui suas fontes de crescimento no território produtivo da economia criativa enraizado nos limites da Metrópole do Rio de Janeiro, sendo a bacia de trabalho e o ambiente institucional os principais geradores dos rendimentos crescentes e das vantagens competitivas do complexo produtivo local. Essa constatação abre a

possibilidade para uma nova geração de políticas visando ao fortalecimento da indústria cinematográfica, uma vez que podemos somar às tradicionais políticas setoriais um novo conjunto de políticas, as quais podem ser definidas como territoriais, como discutiremos no próximo capítulo.

Capítulo 4: Rumo a uma política de desenvolvimento da indústria cinematográfica no Rio de Janeiro

A existência de uma aglomeração produtiva da indústria cinematográfica no interior da Metrópole do Rio de Janeiro foi discutida no capítulo anterior e desdobrou-se, desse debate, a percepção de que se alimenta de recursos territoriais específicos de um território produtivo da economia criativa localizado dentro dos limites metropolitanos. Debateremos, também, sobre como a evolução dessa aglomeração é determinada pela sinergia entre as produtoras e as demais firmas fornecedoras de serviços e insumos, sendo a interação entre elas influenciada pelo ambiente institucional e pelos efeitos de proximidade. Dessa forma, percebemos que os retornos crescentes gerados no interior da aglomeração possuem suas origens e seus fundamentos na bacia de trabalho e no ambiente institucional, reduzindo, assim, a visão de que as aglomerações surgem e evoluem de maneira espontânea. A abertura das possibilidades de implementação de políticas para o fortalecimento da aglomeração deriva dessa constatação anterior. Mas quais seriam essas políticas?

Responder a essa questão é o grande desafio deste capítulo, contudo enfatizamos que não pretendemos escrever nenhum manual para o fortalecimento da indústria cinematográfica, apenas desejamos contribuir para o desenvolvimento dessa atividade, uma vez que acreditamos existir nela um grande potencial indutor do desenvolvimento econômico metropolitano. Ou seja, assim como os recursos territoriais específicos presentes na metrópole são cruciais para o fortalecimento da indústria cinematográfica, esta também deve ser considerada um ativo importante para o desenvolvimento da economia metropolitana. Na realidade, essa discussão se insere no reconhecimento de uma simbiose entre as atividades produtivas de bens e serviços culturais e a base territorial em que se circunscrevem.

No início deste trabalho, apresentamos os três fatores que favoreceram ao florescimento da economia da cultura como um novo campo de estudo dentro da ciência econômica: o potencial de geração de emprego e renda, a necessidade de avaliação das políticas culturais e a evolução da economia política para novos campos de estudo. Naturalmente, os dois primeiros são os mais perceptíveis para a sociedade e, por conseguinte, os mais relevantes para a institucionalização da disciplina. De fato, inúmeros países do mundo, sobretudo os mais desenvolvidos, têm destinado especial atenção às indústrias culturais como elementos propiciadores de desenvolvimento

econômico, sendo os dados apresentados no primeiro capítulo suficientes para ilustrar a crescente participação dessas atividades produtivas na produção de riqueza.

No Brasil, a descoberta desse campo de estudo é mais recente, assim como o debate acerca de suas potencialidades para a promoção do desenvolvimento econômico, contudo o crescimento dessa percepção pode ser exemplificada por um trecho de uma conferência proferida pelo, à época, Ministro da Cultura do Brasil, Gilberto Gil, na UERJ:

“Na era da informação, em que o saber e o simbólico tornam-se os principais ativos de um país, de uma empresa e de qualquer organização ou comunidade, a vitalidade e a diversidade cultural são fatores decisivos. A cultura é um tesouro, um ativo social e econômico em permanente estado de transformação. Que não pára no tempo e no espaço, e que se revitaliza no diálogo entre tradição e invenção.

Pode-se dizer que a produção cultural, em todas as suas formas e meios, constitui uma das principais economias do Brasil, que deve ser percebida enquanto tal e aproveitada. O samba do Rio, o Carnaval de Salvador e Recife, a festa de Parintins, assim como o cinema, o teatro e companhia, constituem economias de alto valor agregado, elevado dinamismo e grande impacto sobre renda e emprego.

É preciso ver a cultura, portanto, como algo essencial, e não apenas como o vaso de flores que ornamenta o lazer da elite. Trata-se de um propulsor do desenvolvimento do país; de um fator de diferenciação e competição. Um instrumento de transformação e compreensão do mundo o qual merece ser encarado como prioridade governamental e individual, e como canal de diálogo vital entre pessoas e instituições” (Gil, 2005, p. 105).

Getino (2003) também corrobora as palavras anteriores e acrescenta que as indústrias culturais devem ser percebidas de maneira estratégica pela sociedade e pelo poder público, uma vez que possuem a capacidade de melhorar o espaço público através da informação, da educação, da cultura e do conhecimento, contribuindo para o desenvolvimento democrático, além da crescente importância na economia, no emprego e no intercâmbio comercial. Ou seja, possuem uma dupla importância, pois são constituídas de valor simbólico e de valor econômico, os quais, por sua vez, colocam-nas em duas arenas internacionais: a da luta cultural (na perspectiva antropológica) e a da luta comercial.

Enfim, é possível afirmar com boa dose de certeza que a percepção da relevância da economia da cultura é crescente, sendo crucial a elaboração de políticas para o seu fortalecimento. No entanto, como visto exaustivamente nos capítulos anteriores, as atividades produtivas de bens e serviços culturais formam aglomerações produtivas no interior das grandes cidades, como é o caso da indústria cinematográfica no Rio de Janeiro, que se alimentam de recursos territoriais específicos existentes em um território produtivo da economia criativa. Nesse sentido, a proposição de políticas para o seu

fortalecimento deverá extrapolar a simples análise setorial, para se correlacionar, também, com essa base territorial onde está inserida. Em outras palavras, torna-se necessário pensar propostas para o desenvolvimento do setor, mas sobretudo discutir o fortalecimento da sua base territorial, o território produtivo da economia criativa carioca. Como o objetivo proposto não é trivial, recorreremos à uma estratégia segmentada para alcançá-lo, segundo a qual discutiremos, primeiramente, as oportunidades existentes para a indústria cinematográfica brasileira; e, em seguida, argumentaremos sobre um conjunto de políticas que julgamos necessário para o desenvolvimento da atividade produtiva cinematográfica no Rio de Janeiro.

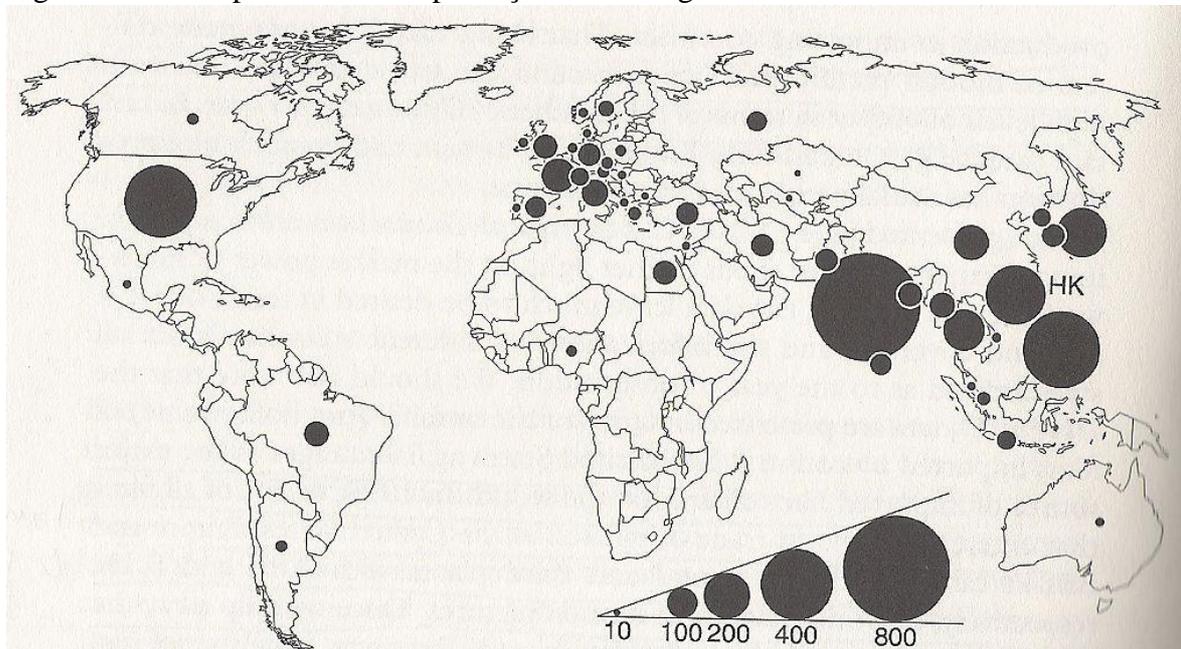
Deve-se ressaltar que, embora a proposição das políticas esteja direcionada para a aglomeração carioca, em função da inexistência de uma aglomeração produtiva da indústria cinematográfica vencedora no Brasil, conforme comprovado anteriormente, boa parte das ideias que serão lançadas poderá ser aplicada também a uma eventual discussão sobre a aglomeração paulista. Ademais, acreditamos que o caminho para a consolidação da hegemonia de uma das aglomerações concorrentes reside na aplicação de tais políticas. Consequentemente, as oportunidades para a indústria cinematográfica brasileira, que discutiremos na sequência do texto, poderão ser captadas por uma das duas aglomerações, a qual, provavelmente, será a que tiver obtido maior êxito na implementação desse conjunto de políticas.

4.1. As oportunidades para a indústria cinematográfica brasileira

O trabalho que se apresenta visou a descrever, até o momento, o dinamismo da indústria cinematográfica através de sua simbiose com o território, onde ocorre a territorialização de uma densa e multifacetada aglomeração de trabalho e capital, cujas dinâmicas organizacionais e vantagens competitivas são construídas socialmente. Em nenhum outro lugar do mundo, isso ocorre de maneira tão intensa quanto em Hollywood, onde uma extrema capacidade de marketing e distribuição massiva se combinam às estratégias produtivas, tornando-a líder mundial na produção cinematográfica e principal centro comercial de cultura do mundo. No entanto, como foi apontado no final do primeiro capítulo, ao mesmo tempo em que a intensificação do processo de globalização sugere o aumento da hegemonia hollywoodiana no comércio internacional de filmes, pode-se vislumbrar, por outro lado, que diferentes centros de produção cinematográfica espalhados pelo mundo consigam, através das mesmas redes

geográficas de distribuição, aumentar suas fatias de mercado no comércio internacional de filmes e em seus próprios mercados nacionais.

Figura 4.1: Principais centros de produção cinematográfica do mundo



Fonte: Unesco apud Scott (2005)

Na figura 4.1⁴⁰, evidenciam-se os principais centros de produção cinematográfica do globo, destacando-se o sudeste asiático, onde Índia e Filipinas ocupam as duas primeiras posições mundiais em quantidade de filmes produzidos, além de Bangladesh, China, Hong Kong e Japão que também possuem expressiva produção. Na Europa, destacam-se Inglaterra, França, Alemanha e Itália, enquanto que na América Latina, o Brasil se posiciona como principal produtor de filmes, apesar do recente crescimento da cinematografia argentina. Contudo, se na figura percebemos uma dispersão da produção cinematográfica no mundo, o mesmo não se manifesta nas trocas comerciais de filmes, cujos dados são oferecidos por Reis (2007) que se utilizou de uma pesquisa realizada pela UNESCO:

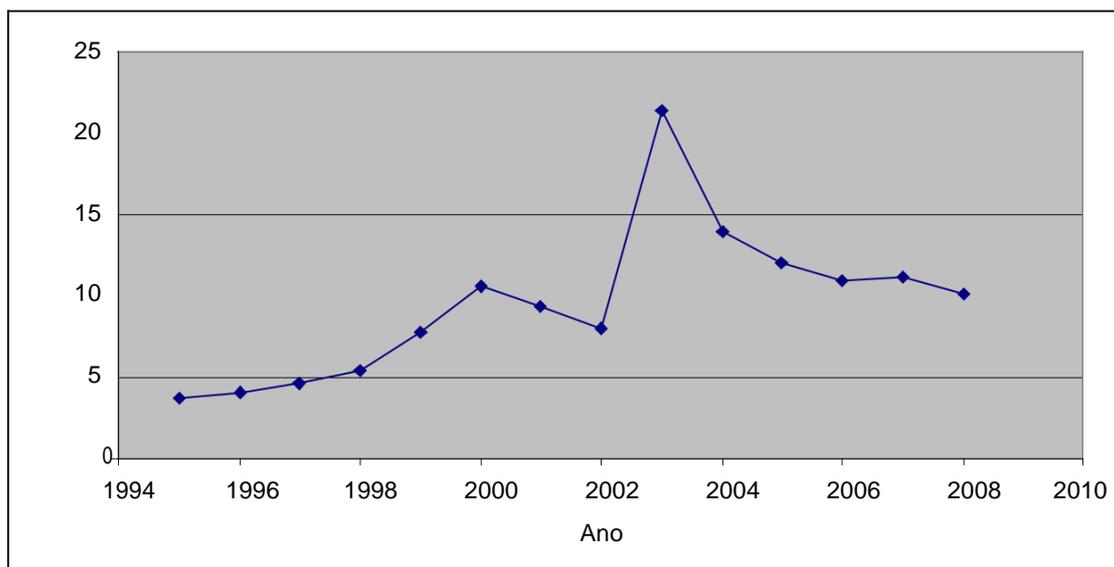
“Quantos filmes indianos, filipinos ou chineses, produzidos em número superior aos estadunidenses tiveram acesso às bilheterias brasileiras? Ao observar os dados que conferem aos filmes dos Estados Unidos 95% do mercado cinematográfico no Chile e na Costa Rica, começamos a ter um vislumbre da magnitude da concentração dessa distribuição. Em 1997, os países africanos de língua inglesa importaram 70% de filmes dos Estados Unidos e 15% europeus. Mesmo os países de língua francesa importaram 40% de produções europeias 40% estadunidenses. Em suma, 85% dos filmes projetados no mundo provieram de Hollywood. O

⁴⁰ A ausência de escala cartográfica na imagem nos impede de classifica-la como um mapa e, assim, optamos pelo título de figura.

estudo propõe duas condições necessárias para preservar a diversidade cinematográfica: em primeiro lugar, que os governos co-financiem as produções locais e garantam sua qualidade e quantidade; em segundo, que as produções locais sejam comercializadas nos mercados internacionais. Em outros termos, que não só a produção local, mas também sua distribuição internacional seja promovida” (Reis, 2007, p. 280-281).

O conflito entre produção e distribuição não é restrito ao mercado internacional e, de acordo com a discussão realizada nos capítulos anteriores, também se configura em um traço estrutural do mercado cinematográfico brasileiro. Indiscutivelmente, houve uma bem sucedida recuperação do fôlego da produção cinematográfica nacional que se iniciou mais intensamente a partir de 1995, entretanto, a conquista de mercado desses filmes ainda apresenta uma evolução bastante irregular, conforme podemos analisar no gráfico 4.1. abaixo:

Gráfico 4.1: Fatia de mercado do cinema nacional entre 1995 e 2008.



Fonte: Butcher (2006) e site da ANCINE. Gráfico elaborado pelo autor.

Embora seja difícil precisar qual deveria ser o posicionamento dos filmes brasileiros no mercado interno, o ótimo desempenho do ano de 2003 sugere haver um maior espaço no mercado do que o verificado nos últimos anos. Porém, há de se destacar que mesmo com as reduções verificadas de público nos últimos anos, os números ainda são bem melhores do que aqueles realizados na década de 90, quando a produção nacional retomou a sua trajetória.

Diante desse quadro, em que se percebe que a hegemonia de Hollywood não se solidifica através da quantidade de filmes produzidos, mas se realiza pela exportação e renda gerada por eles (sublinhando-se, mais uma vez, a importância das estratégias de

marketing e distribuição), existem oportunidades para que a cinematografia brasileira aumente sua participação nos mercados interno e externo?

Em primeiro lugar, Scott (2005) afirma que a possibilidade de filmes fora de Hollywood alcançarem maior sucesso vai depender de suas capacidades em manterem e intensificarem suas diferenças em comparação com Hollywood, ao mesmo tempo em que precisam fazer filmes com maior valor de produção e que apelem à audiência global. Em outras palavras, o caminho para se obter ganhos de mercado fora do Brasil não passam pela imitação da linguagem de Hollywood, mas trata-se de valorizar a diferença entre as linguagens, objetivando uma cinematografia própria capaz de engendrar um processo de competição monopolística.

“The general principle underlying this assertion is that monopolistic competition, not imitation, is the pathway to long-term viability for industrial agglomerations seeking to carve out a place for themselves in markets that are already swamped by the outputs of a dominant center of production. Dominant centers, by definition, have massive stocks of the competitive advantages that in the first instance have propelled their product lines into leading positions on world markets. Effective market contestation by subdominant centers, then, calls at least for some unique competitive asset that dominant centers cannot match” (Scott, 2005, p. 170)⁴¹.

A sustentabilidade da produção cinematográfica brasileira decorre, dessa forma, da opção pelos tipos de filmes que se pretendem produzir. Evidentemente, não há possibilidades de se competir com Hollywood, mas, por outro lado, uma nova cinematografia favorece a conquista de nichos de mercado fora do Brasil e a consolidação de suas posições no mercado interno, através de um padrão de competição monopolística.

Nesse sentido, a análise realizada por Butcher (2005) acerca dos fatores desencadeadores do desempenho da indústria cinematográfica brasileira em 2003 (considerado o ano histórico da retomada) vai ao encontro dessa necessidade de um padrão de competição monopolística.

Segundo o autor, sete produções obtiveram desempenhos fabulosos naquele ano: Carandiru (4,6 milhões de ingressos vendidos); Lisbela e o Prisioneiro (3,1 milhões); Os Normais (2,9 milhões); Maria – Mãe do Filho de Deus (2,3 milhões); Xuxa e os

⁴¹“O princípio geral que sublinha essa afirmação é que a competição monopolística, não a imitação, é o caminho para a viabilidade de longo prazo para as aglomerações industriais que procuram construir um lugar para elas em mercados que já estão inundados pelos produtos de um centro dominante de produção. Centros dominantes, por definição, possuem estoques massivos de vantagens competitivas que em primeira instância impulsionaram suas linhas produtos para posições de liderança nos mercados mundiais. Uma efetiva contestação do mercado pelos centros subdominantes, então, apela para algum ativo de competitividade única que os centros dominantes não conseguem atingir” (Tradução do autor).

Duendes 2 (2,3 milhões); Didi – o Cupido Trapalhão (1,7 milhões); e Deus é Brasileiro (1,6 milhões), havendo, inclusive, um final de semana, no qual os filmes nacionais foram responsáveis por 70% da bilheteria total. Tais números se tornam muito mais significativos, pois, “o grande projeto da retomada, mais do que qualquer ambição artística, é reocupar seu próprio mercado” (Butcher, 2005, p. 66). Dentre os principais fatores para esses números pode-se indicar a retomada de confiança das distribuidoras em divulgar um filme nacional e o forte crescimento do público em geral, dado que pela primeira vez, desde 1989, mais de 100 milhões de brasileiros foram às salas de cinema. No entanto, Butcher (2005) e (2006) revela que o elemento central do sucesso é a associação do cinema com a televisão.

“Existe na retomada (...) um elemento que estabelece uma diferença em relação aos períodos anteriores do cinema brasileiro, uma transformação profunda no país que alterou a posição do cinema na cadeia do audiovisual e redefiniu a imagem hegemônica do Brasil. Esse elemento novo – a televisão – se solidificou justamente enquanto a Embrafilme entrava em decadência. Não falamos, aqui, da televisão, simplesmente, mas da constituição de uma rede nacional e a transformação de um canal específico (a TV Globo) em potência audiovisual mundial” (Butcher, 2005, p. 69).

Para ratificar a importância da associação entre a televisão e o cinema brasileiro, assim como o papel central desempenhado pela Globo Filmes, citamos um informe divulgado pela ANCINE em seu site, que comunica o fato de que nos primeiros meses do ano de 2009, precisamente até o dia 11 de junho, o público total dos filmes brasileiros atingiu a marca de 9,1 milhões de espectadores, superando o total do ano anterior e conquistando uma fatia de 19,32% do mercado. Indiscutivelmente, esse ótimo desempenho está relacionado aos três maiores sucessos do ano, “Se eu fosse você 2” (mais de 6 milhões de espectadores), “Divã” (mais de 1,5 milhão) e “A Mulher Invisível (mais de 1,2 milhão)”, que além de contaram com a co-produção da Globo Filmes, se enquadram perfeitamente dentro da análise anterior⁴².

De fato, a Globo se consolidou, no final do século passado, como o principal grupo midiático do país, concentrando produção de audiovisual narrativa (ficção) e informativa (jornalismo), e influenciando o país em vários campos (político, econômico, social e cultural). Na esteira desse poderio da Globo, criou-se “o padrão Globo de qualidade” para a produção de audiovisual no país, influenciando todos os filmes que foram produzidos no país desde a retomada. Esse padrão é consequência direta da longa

⁴² Como os três filmes ainda estão em cartaz até o presente momento, os números ainda não estão finalizados para o ano.

e bem sucedida trajetória da empresa em produzir telenovelas, programas humorísticos, seriados, mini-séries etc. Assim, a recuperação do cinema nacional se relaciona diretamente com a televisão, a qual se tornou referência de linguagem.

“Se, no passado, os filmes nacionais moldavam-se segundo modelos estrangeiros (fosse ele hollywoodiano ou europeu), esse modelo transferiu-se para dentro do Brasil mesmo, morando, agora, no ‘padrão Globo’.

Na retomada, portanto, passou a ser uma espécie de questão de honra para o cinema recuperar a capacidade de se comunicar com seu público. Uma capacidade que, agora, estava nas mãos da TV e tornava necessário o diálogo com ela” (Butcher, 2005, p. 70).

Essa associação entre os grandes grupos midiáticos televisivos e a produção cinematográfica não é uma exclusividade brasileira e, ao analisar as cinematografias latino-americanas, Getino (2007) aponta que essa estratégia também se faz presente na Argentina e no México. Diante disso, acreditamos que a presença exclusiva desses três países na figura 4.1. acima pode ser, em boa parte, explicada por essa característica.

Em suma, as produções cinematográficas nacionais de grande público internalizaram a linguagem televisiva (caracterizada pela agilidade) e, mais do que isso, passaram a utilizar as estrelas da televisão, atraindo um público já fortemente atraído por elas. A linha que separa cinema e televisão se tornou muito tênue, ficando isso evidente na medida em que programas de televisão são adaptados para o cinema, como os casos de *Os Normais*, *Casseta e Planeta* e *O Auto da Compadecida*, assim como, no sentido inverso, o cinema também pode ser propulsor para programas televisivos, como os casos de *Carandiru – outras histórias* e *Cidade dos Homens*. O principal elo dessa integração entre cinema e televisão, como já foi discutido, é a Globo Filmes.

Dessa maneira, mais do que serem elementos centrais na organização da indústria cinematográfica, conforme vimos no capítulo anterior, a força midiática da Globo e seu o padrão audiovisual, construído ao longo da sua história, constituem-se em importantes ativos para a consolidação de um padrão monopolístico de competição no mercado cinematográfico, uma vez que Hollywood não tem como oferecer produtos concorrentes. Além disso, o reconhecimento do processo de internacionalização da Globo, ilustrado pela exportação de suas telenovelas e pela Globo Internacional, pode ser um importante canal para ampliação do mercado internacional aos filmes brasileiros.

Dentro dessa discussão, Sinclair (1996) apud Scott (2005) revela que existem no planeta algumas regiões geo-linguísticas, dentro das quais existem perfis próprios de comércio de filmes.

“Once we strip away the dominating effects of U. S. made films in trade, however, a number of secondary but conspicuous import-export clusters make their appearance as a reflection of various cultural and geographic biases in world markets. Sinclair (1996) has suggested the term ‘geo-linguistic regions’ as a way of designating groups of countries that have distinctive motion picture trade profiles. French films, for example, have a relatively strong representation in the imports of European countries generally, as well as in francophone territories across the rest of the world. Indian productions make up a significant proportion of the film imports of Iran, Jordan, Kazakhstan, Kyrgyzstan, Morocco, and Romania, and they are imported in significant numbers into the countries of the Indian diaspora. The UNESCO data suggest that rather idiosyncratic import patterns also exist for films originating from China, Germany, and Russia” (Scott, 2005, p.161)⁴³.

Embora a ausência da América Latina como uma região geo-linguística sugira sua submissão aos filmes produzidos em Hollywood, a análise da figura 4.1. evidenciou que o Brasil é o principal centro de produção cinematográfica da região e, além disso, possui o principal grupo midiático, a Globo. Nesse sentido, em uma análise preliminar, parece-nos que existe na América Latina um grande mercado de filmes a ser explorado pela indústria cinematográfica brasileira, que se ofereceria como uma das principais alternativas aos filmes de Hollywood dentro de uma região que possui afinidades culturais, que foram construídas historicamente.

Getino (2007) reforça essa possibilidade de fortalecimento do comércio regional ao considerar que existem mais afinidades entre as cinematografias latino-americanas do que entre os estilos cinematográficos da Europa, uma vez que “representam aquelas originadas em culturas e línguas muito semelhantes entre si, articuladas por uma história mais ou menos compartilhada e por projetos nacionais, apesar de tudo, comuns” (Getino, 2007, p. 25). Assim, “as características relativamente semelhantes dos países da região quanto a idioma, cultura, religião, memória histórica e inclusive projetos de integração” (Getino, 2007, p. 35) se configuram em uma clara vantagem sobre outras regiões para o comércio de filmes.

⁴³“Ao mesmo tempo em que desvendamos os efeitos dominantes dos filmes estadunidenses no comércio, entretanto, um número secundário mas evidente de aglomerações importadoras-exportadoras fazem aparecer como reflexo da variedade das preferências culturais e geográficas nos mercados mundiais. Sinclair (1996) sugeriu o termo ‘regiões geo-linguísticas’ como uma forma de designar grupos de países que possuem distintos perfis de comércio da indústria cinematográfica. Filmes franceses, por exemplo, possuem relativamente uma forte representação nas importações dos países europeus em termos gerais, assim como em territórios francofônicos por todo o resto do mundo. Produções indianas constituem uma significativa proporção das importações de filmes do Iran, Jordânia, Kasaquistão, Kirguistão, Marrocos, e Romênia, e são importados em números significativos por países da diáspora indiana. As estatísticas da UNESCO sugerem mais precisamente que padrões de importação idiossincráticos também existem para filmes originados na China, Alemanha, e Rússia” (Tradução do autor).

Em suma, acreditamos que o olhar estratégico sobre a América Latina poderia gerar um novo padrão de trocas comerciais de filmes na região, qualificando-a como mais uma região geo-linguística.

A questão que resta é se apenas uma grande corporação, a Globo, é capaz de alavancar a indústria do cinema nacional, posto que nos Estados Unidos, guardadas as devidas proporções, as empresas que coordenam todo o processo produtivo são sete (as majors). No entanto, enquanto outros grandes grupos nacionais não se inserem com maior profundidade na indústria cinematográfica, Scott (2005) afirma que os próprios conglomerados internacionais de mídia têm demonstrado crescente interesse em projetos de outros centros emergentes de produção cinematográfica, tal é o caso do Brasil. Naturalmente, ao mesmo tempo em que estão interessadas em difundir os produtos de Hollywood, desejam valorizar seus ativos localizados em outros países através da divulgação dos filmes ali realizados, sendo as suas redes de distribuição uma excelente possibilidade para aumentar o alcance geográfico dos filmes brasileiros. Entretanto, há de se mencionar que o principal objetivo desses conglomerados continua a ser a disseminação dos produtos realizados em seus países de origem e em Hollywood.

Além da existência dessas oportunidades, podemos destacar duas características da indústria cinematográfica que justificam o interesse em fortalecê-la no Rio de Janeiro. Em primeiro lugar, o fato de que “a produção e o consumo dos bens e serviços audiovisuais representam a parcela mais significativa da atividade cultural” (Bertini, 2008, p. 135), e, em segundo lugar, a possibilidade que um filme tem de divulgar e fortalecer outras indústrias culturais existentes na cidade, uma vez que nele poderão constar imagens potencializadoras da atividade turística, trilhas sonoras divulgadoras de músicos cariocas, roupas promotoras de estilistas locais e assim por diante⁴⁴. Não é por acaso que muitas cidades do mundo oferecem grandes incentivos para se tornarem tema de filmes, como foram os casos de “Paris, eu te amo” e “Nova York, eu te amo”, inseridas no projeto do produtor francês Emmanuel Benbihy intitulado “Cidades do

⁴⁴ Em uma das entrevistas realizadas para a elaboração desta tese, Luiz Carlos Prestes Filho, Superintendente da Economia da Cultura da Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico do Rio de Janeiro, argumentou que o cinema é um importante “Cavalo de Tróia”, que ao penetrar nos diversos mercados, abre-se e divulga todas as indústrias culturais do seu país, ou de seu local, de origem: música, moda, turismo, jóias etc.

Amor”, ou “Match Point” e “Vicky, Cristina, Barcelona”, realizados por Woody Allen e ambientados na Inglaterra e na Espanha, respectivamente⁴⁵.

Agora que está clara a existência de oportunidades para a indústria cinematográfica ampliar sua participação nos mercados interno e externo, podemos passar para a discussão acerca das políticas necessárias para a realização de tais oportunidades.

4.2. A mobilização produtiva da aglomeração da indústria cinematográfica carioca: seus limites e suas possibilidades

Se, por um lado, é correto afirmar que existem oportunidades para que a cinematografia nacional amplie sua participação nos mercados interno e externo, por outro lado, não há nenhuma inexorabilidade nisso. Nesse sentido, a pergunta que se impõe versa sobre a política a ser implantada, de modo a viabilizar o aumento da participação cinematográfica brasileira no mercado brasileiro, assim como no mundial.

Parte dessa política é setorial, ou seja, está diretamente atrelada à indústria cinematográfica ou, ampliando um pouco mais a nossa lente, às indústrias culturais. Contudo, como esta tese demonstrou nos capítulos anteriores, a produção de bens e serviços culturais apresenta um grande padrão de concentração espacial no interior das maiores cidades do mundo, formando densas aglomerações produtivas que se alimentam de recursos territoriais específicos existentes em um território produtivo da economia criativa. Assim, chegamos à importante conclusão de que a implementação de um conjunto de políticas setoriais não será por si só suficiente para a realização das oportunidades identificadas acima, demandando, portanto, políticas territoriais capazes de potencializar a oferta dos recursos territoriais específicos que alimentam as referidas aglomerações produtivas das indústrias culturais. Em grande medida, o sucesso ou o fracasso desse último conjunto de políticas determinará a aglomeração produtiva da indústria cinematográfica brasileira que se tornará efetivamente hegemônica, ou que, pelo menos, assumirá de forma mais consistente uma posição de liderança.

⁴⁵Em alinhamento com essas propostas, a Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro já firmou parceria com os produtores acima para a realização do filme “Rio, eu te amo”, assim como para a execução de outro a ser dirigido por Woody Allen e ambientado na Metrópole carioca.

Dessa forma, o caminho para o fortalecimento da aglomeração produtiva da indústria cinematográfica carioca encontra seus fundamentos na mobilização produtiva do território produtivo da economia criativa existente na Metrópole do Rio de Janeiro.

4.2.1. Política setorial para a indústria cinematográfica brasileira

Nos últimos anos, foi publicada uma quantidade bastante razoável de livros sobre a indústria do cinema no Brasil, sendo que alguns deles se detiveram, principalmente, na discussão da retomada das produções no país a partir de meados dos anos 90, questionando a sua sustentabilidade. De modo geral, a avaliação aponta para um inegável sucesso em termos de volume de produção e para o reconhecimento incontestado de que ainda existem muitas lacunas estruturais a serem superadas a fim de se alcançar uma maior sustentabilidade produtiva.

Admitindo, por um lado, que não se trata do principal objetivo dessa pesquisa, realizaremos uma breve síntese desse debate, uma vez que, por outro lado, reconhecemos a necessidade de uma contextualização acerca das principais políticas setoriais implementadas para o fortalecimento da atividade cinematográfica no Brasil.

Em primeiro lugar, deve-se considerar que uma indústria cinematográfica compreende processos muito mais abrangentes do que a simples realização de filmes. Ou seja, as políticas de fomento à produção cinematográfica são ineficientes para a consolidação da indústria, uma vez que se reconhece a necessidade de planos que incorporem também os outros elos: a distribuição e a exibição. Nesse sentido, Leite (2005) critica a fundação do cinema brasileiro a partir da realização de um filme e não por uma exibição pública:

“A opção não foi aleatória; muito pelo contrário, colocou em evidência a preferência por uma ‘fê ideológica’ que privilegia substancialmente a produção de um filme como o elemento mais importante do cinema e, concomitantemente, lega a um plano secundário outros elementos essenciais para o funcionamento do cinema em seu fundamento industrial, isto é, a distribuição, a exibição e, principalmente, a recepção dos espectadores. Dessa forma é possível detectar, entre outros aspectos, que a opção pela suposta filmagem, realizada em fins do século XIX, como fato fundador da história do cinema nacional revela, por um lado, uma certa reação à premissa de que o cinema é uma indústria e, por outro, sugere a apologia da definição do cinema como fundamentalmente a realização de filmes” (Leite, 2005, p. 23).

Em outras palavras, entendemos que, embora tenhamos expandido consideravelmente a capacidade de produção cinematográfica no Brasil ao longo dos últimos quinze anos, a irregularidade da fatia de mercado nacional conquistada por tais produções e, conseqüentemente, a reduzida receita obtida por cada filme restringem o

processo de capitalização das produtoras e minimizam suas capacidades de auto-financiamento, tornando-as dependentes da subvenção pública.

“Trata-se aqui da decantada ciclotomia histórica da produção cinematográfica no Brasil. A indústria tem se comportado de uma maneira bastante tímida e frágil para enfrentar seus verdadeiros problemas de infra-estrutura e organização internas. A simples manufatura de filmes não é o único e suficiente alicerce para se construir um verdadeiro projeto industrial: para a sobrevivência da atividade, necessariamente, deve-se integrar a produção e a circulação da mercadoria cinematográfica com a finalidade de se formar um sistema que absorva tal conjunto de obras audiovisuais. A situação reporta-se fundamentalmente àquela realização que tem como objetivo atingir o público ou o mercado, esta entidade ambígua” (Gatti, 2007, p. 103).

No entanto, como vimos anteriormente, há enormes barreiras para a obtenção de maiores fatias de mercado, as quais poderiam viabilizar um desenvolvimento da indústria cinematográfica nacional menos dependente do Estado, porém existem alguns caminhos sendo descobertos e outros a serem percebidos.

Getino (2007) propõe um exercício contábil visando a revelar a dificuldade de amortização de um filme latino-americano, concluindo que nos países em que o Estado é ausente não existe produção de longa-metragem.

“Sabemos que, em termos gerais, a porcentagem que o produtor recebe é de 30%, ou menos, das arrecadações das salas (50% é retido pelo exibidor e entre 20% e 30% pelo distribuidor). Então, se a amortização de um filme fica entregue ao jogo do mercado, um filme com custo médio de U\$ 1 milhão, em um país em que o valor médio das entradas é de, por exemplo, U\$ 3, requer para sua amortização uma renda bruta de mais de U\$ 3 milhões; ou seja, no mínimo 1 milhão de espectadores, um número que praticamente nenhum mercado cinematográfico tem como média para o conjunto de sua produção anual. Em nosso caso, a produção latino-americana não atrai sequer 100 mil espectadores” (Getino, 2007, p. 30).

Azulay (2007), também preocupado com a dificuldade em se amortizar os investimentos realizados em uma produção nacional, revela a desigualdade da competição com o filme estrangeiro:

“... verificamos que o filme americano era o que mais se amortizava no próprio mercado interno. Podendo, pois, ser explorado em nosso mercado e nos demais, por meio de grande número de cópias e diversificado investimento no lançamento a um custo relativamente baixo. Enquanto o filme brasileiro concorria com ele, em seu único e próprio mercado, ainda sem os custos de produção pagos e, portanto, a um custo por cópia elevadíssimo, o mesmo ocorria quando o filme brasileiro procurava acesso à televisão, na qual filmes e séries estrangeiras chegavam a custo de duma coisa (Azulay, 2007, p. 73).

Diante disso, o financiamento dos projetos se configura no maior problema a ser enfrentado pelas produtoras, as quais, em função das especificidades do setor produtivo em que atuam, lidam com a incerteza acerca dos retornos dos investimentos.

“Mesmo que se verifique o valor artístico conceitualmente embutido no produto, não se pode desprezar o capital como um fator de produção básico no contexto da indústria do audiovisual, citando-se como aspecto principal a longa defasagem entre os desembolsos e as receitas nos projetos de investimento. Não há como deixar de reconhecer que os custos dos investimentos são mesmo bem elevados, sobretudo quando é produzido um tipo especial de bem que, em razão do ineditismo, não possui qualquer garantia de mercado. Portanto, nota-se que tem um perfil que o faz diferenciado, em função da limitação e da imprevisibilidade próprias da subsistência comercial” (Bertini, 2008, p. 138).

No Brasil, o forte crescimento do volume de filmes realizados nos últimos anos revela o sucesso das políticas de fomento, as quais estão diretamente associadas à subvenção pública através das leis de incentivo. Contudo, se por um lado, nessas leis reside a existência de uma indústria do cinema nacional, por outro, nelas também se encontram parte das nossas dificuldades na busca pela sustentabilidade.

Esse paradoxo inerente às leis de incentivo brasileiras deriva da contabilização prévia, por parte do produtor, da possibilidade de captação dos recursos públicos. Benhamou (2007) discute como a subvenção pública às atividades culturais, em qualquer parte do mundo, produz um “efeito perverso” ao reduzir a busca por alguma solução criativa ao financiamento, ou por alguma possibilidade de redução dos custos de produção, em função da garantia de um orçamento mínimo proveniente das leis de incentivo e de proteção. Além disso, a oferta dessas verbas públicas inflacionou os custos médios de produção dos filmes brasileiros nos últimos anos.

Portanto, o problema apresenta elevada complexidade, uma vez que ao mesmo tempo em que o financiamento público se configura no elemento capaz de viabilizar a produção, representa no longo prazo um entrave a sustentabilidade da indústria cinematográfica. Assim, torna-se necessário procurar propostas que possibilitem uma gradual redução do papel do Estado no financiamento da produção cinematográfica no Brasil. Embora de grande importância, as leis de incentivo “foram apenas um primeiro passo” (Azulay, 2007, p.72).

Entretanto, as possíveis soluções não se encontram unicamente na etapa da produção, mas, sobretudo, nas etapas da distribuição e da exibição. Em outras palavras, precisa-se responder à seguinte questão: como diminuir a participação do Estado no financiamento dos filmes brasileiros?

Uma primeira alternativa é o incentivo às co-produções internacionais, as quais têm sido incentivadas pelo próprio governo brasileiro, através, principalmente, da ANCINE. As co-produções possuem o duplo efeito de dividir o montante a ser

investido na execução do projeto, ao mesmo tempo em que amplia o mercado do filme ao viabilizar que ele ultrapasse com mais facilidade as fronteiras nacionais. Para Getino (2007), as co-produções latino-americanas constituem uma ótima possibilidade de superação dos limites dos mercados locais e uma boa estratégia para a construção de um padrão comercial cinematográfico próprio da América Latina, conforme já discutimos acima. O mesmo autor enumera com grande entusiasmo a criação, em 2004, da RECAM (Reunión Especializada de Autoridades Cinematográficas y Audiovisuales del Mercosur y Estados Asociados), dentro da qual funciona o primeiro sistema de informação sub-regional do cinema latino-americano. “Esse avanço altamente significativo coloca o cinema no lugar mais desenvolvido da escala latino-americana quanto a processos de intercâmbio e integração industrial e cultural” (Getino, 2007, p. 37). Azulay (2007) completa a análise afirmando que no “campo multilateral, os esforços para a integração ibero-americana e com o Mercosul são hoje prioridades estratégicas do cinema brasileiro” (Azulay, 2007, p. 82).

Uma segunda possibilidade de capitalização das produtoras nacionais consiste na realização de projetos internacionais no Brasil, como filmagens de partes ou da totalidade de uma determinada produção estrangeira. Trata-se uma forma indireta de financiamento, uma vez que as produtoras nacionais escolhidas para realizarem o projeto adquirem uma fonte extra de receita, a qual pode ser utilizada no financiamento de suas próprias produções. O baixo custo de produção no Brasil, comparativamente aos países desenvolvidos, a qualidade da mão-de-obra e a diversidade de paisagens são os principais atrativos nacionais, entretanto a lentidão da burocracia se configura no maior entrave. A enorme demora para a estruturação oficial da Comissão de Filmagem do Rio de Janeiro configura um bom exemplo desse problema.

Além das respostas encontradas dentro da etapa da produção, os setores da distribuição e da exibição também são importantes na busca por maiores receitas, através das quais novos projetos podem ser financiados. Nesse sentido, volta-se ao maior debate da história do cinema nacional, concernente à sua reduzida fatia do mercado interno e a sua quase inexistente presença no mercado internacional. Indiscutivelmente, as etapas da distribuição e da exibição são historicamente os maiores gargalos ao fortalecimento da indústria do cinema brasileiro.

O controle da distribuição de filmes em território nacional por parte dos grandes conglomerados multinacionais é uma característica estruturante do mercado brasileiro, a qual impõe enormes barreiras a uma maior penetração da produção nacional em seu

próprio país. Dessa forma, o fortalecimento de distribuidoras nacionais se apresenta como uma importante estratégia, uma vez que a própria história revela que nos momentos em que existiu uma melhor distribuição dos filmes brasileiros, houve aumento do público e da renda. Vale mencionar mais uma vez a importância da Rio Filmes no momento mais agudo da crise cinematográfica brasileira.

Além disso, o fortalecimento de distribuidoras nacionais viabiliza não apenas uma expansão das redes geográficas de distribuição, mas também potencializa o processo criativo e produtivo, uma vez que elas também desempenham papéis de financiamento, avaliação de projetos, gerenciamento, divulgação, marketing etc. Como se viu no capítulo anterior, as distribuidoras nacionais ainda lutam por maior espaço no mercado brasileiro, entretanto a existência no Rio de Janeiro de duas dedicadas exclusivamente ao produto nacional revela a existência de um processo que poderá desembocar em uma nova capacidade de promoção dos filmes brasileiros. Existem também outras distribuidoras nacionais no Rio de Janeiro e em São Paulo, contudo apenas a Rio Filmes e a Downtown Filmes operam com carteira exclusivamente brasileira. Enquanto a primeira é administrada pela Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, a outra foi criada a partir de uma iniciativa empresarial viabilizada pelos Fundos de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional (FUNCINES).

Se, por um lado, a etapa da distribuição desempenha papel de grande relevância para o crescimento da arrecadação dos filmes brasileiros, por outro lado, a própria etapa da exibição apresenta sérios problemas estruturais a serem enfrentados.

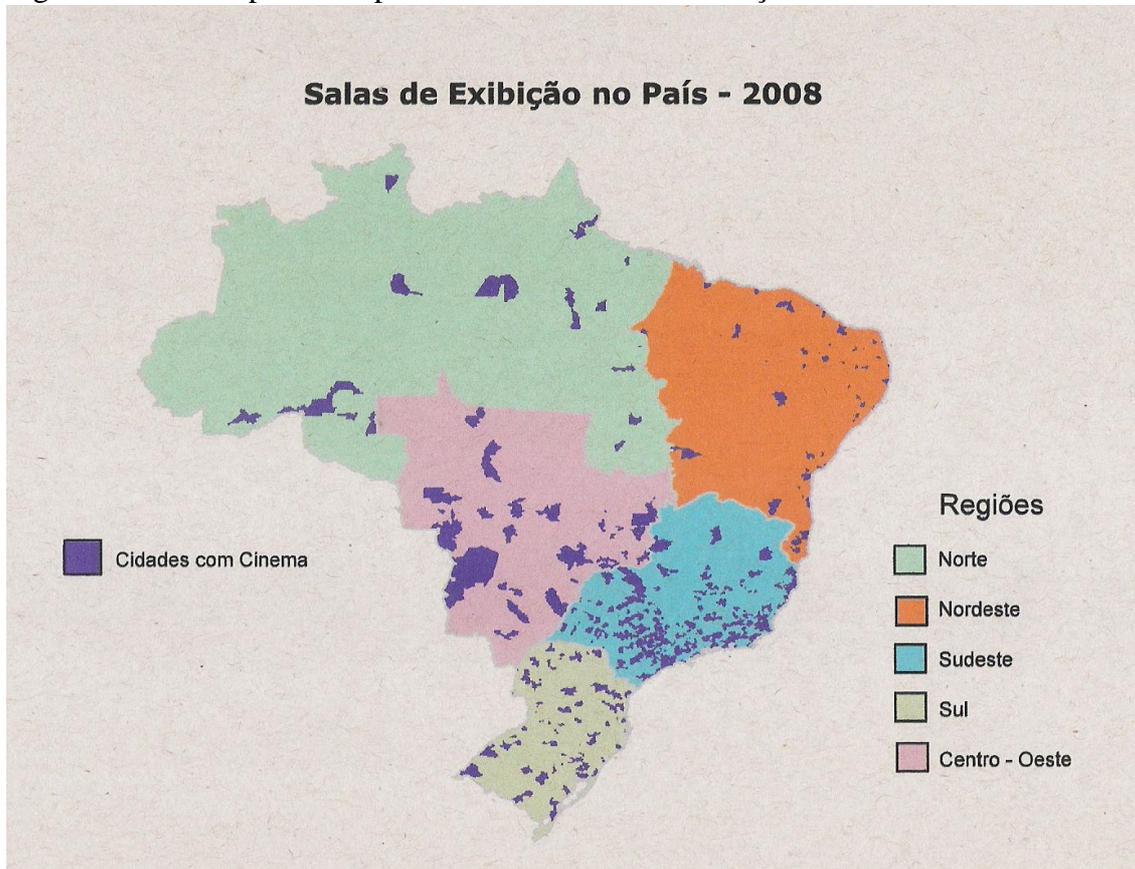
O primeiro desses problemas concerne à reduzida quantidade de salas de exibição no país e a sua extrema concentração espacial, como se verifica na figura 4.2.⁴⁶ e no quadro 4.1. Apesar do crescimento do número de ingressos vendidos, ainda estamos longe de um patamar ideal. As grandes desigualdades regionais brasileiras contribuem para a manutenção da imaturidade do mercado cinematográfico no Brasil, já que menos de 10% dos municípios brasileiros possuem sala de exibição e, além disso, a relação de salas por habitantes no Brasil é uma das mais baixas do mundo. Em 2008, esse número estava em uma sala para cada 80,7 mil habitantes⁴⁷, “enquanto a proporção

⁴⁶ A ausência de escala cartográfica na imagem nos impede de classificá-la como um mapa e, assim, optamos pelo título de figura. Além disso, ressaltamos que as manchas correspondem a municípios e não a cidades como consta na legenda.

⁴⁷ Segundo informações no site da ANCINE, havia no Brasil, em 2008, 2.278 salas de exibição para uma população total de 183.888.841 brasileiros.

mínima considerada ideal para um mercado cinematográfico sadio é de uma sala para cada 30 mil habitantes” (Butcher, 2005, p. 95).

Figura 4.2: Municípios com pelo menos uma sala de exibição no Brasil em 2008.



Fonte: Retirado do site da ANCINE
(www.ancine.gov.br/media/SAM/2008/SalasExibicao/211.pdf).

Quadro 4.1: Salas de exibição por faixa de população – posição em 2008

Faixa de população dos municípios	Total de municípios	Municípios com cinema	% de municípios desta faixa de população, com cinema	Quantidade de salas de cinema nestes municípios	% de salas de cinema sobre total
Menos de 10.000	2.605	2	0,08%	2	0,09%
10.001 a 20.000	1.397	16	1,07%	17	0,71%
20.001 a 50.000	996	89	8,73%	96	4,09%
50.001 a 100.000	313	114	35,78%	170	7,42%
100.001 a 500.000	217	151	68,66%	634	27,77%
Acima de 500.001	36	36	100%	1.359	59,93%
Total	5.564	408		2.278	100%

Fonte: Retirado do site da ANCINE

(<http://www.ancine.gov.br/media/SAM/2008/SalasExibicao/204.pdf>).

A desigualdade da distribuição espacial das salas não se reproduz apenas na escala regional, mas também na intra-urbana, onde ocorre expressiva concentração nos bairros mais nobres das cidades. Esse problema gera um afastamento das classes sociais mais baixas da sociedade brasileira em relação ao cinema como opção de lazer, cultura e entretenimento. A maior consequência disso para o fortalecimento da indústria cinematográfica nacional deriva do reconhecimento de que nessas camadas encontram-se pessoas demandantes por produções brasileiras, mas que não conseguem ter acesso ao produto. Ou seja, a distribuição desigual das salas de exibição reprime a demanda pela produção cinematográfica nacional.

Além disso, um segundo agravante é a elevação do preço médio do ingresso ocorrido nos últimos anos, que acaba por reforçar o processo de afastamento de um público natural do cinema brasileiro das salas de exibição (Gatti, 2007).

Por fim, há de se considerar a dificuldade que as produções brasileiras encontram para se posicionar nas outras janelas de exibição, como o mercado de DVD, a televisão por assinatura e a aberta, uma vez que nestas duas últimas o controle exercido pelas distribuidoras multinacionais também se faz presente.

Diante do tamanho desses desafios, deve-se mencionar a existência de esforços na implementação de algumas ações gerenciadas pelo BNDES, como o Programa de

Apoio à Cadeia produtiva do Audiovisual (PROCULT) e os FUNCINEs, que pretendem minimizar o gargalo do crédito e do financiamento presente em todas as etapas da indústria, sobretudo na distribuição e exibição; o “Vale Cultura”, que está em vias de ser implementado pelo governo federal, e do programa “Cinema para Todos” do governo do Estado do Rio de Janeiro, que visam a viabilizar o acesso da população mais carente de recursos aos bens e serviços de cultura; e o projeto “Cinema da Cidade”, articulado pela ANCINE e Ministério da Cultura, que financiará a construção ou reabertura de complexos de exibição em cidades de pequeno e médio porte sem salas de cinema.

“Infelizmente, a proposição de uma verdadeira política para o audiovisual ainda representa uma conquista. O que se tem são ações isoladas, mesmo que alguns avanços possam ser devidamente registrados. E isso tudo se deveu não apenas à condição de ser o audiovisual uma atividade estratégica. Em larga medida, os resultados alcançados na alçada do seu financiamento são decorrentes da capacidade de mobilização setorial, principalmente da atuante classe produtora” (Bertini, 2008, p. 187).

De modo geral, pode-se identificar um movimento que visa a reduzir a subvenção à produção, transferindo parte desses recursos e do crédito para as outras etapas da indústria, as quais se configuram nos maiores gargalos históricos a serem superados. Os próprios recursos destinados a fomentar a produção passariam a privilegiar os projetos menos comerciais, embora o total disponibilizado para cada projeto também passe a estar atrelado minimamente a critérios de público, de forma a evitar as enormes distorções entre volume de captação e público espectador. Entretanto, sabemos que esse processo precisa ser conduzido de forma gradativa, em função dos muitos interesses envolvidos, afinal, como discutimos no segundo capítulo, a estrutura institucional evolui de forma lenta e gradativa.

4.2.2. A mobilização produtiva do território produtivo da economia criativa carioca

Segundo Veltz (1999), todas as empresas se encontram em uma encruzilhada temporal, na qual o curto prazo e o longo prazo exigem delas tomadas de decisões, que por vezes podem assumir um caráter contraditório e de difícil conciliação.

“Nos encontramos aquí en el centro de las principales contradicciones que plantea la reorganización de la economía global. Por un lado, el universo de la competencia y el de la empresa son progresivamente devorados por el corto plazo, debido a la vez al peso de las finanzas y a las dinámicas de la competencia global: carrera de persecución agotadora de la innovación y del estrechamiento constante del futuro previsible. Por otro lado, los recursos fundamentales ya no son recursos consumibles debido al desarrollo de los ciclos y de las coyunturas, sino que son recursos inmateriales que tan sólo se construyen y se reproducen en el tiempo, y a veces a largo plazo. La heterogeneidad de los registros temporales se convierte em

el problema central de gestión de las empresas, además de en un problema crucial de las vidas de los asalariados, que deben construir una coherencia biográfica mediante referencias inciertas y variables” (Veltz, 1999, p. 213-214)⁴⁸.

Embora o pensamento acima não tenha sido gerado a partir de um determinado tipo de empresa ou setor produtivo, é de grande valia para a análise que estamos realizando acerca do planejamento voltado à indústria cinematográfica brasileira e à sua aglomeração produtiva localizada em território produtivo da economia criativa no Rio de Janeiro.

Inegavelmente, as produtoras cinematográficas são cortadas por urgências do curto prazo, sendo o financiamento dos seus projetos, a dificuldade de amortização dos investimentos e a concorrência do filme estrangeiro as faces mais perceptíveis. Além disso, a indústria cinematográfica age em um contexto de plena incerteza, uma vez que não há possibilidade de se prever com exatidão o resultado do filme. Diante disso, expusemos, mesmo que brevemente, na seção anterior, a importância de um plano setorial que auxilie as firmas do setor, sobretudo as produtoras, no enfrentamento dessas questões de curto prazo. Entretanto, os recursos fundamentais para a existência das produtoras e para a obtenção de maiores níveis de competitividade e inovação não se reproduzem no curto prazo, uma vez que se configuram em recursos imateriais, os quais se constroem no longo prazo. Esses são os recursos territoriais específicos que as firmas das mais diversas indústrias culturais encontram nos territórios produtivos da economia criativa que existem apenas no interior das maiores metrópoles mundiais.

Nesse sentido, as políticas setoriais, como são tradicionalmente pensadas, revelam-se insuficientes para a geração de um processo dinâmico em setores da economia cujos recursos mais valiosos estejam disponíveis apenas através de uma base territorial. Ou seja, há uma clara necessidade de se combinar as estratégias de curto prazo com as de longo prazo, ou, em outras palavras, de se planejar a indústria cinematográfica não apenas a partir das suas relações setoriais, mas sobretudo a partir das suas relações territoriais. A geografia econômica, portanto, configura-se em uma

⁴⁸ “Estamos aqui no centro das principais contradições colocadas pela reorganização da economia mundial. Por um lado, os mundos da concorrência e da empresa são gradualmente devorados pelo curto prazo, devido tanto ao peso das finanças quanto da dinâmica da concorrência global: corrida esgotante de inovação e do estreitamento constante do futuro previsível. Por outro lado, os recursos fundamentais já não são recursos consumíveis devido ao desenvolvimento dos ciclos e das conjunturas, mas são apenas recursos imateriais que apenas se constroem no tempo e, por vezes, a longo prazo. A heterogeneidade dos registros temporais se converte no problema central da gestão das empresas, além de um problema crucial na vida dos trabalhadores, que devem construir uma coerência biográfica mediante referências incertas e variáveis” (Tradução do autor).

disciplina capaz de oferecer essa visão concernente a crescente relação entre as atividades produtivas e o território, de modo a se discutir e planejar a mobilização produtiva do território.

As aglomerações produtivas das indústrias culturais que se formam e evoluem no interior desses territórios produtivos da economia criativa existentes nas maiores metrópoles do mundo comprovam a relevância que a localização ainda desempenha para a competitividade das firmas, em termos microeconômicos, e para o desenvolvimento da economia metropolitana, tomada em seu conjunto, conforme se verifica nas palavras de Porter (2005):

“The prevalence of clusters reveals important insights about the microeconomics of competition and the role of location in competitive advantage. Even as old reasons for clustering have diminished in importance with globalization, new influences of clusters on competition have taken on growing importance in an increasingly complex, knowledge-based, and dynamic economy.

Clusters represent a new way of thinking about national, state, and local economies, and they necessitate new roles for companies, for various levels of government, and for other institutions in enhancing competitiveness. For companies, thinking about competition and strategy has been dominated by what goes on inside the organization. Clusters suggest that a good deal of competitive advantage lies outside companies and even outside their industries, residing instead in the locations at which their business units are based...

For governments, thinking about the competitiveness of nations and states has focused on the overall economy, with national-level policy as the dominant influence. The importance of clusters suggests new roles for government at the federal, state, and local levels. In the global economy, sound macroeconomic policies are necessary but not sufficient. Government’s more decisive and inevitable influences are the microeconomic level. Among them, removing obstacles to the growth and upgrading of existing and emerging clusters takes on a priority. Clusters are a driving force in increasing exports and are magnets for attracting foreign investment” (Porter, 2005, p. 259-260)⁴⁹.

⁴⁹“A prevalência das aglomerações revela importantes percepções sobre a microeconomia da competição e o papel da localização na vantagem competitiva. Mesmo que as antigas razões para as aglomerações tenham diminuído em importância com a globalização, as novas influências das aglomerações sobre a competição assumiram uma importância crescente em uma cada vez mais complexa e dinâmica economia, baseada no conhecimento.

As aglomerações representam uma nova forma de pensar sobre as economias nacionais, estaduais, e locais, e elas exigem novos papéis para as empresas, para os diversos níveis de governo, e para as outras instituições na potencialização da competitividade. Para as empresas, o pensar sobre a competição e a estratégia tem sido dominado por aquilo que se passa dentro da organização. As aglomerações sugerem que uma boa parte da vantagem competitiva reside fora das empresas e até mesmo fora das suas indústrias, residindo nos locais em que as suas unidades de negócio estão instaladas.

Para os governos, o pensar sobre a competitividade das nações e dos estados tem focado no conjunto da economia, com a política a nível nacional sendo a influência dominante. A importância das aglomerações sugere novos papéis para o governo em âmbito federal, estadual e local. Na economia global, políticas macroeconômicas sólidas são necessárias mas não suficientes. As influências mais decisivas e inevitáveis do governo são no nível microeconômico. Entre elas, a eliminação dos obstáculos ao crescimento e modernização das já existentes e emergentes aglomerações assume posição de prioridade. As aglomerações são uma força motriz no aumento das exportações e são ímãs para atrair investimento estrangeiro” (Tradução do autor).

Se recorrermos ao modelo teórico que construímos no capítulo anterior, segundo o qual propusemos um esquema das relações internas e externas ao território produtivo da economia criativa carioca promovidas por sua aglomeração produtiva da indústria cinematográfica, compreenderemos que os dois círculos mais externos (a bacia de trabalho e o ambiente institucional) representam os recursos imateriais mencionados por Veltz (1999), assim como neles se encontram, segundo Porter (2005), os obstáculos ao crescimento e a modernização das aglomerações, os quais precisam ser eliminados pelos governos.

Diante disso, podemos estabelecer que tanto Veltz (1999), ao ressaltar a importância dos recursos imateriais na sustentabilidade das firmas, quanto Porter (2005), ao ponderar sobre os obstáculos ao fortalecimento das aglomerações, corroboram o pensamento de Scott e Leriche (2005) que apontaram a bacia de trabalho (criativa e técnica) e o ambiente institucional de um território produtivo como sendo as principais fontes dos rendimentos crescentes e das vantagens competitivas de um complexo produtivo local. Desdobra-se, portanto, dessa convergência teórica, a real possibilidade de proposição, por parte do poder público, de políticas capazes de fortalecer a já existente aglomeração produtiva da indústria cinematográfica carioca, as quais devem objetivar à qualificação da bacia de trabalho e à construção de um ambiente institucional incentivador e promotor das interações entre os diversos agentes produtivos.

Em diversos momentos desse trabalho, escrevemos que, pelo prisma evolutivo das aglomerações industriais, não há no Brasil uma aglomeração produtiva da indústria cinematográfica vencedora, e talvez nunca haja dentro dos padrões hollywoodianos ou parisienses. Por essa mesma linha de raciocínio, reconhecemos a existência de duas aglomerações importantes, uma no Rio de Janeiro e outra em São Paulo, sendo que a primeira é responsável pela maior parte da produção cinematográfica e por uma maior conquista do mercado. No entanto, não há como se precisar a manutenção da hegemonia carioca ao longo dos próximos anos, uma vez que a aglomeração paulista também se insere em um importante território produtivo da economia criativa. O fato é que a futura consolidação de uma aglomeração produtiva da indústria cinematográfica hegemônica no Brasil se definirá pela aglomeração que for melhor alimentada pelas economias de aglomeração e pelos recursos específicos existentes nos territórios produtivos da economia criativa em que se inserem.

Assim, se a sociedade carioca e o seu poder público julgarem a indústria do cinema como uma atividade produtiva estratégica ao desenvolvimento econômico da metrópole, a qualificação da sua bacia de trabalho se apresenta como importante alvo das políticas públicas. Contudo, os investimentos a serem realizados não devem ser restritos à atividade cinematográfica, uma vez que há uma grande integração de variados profissionais, com distintas habilidades e competências, para a realização de um filme. Afinal, a aglomeração produtiva da indústria cinematográfica não existe descolada de outras aglomerações de indústrias culturais, conforme se percebe nas palavras de Landry (2005):

“A major problem for the creative cultural industries (...) is that until recently the sector was rarely viewed as an integrated one in policy-making terms. Theater, the visual arts, music, film-making, or design and fashion are seen as separate sectors without recognition of the interconnections between them. Creative artists often work across different cultural fields. A musician, for example, may perform at a live orchestral concert at one moment, then as a recording studio musician in record production, and later as a musician involved in a film score. A graphic artist may produce advertising copy, then pictures for individual sale, acting in this sense as a ‘pure’ artist, and then produce covers for records or film publicity. The creative products themselves are now usually not confined to one medium. Most are cross-media products: the book of the play, the film of the book, the record of the film, and so on. Underpinning this convergence and cross-media recycling is the way the cultural industries themselves are being linked to and shaped by the development of the communication, computing, and ‘knowledge’ industries. It is increasingly frequent for creative people to work in teams across disciplines and move between them, as has traditionally happened between, for example, actors in the theater, radio, and television. Looked at in isolation each sector may seem relatively small, but looked at as a group they are powerful” (Landry, 2005, p. 238)⁵⁰.

Em suma, retornando o problema para a sociedade carioca e seu poder público, o desafio consiste na implementação de uma educação criativa, desde o ensino básico ao superior, capaz de qualificar a bacia de trabalho do seu território produtivo da economia criativa e gerar os rendimentos crescentes e as vantagens competitivas, que são

⁵⁰“Um grande problema para as indústrias culturais criativas (...) é que, até recentemente, o setor foi raramente visto de forma integrada em termos de decisão política. Teatro, as artes visuais, música, cinema, design e moda são vistos como setores separados, sem o reconhecimento das interligações entre eles. Os artistas criativos frequentemente trabalham em diferentes domínios culturais. Um músico, por exemplo, pode trabalhar em um concerto ao vivo em um momento, depois como músico de gravação em estúdio em uma produção fonográfica, e ainda como um músico envolvido na produção de um filme. Um artista gráfico pode produzir textos publicitários, em seguida imagens para vendas individuais, agindo neste sentido como um artista ‘puro’, e ainda produzir capas para discos ou filmes publicitários. Os produtos criativos geralmente não se confinam a um meio de comunicação. A maioria é produto de mídias cruzadas: o livro do jogo, o filme do livro, o disco do filme, e assim por diante. A convergência e a reciclagem através das mídias cruzadas são as formas como as próprias indústrias culturais estão a ser conectadas e moldadas pelo desenvolvimento da comunicação, computação e indústrias do ‘conhecimento’. É cada vez mais frequente que as pessoas criativas trabalhem em equipe perpassando disciplinas e se movendo entre elas, como tem acontecido tradicionalmente entre, por exemplo, os atores no teatro, rádio e televisão. Analisados isoladamente, cada setor pode parecer relativamente pequeno, mas analisados como um grupo eles são poderosos” (Tradução do autor).

determinantes para a trajetória da aglomeração produtiva da indústria cinematográfica e para as demais aglomerações produtivas das indústrias culturais e criativas existentes na metrópole.

Conforme apontamos no primeiro capítulo, a criatividade é o elemento central das atividades culturais, assim como de outras que integram setores produtivos mais tradicionais. Portanto, os benefícios de uma educação criativa não se restringem à indústria cinematográfica, ou às indústrias culturais, mas atingem a uma grande variedade de atividades produtivas, uma vez que a criatividade se configura em uma fonte de vantagem competitiva decisiva (Florida, 2002).

Em uma primeira análise, o desafio de se fortalecer a bacia de trabalho do território produtivo da economia criativa carioca não nos sinaliza nenhuma novidade acerca das tradicionais responsabilidades atribuídas aos governos, uma vez que a educação sempre foi considerada um serviço indivisível a ser garantido pelo poder público. Contudo, em uma perspectiva mais acurada, a tarefa não se apresenta como das mais simples a serem empreendidas.

A promoção de uma educação criativa implica na construção de novos projetos pedagógicos por parte das escolas privadas e públicas do Rio de Janeiro, os quais seriam norteadores de um novo processo de ensino-aprendizagem, segundo o qual os alunos, desde o ensino básico, aprenderiam não apenas a armazenar a maior quantidade de informação possível, mas se tornariam capazes de agir sobre o crescente volume de informação circulante.

Nesse sentido, Howkins (2005) afirma, com grande ironia, que se ele fosse um bit, se orgulharia de viver na sociedade da informação, porém como um ser pensante, emotivo e criativo, deseja algo maior, estabelecendo que na economia contemporânea, a ênfase incide sobre as ideias e expressões pessoais. A informação é um subsídio e não o fim.

“Information is sufficient to execute logical steps in a series. But it cannot enable us to choose between steps that are equally logical. And having ideas – creativity – is seldom logical, except in hindsight (...) We need information. But we also need to be active, clever, and persistent in challenging this information. We need to be original, skeptical, argumentative, often bloody-minded and occasionally downright negative – in one word, creative” (Howkins, 2005, p. 117-118)⁵¹.

⁵¹“A informação é suficiente para a execução de uma série de etapas lógicas. Mas ela não nos habilita a escolher entre as etapas que são igualmente lógicas. E ter ideias – criatividade – é raramente lógico, exceto em retrospectiva (...) Nós precisamos de informação. Mas também precisamos ser ativos, inteligentes, e persistentes em desafiar essa informação. Nós precisamos ser originais, céticos,

A escola que se modernizou ao longo do século XX para atender as demandas da sociedade industrial fordista promoveu a padronização do ensino e a reprodução do conhecimento através de raciocínio linear e de estruturas organizacionais hierarquizadas. Entretanto, a permanência desse modelo ainda no século XXI implica, segundo Leadbeater (1999), na morte do desejo de aprender por parte dos alunos, ao passo que configura o espaço escolar em um híbrido de fábrica, santuário, biblioteca e prisão. A necessidade de reforma curricular, e do próprio processo de ensino-aprendizagem, apresenta-se como uma necessidade premente em diversos países em todo o mundo, pois as circunstâncias econômicas em que vivemos, e nas quais as crianças viverão em um breve futuro, divergem dramaticamente daquelas de 20 ou 30 anos (Robinson, 2005).

Para o Rio de Janeiro, deve-se acrescentar que o problema ainda é maior, pois diferentemente de outras grandes metrópoles no mundo, a educação básica ainda não foi universalizada e, além disso, existem comprovações de que a qualidade do ensino público está muito aquém do desejado. Um bom exemplo disso é que aproximadamente 7% das crianças em idade escolar do Ensino Fundamental e 50% dos jovens com idade para o Ensino Médio não possuem matrícula e, portanto, não frequentam a escola (Urani, 2008).

A solução para esse problema encontra-se na recuperação de um ideal pelo qual se acredita que a educação é capaz de melhorar a vida das pessoas, de torná-las capazes de realizar escolhas. A educação criativa é um instrumento para isso, pois recupera o desejo de aprender que se perdeu no caminho do século XX. Assim, as artes criativas definidas por Throsby (2001) se tornariam parte do currículo escolar, sem necessariamente se configurar em novas disciplinas, mas, sobretudo, em novas habilidades. No ensino superior, as universidades precisam se aproximar das empresas e, dessa forma, potencializar a economia metropolitana, especialmente a partir da valorização das atividades que Howkins (2001) enumera como integrantes da economia criativa.

A complexidade da proposta de uma educação criativa implica na necessidade de um novo arranjo institucional dentro do poder público, segundo o qual a educação deixa de ser uma questão restrita à Secretaria de Educação, ocorrendo o mesmo com a

argumentativos, frequentemente espirituosos e ocasionalmente pessimistas – em uma palavra, criativos” (Tradução do autor).

produção de bens e serviços culturais, que ainda costuma ser tratada com alguma exclusividade pela Secretaria de Cultura. Na verdade, a proposta precisa ser construída por inúmeros profissionais (economistas, artistas, pesquisadores, educadores, esportistas, ambientalistas etc), sendo a sua implementação realizada através de um esforço de várias secretarias de governo (Educação, Esporte, Cultura, Economia, Meio Ambiente e, até mesmo, Segurança).

Se para Hartley (2005) a educação é o principal instrumento para o fortalecimento das indústrias criativas, o imperativo de um novo arranjo institucional para a implementação de uma nova proposta pedagógica nos direciona à segunda estrutura existente no modelo do território produtivo da economia criativa carioca, que construímos, capaz de produzir rendimentos crescentes e vantagens competitivas: o ambiente institucional.

Conforme discutimos nos dois capítulos anteriores, as instituições são responsáveis, segundo North (1990), pela definição das regras do jogo na sociedade, determinando o padrão das interações econômicas, sociais e políticas. Nesse sentido, são cruciais para a performance econômica das cidades, estados ou países, e conseqüentemente, para as aglomerações produtivas, que se caracterizam por uma densa interação entre os seus atores. Ou seja, espera-se que o ambiente institucional do território produtivo da economia criativa carioca provenha de uma estrutura de interação entre as firmas e os trabalhadores das variadas aglomerações produtivas das indústrias culturais capaz de incentivar a formação de redes e promover a geração de externalidades.

Nessa mesma linha de raciocínio, ao analisar a organização das indústrias criativas, Caves (2002) se utiliza da “Teoria do Contrato” para enfatizar a importância de acordos direcionadores de uma conduta nas transações econômicas. Para o autor, os sistemas produtivos desverticalizados precisam de um padrão contratual que incentive a interação entre os agentes produtivos, sendo o desafio amplificado à medida que se aumenta a variedade de profissionais envolvidos e se exigem diferentes tempos de contratos, como é o caso da indústria cinematográfica. A complexidade dessas demandas é, em boa parte, atendida pelos contratos e interações que fundamentam em relações construídas localmente ao longo da história.

O ambiente institucional do território produtivo assume, diante disso, papel de grande centralidade para o desenvolvimento da indústria cinematográfica e, conseqüentemente, da sua respectiva aglomeração produtiva. No entanto, conforme

Veblen (1983 [1899]) revela, as instituições são construídas por processos passados, adaptadas a circunstâncias passadas e, por conseguinte, nunca estão de pleno acordo com as exigências do presente. Aqui reside uma das principais questões a serem resolvidas pela sociedade carioca e seu poder público, pois suas instituições ainda estão atreladas ao seu passado, sobretudo a sua condição de capital do Brasil. Os principais traços dessa herança podem ser percebidos na vida cotidiana, assim como nos negócios, quando recorremos a relações pessoais para acelerar trâmites burocráticos, quando não sabemos se o ônibus vai parar no ponto ou se retornarão a sua ligação. Embora isso alimente um folclore acerca dos hábitos cariocas, não há dúvidas dos prejuízos que essas incertezas nas interações promovem aos negócios, sendo essa uma possível explicação para as perdas econômicas da Metrópole do Rio de Janeiro após a transferência da capital federal para Brasília, inclusive de alguns setores produtivos que floresceram aqui, mas migraram em busca de um melhor ambiente de negócios.

Dessa forma, concordamos com Urani (2008) sobre a necessidade de reconhecimento da queda para a reinvenção do futuro da Metrópole do Rio de Janeiro, sendo a evolução do ambiente institucional um tema central a figurar na pauta das diversas organizações políticas e econômicas, públicas e privadas, do Rio de Janeiro. A consolidação da aglomeração produtiva da indústria cinematográfica carioca e, em termos amplos, a retomada do desenvolvimento econômico metropolitano resultarão da capacidade de mudança desse ambiente institucional, que na realidade ocorre por um processo lento, sem rupturas, mas cujos primeiros sinais já podem ser percebidos. A experiência narrada por Urani (2008) sobre a criação do “Fórum Rio: ambiente de negócios e a base da pirâmide” revela a intenção de algumas organizações em tornar o ambiente institucional do Rio de Janeiro menos hostil aos negócios e ao empreendedorismo, potencializando o surgimento de pequenas e médias empresas, assim como favorecendo o aumento da sustentabilidade delas.

A mudança institucional em curso, apesar de lenta, é um processo de suma importância para o desenvolvimento da aglomeração produtiva da indústria cinematográfica carioca e de todo o território produtivo da economia criativa existente no Rio de Janeiro, em função da grande desverticalização do sistema produtivo da indústria do cinema e das demais indústrias culturais e criativas.

Consequentemente, espera-se que o aumento da confiança e dos incentivos às interações e ao empreendedorismo propiciados pelo ambiente institucional reforcem o processo de territorialização dos conhecimentos e das habilidades, transformando-os em

bens públicos. Esse é o grande traço constituinte de um território produtivo, pois os elos do processo produtivo não residem mais no interior das firmas, mas sim na sua própria base territorial, sustentada pelo ambiente institucional.

Nessa perspectiva, Storper (1997) revela a necessidade de políticas heterodoxas, definidas por ele como aquelas destinadas ao sistema produtivo, não à firma, as quais provêm bens públicos específicos, como o conhecimento necessário para a evolução de uma determinada aglomeração produtiva. Trata-se de uma nova geração de políticas destinadas à promoção do desenvolvimento econômico, uma vez que a tradicional provisão de infra-estrutura física e técnica se revela insuficiente dentro do novo paradigma relacional da economia moderna, que elevou o sistema de normas, regras e convenções a condição de bens públicos de suma importância. No Rio de Janeiro, a subutilização do pólo de Cinema e Vídeo, localizado na Barra da Tijuca, e a permanência de uma política orientada para grandes obras, como a polêmica “Cidade da Música”, instalada no mesmo bairro, revelam a dificuldade do poder público em reorientar seus investimentos. Veltz (1999), por sua vez, apresenta com precisão os novos papéis que se esperam do poder público na economia contemporânea:

“En mi opinión, es aquí donde reposa la cuestión de la función y de los objetivos del Estado y de las instituciones públicas en general (...) En el mundo en el que los factores de competitividad esenciales ya no vienen determinados por la naturaleza, sino que son construídos por la sociedad – la educación, las competencias, los recursos de relación y de organización – la función económica de las instituciones públicas se ve ipso facto reforzada. El Estado, en el sentido amplio del término, desempeña una doble función que el mercado no puede cumplir: preserva y desarrolla los efectos de coherencia necesarios para la productividad global; ‘retrasa los relojes’, por retomar la expresión de P. Delmas, salvaguardando un espacio para los procesos de fondo que exigen la duración en el tiempo (...) esta concepción (...) no se reduce a la de un Estado que constituye una especie de base estrictamente ‘técnica’ de la economía: proveedor de formación, de infraestructuras materiales y sociales, etc. Ya es hora de comprender que la cohesión social (...) es la ‘condición misma de la eficiencia’ (...) El recorrido que hemos llevado a cabo en esta obra destaca, además, que las nuevas condiciones de competencia y de producción no hacen más que reforzar la importancia de la solidaridad y de la calidad del vínculo social en el seno de la economía. Existe un inmenso campo en el que trabajar, que es específicamente el del Estado” (Veltz, 1999, p. 238-239)⁵².

⁵² Na minha opinião, é aqui que reside a questão do papel e dos objetivos do Estado e das instituições públicas em geral (...) Em um mundo em que os fatores essenciais da competitividade já não vêm determinados pela natureza, mas são construídos pela sociedade – a educação, as competências, os recursos de relação e organização – o papel econômico das instituições públicas é, ipso facto, reforçado. O Estado, em sentido amplo, desempenha um duplo papel que o mercado não pode cumprir: preserva e desenvolve os efeitos de coerência necessários para a produtividade global; ‘atrasa os relógios’, pela expressão de P. Delmas, preservando um espaço para os processos que requerem considerável período de tempo (...) esta concepção (...) não se limita a um Estado que se constitui em uma espécie de base estrictamente ‘técnica’ da economia: provedor de formação, de infra-estruturas materiais e sociais, etc. Já é tempo de se compreender que a coesão social (...) é a ‘mesma condição de eficiência’ (...) O caminho que temos empreendido neste trabalho sublinha, também, que as novas condições de competição e de produção não fazem mais do que reforçar a importância da solidariedade e da qualidade dos laços sociais

Para concluir, Cocco (sem data) aponta que essa mudança de orientação das políticas em prol do desenvolvimento econômico ratifica o território, não apenas como o espaço da produção, mas sobretudo como o local do desenvolvimento econômico e social, onde se produzem e reproduzem os bens públicos de produção. Portanto, o caminho para o desenvolvimento da indústria cinematográfica no Rio de Janeiro se fundamenta em um conjunto de políticas centradas no sistema produtivo, mais especificamente na sua base territorial, onde se localizavam as fontes de rendimentos crescentes, de externalidades e, conseqüentemente, de competitividade. As políticas orientadas para o fortalecimento e diversificação da bacia de trabalho criativo e para uma mudança no ambiente institucional se apresentam como as mais eficientes na construção desses bens públicos. A poderosa associação entre o elevado nível de qualificação e diversificação da bacia de trabalho criativo e um novo padrão de interação entre os agentes configurará o território produtivo da economia criativa carioca como importante fonte de inovação, através das relações de competição, cooperação e troca de informações entre as firmas. Os agentes locais, tais como empresários, sindicatos, órgãos de ensino, governos e outras associações e organizações não governamentais devem participar conjuntamente desse processo, inscrevendo o desenvolvimento no território, na cultura e na história (Courlet e Pecqueur, 1994), afinal, “os fluxos de inovação são potencializados quando se formam sistemas de relacionamento fundamentados localmente” (Igliori, 2001, p. 69).

no seio da economia. Há um vasto campo no qual trabalhar, que é especificamente o do Estado (Tradução do autor).

Considerações Finais

Conforme enfatizamos nas primeiras páginas dessa tese, a principal motivação desse trabalho derivou de um duplo compromisso com a Geografia e com a Metrópole do Rio de Janeiro, com o avanço da ciência geográfica e suas ferramentas conceituais, que nos auxiliam na compreensão dos fenômenos e processos espaciais, e com o desenvolvimento econômico da economia metropolitana carioca. Assim, procuramos por um objeto de estudo que viabilizasse esse compromisso.

A tradição da atividade cinematográfica no Rio de Janeiro e seu peso no conjunto da produção nacional, desde os primórdios até o presente momento, associaram-se ao fato de que tal atividade produtiva depende, e valoriza a existência, de certos recursos territoriais para se desenvolver. Portanto, ao mesmo tempo em que ela é capaz de contribuir para o desenvolvimento econômico metropolitano, é dependente dos recursos territoriais específicos, existentes apenas nas grandes cidades. Essa constatação, de uma relação simbiótica entre a atividade cinematográfica e a cidade na qual ela se desenvolve, representa o casamento necessário dentro de um objeto de estudo que esteja de acordo com o compromisso assumido. Dessa forma, lançamo-nos ao desafio de estudar a geografia econômica da indústria cinematográfica na Metrópole do Rio de Janeiro, objetivando a investigar a existência e o desenvolvimento de uma aglomeração produtiva da indústria cinematográfica no interior da Metrópole do Rio de Janeiro, cujas fontes de crescimento se encontrassem em um território produtivo da economia criativa enraizado nos limites metropolitanos.

Para se atingir o objetivo proposto, recorreremos aos instrumentos conceituais de duas disciplinas que se encontram bastante valorizadas no momento: a economia da cultura e a geografia econômica. Da mesma forma, inúmeras pesquisas e levantamentos estatísticos foram realizados, ao passo que as entrevistas com representantes da indústria cinematográfica e do poder público nos auxiliaram a descobrir a organização produtiva, os gargalos, as oportunidades e os possíveis impactos de uma atividade produtiva, ainda pouco estudada, na economia metropolitana.

Embora reconheçamos a existência de um longo caminho a ser percorrido nesse campo da geografia econômica das indústrias culturais, especialmente no Brasil, o desenvolvimento da pesquisa nos permite apontar algumas conclusões, que sintetizaremos nas próximas linhas, sem, entretanto, repetir toda a discussão realizada nos capítulos anteriores.

Uma primeira conclusão, a qual se apresenta como central à pesquisa realizada, constata que a indústria cinematográfica se localiza preferencialmente no interior das grandes metrópoles do mundo, formando densas aglomerações de firmas e trabalhadores especializados, que se unem pelas fortes interdependências funcionais e externalidades. Na realidade, essas aglomerações fincam suas raízes nos territórios produtivos da economia criativa existentes nessas metrópoles, de onde obtêm os recursos territoriais específicos cruciais às suas respectivas trajetórias de desenvolvimento.

Os territórios produtivos da economia criativa são as fontes de competitividade para as firmas através da qualificação e diversificação da sua bacia de trabalho, a qual atende todas as demandas criativas e técnicas do processo produtivo de um filme, e do seu ambiente institucional, que provê uma estrutura confiável e incentivadora das interações entre os diversos agentes produtivos. Nesse sentido, engendra-se um processo de retro-alimentação, uma vez que a oferta desses recursos atrai as firmas e os trabalhadores que, assim, reforçam o desenvolvimento da aglomeração e do território produtivo, potencializando a geração das economias de aglomeração e dos efeitos da proximidade. Dessa forma, o desenvolvimento das firmas, da aglomeração produtiva da indústria do cinema, do território produtivo da economia criativa e da economia metropolitana estão diretamente associados entre si, relacionando-se de maneira simbiótica.

A grande desverticalização da indústria cinematográfica e a incerteza inerente à atividade (tanto para as firmas como para os trabalhadores) reforçam o processo de aglomeração nos territórios produtivos, onde estão os elos do processo produtivo e, mais importante que tudo, onde o conhecimento e os incentivos às interações se constituem em bens públicos. Portanto, as fontes de crescimento do próprio território produtivo são a bacia de trabalho e o seu ambiente institucional. Nessas estruturas do modelo teórico residem a sustentabilidade e a criação das vantagens competitivas territorializadas e, conseqüentemente, nelas se determinam as trajetórias das aglomerações produtivas localizadas em seu interior. Em outras palavras, as redes de firmas e trabalhadores, o mercado de trabalho local e seus efeitos de aprendizagem são as origens das economias de aglomeração. O ambiente institucional é a estrutura que incentiva, ou não, as interações entre os agentes produtivos.

Uma segunda conclusão deriva diretamente da análise da indústria cinematográfica brasileira e permite o reconhecimento de duas aglomerações produtivas

no país, uma em São Paulo e outra no Rio de Janeiro, localizadas em importantes territórios produtivos da economia criativa. Apesar da aglomeração carioca ocupar uma posição de liderança na produção nacional, não há indícios seguros de que se configura, efetivamente, como a aglomeração vencedora, ou seja, aquela que possui a liderança produtiva e a maior concentração de firmas e trabalhadores. Se considerarmos a perspectiva evolutiva das aglomerações produtivas, podemos considerar que, no Brasil, esse processo se encontra em sua segunda fase, marcada pela indefinição de uma aglomeração hegemônica, mesmo que uma delas esteja ocupando essa posição.

Muito provavelmente, não haverá uma aglomeração vencedora no país nos mesmos moldes de Hollywood e Paris, as quais apresentam elevadíssimas taxas de concentração. Contudo, da mesma forma que nesses dois exemplos, a trajetória vencedora será determinada pelas economias de aglomeração geradas no interior de cada uma delas, assim como no interior dos seus respectivos territórios produtivos da economia criativa.

O reconhecimento de que as fontes de crescimento dos territórios produtivos se encontram nas suas bacias de trabalho e nos seus ambientes institucionais indica um novo caminho para as políticas públicas destinadas a promover o desenvolvimento econômico, direcionando-nos a uma terceira conclusão.

De acordo com a discussão apresentada no quarto capítulo, existem oportunidades para o crescimento da indústria cinematográfica brasileira, tanto no mercado interno como no externo. No entanto, é premente a proposição de políticas setoriais que contemplem a indústria em sua totalidade, não apenas a etapa produtiva, uma vez que os gargalos existentes na distribuição e na exibição são os mesmos que também estrangulam a capacidade das produtoras em se financiarem de modo menos dependente dos incentivos fiscais. De todo modo, há uma mudança em curso e espera-se que a produção nacional consiga se consolidar.

Revela-se, portanto, uma importante oportunidade para que a indústria do cinema se torne um motor do desenvolvimento econômico da Metrópole do Rio de Janeiro, já que nela se realiza a maior parte da produção nacional, o que nos evidencia a importância da aglomeração produtiva da indústria cinematográfica carioca. Entretanto, o caminho para a consolidação de sua atual hegemonia se encontra em uma nova geração de políticas, conforme apontado acima, quais devem visar à mobilização produtiva do território. Isto é, políticas que reforcem o desenvolvimento dos recursos

territoriais específicos, os quais se configuram nas vantagens competitivas, territorialmente construídas, que as empresas desejam e precisam acessar.

Os dois principais alvos dessa nova geração heterodoxa de políticas em prol do desenvolvimento econômico são a bacia de trabalho criativo e o ambiente institucional. Isso implica em reconhecer que os principais elementos da produtividade, da inovação e, por consequência, da competição são a capacidade cognitiva, criativa e as interações entre os agentes envolvidos em todo o processo produtivo. A empresa deixa de ser o grande objeto de ação do Estado, que passa a atuar sobre o sistema produtivo localizado em uma base territorial específica, visando a fortalecer os recursos específicos necessários ao desenvolvimento de todo o complexo produtivo local. A partir disso, a trajetória da aglomeração e do território produtivo tendem a se retro-alimentar positivamente através das economias de aglomeração e da valorização dos efeitos de proximidade. O adensamento das relações sociais, intelectuais e culturais é mais importante que os custos inerentes à localização metropolitana.

Por fim, uma última conclusão reconhece na natureza da atividade cinematográfica um imenso potencial de fortalecimento de todas as outras aglomerações produtivas das indústrias culturais e criativas existentes no interior do território produtivo da economia criativa carioca. De fato, nenhuma indústria cultural demanda tanta variedade e qualificação de profissionais criativos e técnicos, da mesma forma que não há bem cultural com maior capacidade de divulgação de outros bens culturais e criativos. Assim, por um lado, o desenvolvimento de uma aglomeração produtiva da indústria cinematográfica produz importantes efeitos sobre as aglomerações das outras indústrias culturais e criativas, na medida em que necessita de seus produtos como insumos e, por outro lado, o filme é um importante canal de divulgação dos bens dessas outras indústrias, uma vez que divulga a música, a moda e incentiva o turismo, por exemplo.

As oportunidades existem para a Metrópole do Rio de Janeiro, restando o imenso desafio de potencializar as economias de aglomeração existentes no interior do seu território produtivo da economia criativa. O caminho para tal feito é conhecido, mas implica em um rompimento com a tradicional política destinada quase que exclusivamente às grandes empresas e aos exportadores. O momento exige, portanto, que a sociedade carioca e o seu poder público façam uma opção pela criatividade, de modo a qualificar o Rio como a cidade maravilhosa e criativa. Afinal, somos muito mais do que uma paisagem a ser contemplada.

Referências Bibliográficas

ABREU, Nuno César (2004). Boca do Lixo. IN: RAMOS, Fernão e MIRANDA, Luiz Felipe (orgs.). Enciclopédia do cinema brasileiro. São Paulo: Senac. p.59-59.

ADORNO, Theodor e HORKHEIMER, Max. (2002 [1944]). A indústria cultural: o iluminismo como mistificação de massa. In: LIMA, Luiz Costa (org.). Teoria da cultura de massa. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

AMANCIO, Tunico (2000). Artes e manhas da Embrafilme: cinema estatal brasileiro em sua época de ouro (1977-1981). Niterói: EdUFF.

ANCINE. Filmes nacionais lançados de 1995 a 2004. Disponível em:

http://www.ancine.gov.br/media/Filmes_Nacionais_Lancados_de_1995_a_2004.pdf.

Data de acesso em 25 de julho de 2007.

ANCINE. Filmes nacionais lançados em 2005. Disponível em: <http://www.ancine.gov.br/media/FilmesNacionais2005.pdf>. Data de acesso em 25 de julho de 2007.

ANCINE. Filmes nacionais lançados em 2006. Disponível em: http://www.ancine.gov.br/media/Filmes_Nacionais_Lancados_em_2006.pdf. Data de acesso em 25 de julho de 2007.

ANCINE. Filmes nacionais lançados em 2007. Disponível em: http://www.ancine.gov.br/media/Filmes_Nacionais_Lancados_em_2007.pdf. Data de acesso em 09 de agosto de 2008.

ANCINE (2009). Em seis meses, cinema brasileiro atinge 100% do público de 2008.

Disponível em:

http://www.ancine.gov.br/media/SAM/Informes/2009/notamarketshare2009_semanas_1_a_23.pdf. Data de acesso em 06 de julho de 2009.

ARTHUR, Brian. (1990). Positive feedbacks in the economy. In: Scientific American, vol. 262(2). Estados Unidos. p. 92-99.

AUTRAN, Artur (2004). ROSSI, Gilberto. IN: RAMOS, Fernão e MIRANDA, Luiz Felipe (orgs.). Enciclopédia do cinema brasileiro. São Paulo: Senac. p. 473-474.

AZULAY, Jom Tob (2007). Por uma política cinematográfica brasileira para o século XXI. IN: MELEIRO, Alessandra (org.). Cinema no mundo: indústria, política e mercado: América Latina. São Paulo: Escrituras Editora. p. 23-97.

BAUMOL, William e BOWEN, Willian (1966). Performing arts: the economic dilemma. Cambridge: MIT Press.

BECKER, Gary e STIGLER, George (1977). De gustibus non est disputandum. IN: American Economic Review, 67 (2), março de 1977. p 76-90.

BERNADET, Jean-Claude (2008). Historiografia clássica do cinema brasileiro: metodologia e pedagogia. São Paulo: Annablume.

BENHAMOU, Françoise (2007). A economia da cultura. Cotia: Ateliê Editorial.

BENKO, Georges (2002). Economia, espaço e globalização: na aurora do século XXI. São Paulo: Hucitec: Annablume.

BENKO, Georges e LIPIETZ, Alain (orgs.) (1994). As regiões ganhadoras – distritos e redes: os novos paradigmas da geografia econômica. Oeiras: Celta.

BERTINI, Alfredo (2008). Economia da cultura: a indústria do entretenimento e o audiovisual no Brasil. São Paulo: Saraiva.

BUTCHER, Pedro (2005). Cinema brasileiro hoje. São Paulo: Publifolha.

BUTCHER, Pedro (2006). A dona da história: origens da Globo Filmes e seu impacto no audiovisual brasileiro. Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-

Graduação em Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação da Universidade federal do Rio de Janeiro.

BUTCHER, Pedro; ZACHARIAS, João Cândido; GOMES, Alice; e ADAMS, Bárbara (2008). Uma década de Globo filmes. IN: FilmeB, edição especial, maio 2008, p. 6-7.

CALDAS, Ricardo Wahrendorff e MONTORO, Tânia (2006). A evolução do cinema brasileiro no século XX. Brasília: Casa das Musas.

CASTELLS, Manuel (1999). A sociedade em rede: a era da informação: economia, sociedade e cultura; volume 1. São Paulo: Paz e Terra.

CATANI, Afrânio Mendes (2004). Maristela (Companhia cinematográfica Maristela). IN: RAMOS, Fernão e MIRANDA, Luiz Felipe (orgs.). Enciclopédia do cinema brasileiro. São Paulo: Senac. p. 357-358.

CAVES, Richard (2002). Creative industries: contracts between art and commerce. Harvard University Press.

COCCO, Giuseppe (1998). A Itália das redes: entre a construção social do mercado e a dimensão pública da produção. IN: Revista Proposta, ano 27, número 77 junho/agosto. Rio de Janeiro: Fase.

COCCO, Giuseppe (sem data). A mobilização dos territórios produtivos. Mimeo.

COELHO, Franklin (2001). Desenvolvimento local e construção social: o território como sujeito. IN: SILVEIRA, Caio M. e COSTA REIS, Liliane. Desenvolvimento local: dinâmicas e estratégias. Rio de Janeiro: Rede DLIS.

COELHO, Teixeira (2006 [1980]). O que é a indústria cultural. São Paulo: Brasiliense.

COURLET, Claude e PECQUEUR, Bernard (1994). Os sistemas industriais locais em França: um novo modelo de desenvolvimento. IN: BENKO, Georges e LIPIETZ, Alain

(orgs.). As regiões ganhadoras – distritos e redes: os novos paradigmas da geografia econômica. Oeiras: Celta. p. 49-62.

COUCHE, Denys (2002). A noção de cultura nas ciências sociais. Bauru: EDUSC.

(DCMS) Department for Culture, Media and Sport. Creative Industries. Disponível em: http://www.culture.gov.uk/about_us/creative_industries/default.aspx. Data de acesso: 04 de dezembro de 2008.

DINIS, Clélio Campolina e LEMOS, Mauro Borges (orgs.) (2005). Economia e território. Belo Horizonte: UFMG.

FLORIDA, Richard (2002). The rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community, & everyday life. Nova York: Basic Books.

GATTI, André (2004). Exibição. IN: RAMOS, Fernão e MIRANDA, Luiz Felipe (orgs.). Enciclopédia do cinema brasileiro. São Paulo: Senac. p. 219-224.

GATTI, André (2007). O mercado cinematográfico brasileiro: uma situação global? IN: MELEIRO, Alessandra (org.). Cinema no mundo: indústria, política e mercado: América Latina. São Paulo: Escrituras Editora. p. 99-142.

GETINO, Octavio (2003). Las industrias culturales en Mercosur: aproximación a un proyecto de política de Estado. IN: ALVAREZ, Gabriel (org.). Industrias culturais no Mercosul. Brasília: Instituto Brasileiro de Relações Internacionais.

GETINO, Octavio (2007). As cinematografias da América Latina e do Caribe: indústria, produção e mercados. IN: MELEIRO, Alessandra (org.). Cinema no mundo: indústria, política e mercado: América Latina. São Paulo: Escrituras Editora. p. 23-63.

GIL, Gilberto (2005). Uma nova política cultural para o Brasil. IN: Revista Rio de Janeiro, n. 15, jan.-abr. 2005. Políticas públicas de cultura: dilemas, diversidades e propostas. Rio de Janeiro: UERJ. p. 103-110.

GILLY, Jean Pierre e TORRE, André (2000). Proximidad y dinàmicas territoriales. IN: BOSCHERINI, Fabio e POMA, Lucio (orgs.). Território, conocimiento y competitividad de las empresas: el rol de las instituciones em el espacio global. Buenos Aires: Miño y Dávila Editores. p. 259-294.

GOMES, Paulo Emílio Salles (1980). Cinema: trajetória no subdesenvolvimento. Rio de Janeiro: Paz e Terra/Embrafilme.

HAESBAERT, Rogério (2004). O mito da desterritorialização: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.

HARTLEY, John (2005). Creative industries. IN: HARTLEY, John (org.). Creative industries. Oxford: Blackwell. p. 1-40.

HEFFNER, Hernani (2004). Barros, Luiz de (Luiz Moretzhon da Cunha e Figueiredo da Fonseca de Almeida e Barros Castelo Branco Teixeira de Barros). IN: RAMOS, Fernão e MIRANDA, Luiz Felipe (orgs.). Enciclopédia do cinema brasileiro. São Paulo: Senac. p. 48-49.

HESMONDHALGH, David (2002). The cultural industries. Londres: Sage.

HOWKINS, John (2001). The creative economy: how people are making money from ideas. Londres: Penguin Press.

HOWKINS, John (2005). The mayor’s commission on the creative industries. IN: HARTLEY, John (org.). Creative industries. Oxford: Blackwell. p. 117-125.

IANNI, Octavio (2002 [1992]). A sociedade global. Rio de Janeiro: Civilização brasileira.

IBGE (2007). Sistema de informações e indicadores culturais 2003-2005. Estudos e pesquisas: informação demográfica e socioeconômica, número 22. Rio de Janeiro: IBGE.

IGLIORI, Danilo Camargo (2001). Economia de clusters industriais e desenvolvimento. São Paulo: Iglu: FAPESP.

KLINK, Jeroen Johannes (2001). A cidade-região: regionalismo e reestruturação no Grande ABC. Rio de Janeiro: DP&A

LANDRY, Charles (2005). London as a creative city. IN: HARTLEY, John (org.). Creative industries. Oxford: Blackwell. p. 233-243.

LEADBEATER, Charles (1999). Living on thin air: the new economy. Londres: Viking.

LEITE, Sidney Ferreira (2005). Cinema brasileiro: das origens à retomada. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo.

LUNDVALL, Bagt-Ake e JOHNSON, Bjorn. (1994). The learning economy. IN: Journal of industrial studies, 1, p. 23-42.

MARSDEN, Terry, MURDOCH, Jonathan, LOWE, Philip, MUNTON, Richard e FLYNN, Andrew (1993). Constructing the countryside. Londres: UCL Press.

MASSEY, Doreen (1984a). Geography matters. IN: MASSEY, Doreen e ALLEN, John (orgs.) Geography matters! A reader. Cambridge: Cambridge University Press. p. 1-11.

MASSEY, Doreen (1984b). Spatial divisions of labour: social structures and the geography of production. Londres: Macmillan.

MASSEY, Doreen (2008). Pelo espaço: uma nova política da espacialidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.

MATTOS, Margarida Maria C. L. (2006). Os Distritos Industriais Italianos (DIIS): uma abordagem institucional preliminar para dialogar com a realidade brasileira. IN: SILVA, Gerardo e COCCO, Giuseppe (orgs.). Territórios produtivos: oportunidades e desafios para o desenvolvimento local. Rio de Janeiro: DP&A; Brasília: Sebrae. p. 123-142.

MIRANDA, Luiz Felipe (2004). Foto-Cinematográfica Brasileira. IN: RAMOS, Fernão e MIRANDA, Luiz Felipe (orgs.). Enciclopédia do cinema brasileiro. São Paulo: Senac. p. 250-250.

MONIÉ, Frédéric e SILVA, Gerardo (orgs.) (2003). A mobilização produtiva dos territórios: instituições e logística do desenvolvimento local. Rio de Janeiro: DP&A.

MOURA, Roberto (1987). A Bela Época (Primórdios-1912), Cinema carioca (1912-1930). IN: RAMOS, Fernão (org.). História do cinema brasileiro. São Paulo: Art Editora.

MOURA, Roberto (2004). Segreto, Afonso (Alfonso Segreto). IN: RAMOS, Fernão e MIRANDA, Luiz Felipe (orgs.). Enciclopédia do cinema brasileiro. São Paulo: Senac. p. 501-503.

NORTH, Douglas (1990). Institutions, institutional change and economic performance. Cambridge: Cambridge University Press.

PAIVA, Raquel e SODRÉ, Muniz (2004). Cidade dos artistas: cartografia da televisão e da fama no Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Mauad.

PARANAGUÁ, Paulo Antonio (2004). Vera Cruz (Companhia Cinematográfica Vera Cruz). IN: RAMOS, Fernão e MIRANDA, Luiz Felipe (orgs.). Enciclopédia do cinema brasileiro. São Paulo: Senac. p. 561-562.

PECK, Jamie (2003). Doing regulation. IN: CLARK, Gordon L.; FELDMAN, Maryann P. e GERTLER, Meric S. (orgs.). The Oxford handbook of economic geography. Oxford University Press. p. 61-80.

PORTER, Michael E. (2005). Local clusters in a global economy. IN: HARTLEY, John (org.). Creative industries. Oxford: Blackwell. p. 259-267.

PRESTES FILHO, Luiz Carlos (2002). Cultura e economia: a articulação necessária entre indústria e poder público. IN: Economia da cultura: a força da indústria cultural no Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: E-Papers, p. 13-21.

REIS, Ana Carla Fonseca (2007). Economia da cultura e desenvolvimento sustentável: o caleidoscópio da cultura. Barueri: Manole.

RAMOS, José Mario Ortiz (1987). O cinema brasileiro contemporâneo (1970-1987). IN: RAMOS, Fernão (org.). História do cinema brasileiro. São Paulo: Art Editora.

RAMOS, Lécio Augusto (2004). Produção. IN: RAMOS, Fernão e MIRANDA, Luiz Felipe (orgs.). Enciclopédia do cinema brasileiro. São Paulo: Senac. p. 438-443.

ROBINSON, Ken (2005). Balancing the books. IN: HARTLEY, John (org.). Creative industries. Oxford: Blackwell. p. 197-204.

RODRIGUES, Carlos Eduardo (2008). Entrevista: Carlos Eduardo Rodrigues. IN: FilmeB, edição especial, maio 2008, p. 8-10.

SADOUL, Georges (1983). História do cinema mundial: das origens aos nossos dias. Lisboa: Livros Horizonte.

SANTOS, Milton (2002 [1996]). A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo.

SANTOS, Milton (2004 [1982]). Pensando o espaço do homem. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo.

SASSEN, Saskia (1998). As cidades na economia mundial. São Paulo: Nobel.

SCOTT, Allen J. (1988). New Industrial Spaces: flexible production organization and regional development in North America and Western Europe. Londres: Pion.

SCOTT, Allen J. (2000) The cultural economy of cities. Londres: Sage.

SCOTT, Allen J. (2005) *On Hollywood: the place, the industry*. Nova Jersey: Princeton University Press.

SCOTT, Allen J. (2006) *Geography and economy*. Nova York: Oxford University Press.

SCOTT, Allen J. e LERICHE, Frédéric (2005). Les resorts géographiques de l'économie culturelle: du local au mondial. IN: *L'espace géographique*, n° 2005-3, p. 207-222.

SCOTT, Allen J. e STORPER, Michael (orgs.) (1986). *Production, work, territory: the geographical anatomy of industrial capitalism*. Boston: Allen & Unwin.

SILVA, Gerardo e COCCO, Giuseppe (orgs.) (2006). *Territórios produtivos: oportunidades e desafios para o desenvolvimento local*. Rio de Janeiro: DP&A; Brasília: Sebrae.

SIMIS, Anita (2004). INCE (Instituto Nacional de Cinema Educativo). IN: RAMOS, Fernão e MIRANDA, Luiz Felipe (orgs.). *Enciclopédia do cinema brasileiro*. São Paulo: Senac. p. 299-299.

SIMIS, Anita (2004b). INC (Instituto Nacional de Cinema). IN: RAMOS, Fernão e MIRANDA, Luiz Felipe (orgs.). *Enciclopédia do cinema brasileiro*. São Paulo: Senac. p. 298-299.

SIMIS, Anita (2008). *Estado e cinema no Brasil*. São Paulo: Fapesp; Annablume; Itaú Cultural.

SOUZA, Carlos Roberto de (1981). *A fascinante aventura do cinema brasileiro*. São Paulo: Cinemateca Brasileira.

STORPER, Michael (1994). *Territorialização numa economia global: possibilidades de desenvolvimento tecnológico, comercial e regional em economias subdesenvolvidas*.

IN: LAVINAS, Lena; CARLEIAL, Liana Maria da Frota e NABUCO, Maria Regina (orgs.) Integração, região e regionalismo. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.

STORPER, Michael (1995). Territories, flows and hierarchies. IN: COX, K (org.). Globalization in the contemporary world: a reevaluation. Oxford: Basil Blackwell.

STORPER, Michael (1997). The regional world: territorial development in a global economy. Nova York: Guilford.

STORPER, Michael e CHRISTOPHERSON, Susan (1987). Flexible specialization and regional industrial agglomerations: the case of the U. S. motion-picture industry. IN: Annals of the American Geographers, 77, p. 260-82.

STORPER, Michael e SALAIS, Robert (1997). Worlds of production: the action frameworks of the economy. Harvard University Press.

STORPER, Michael e VENABLES, Anthony (2004). Buzz: face-to-face contact and the urban economy. IN: Journal of economic geography. Oxford University Press, vol 4 (4), p 351-370, august.

STORPER, Michael e WALKER, Richard (1989). The capitalist imperative: territory, technology, and industrial growth. Nova York: Basil Blackwell.

THROSBY, David (2001). Economics and culture. Nova York: Cambridge University Press.

URANI, André (2008) Trilhas para o Rio: do reconhecimento da queda à reinvenção do futuro. Rio de Janeiro: Elsevier.

WEBLEN, Thorstein (1983 [1899]). A teoria da classe ociosa: um estudo econômico das instituições. São Paulo: Abril Cultural.

VELTZ, Pierre (1999). Mundialización, ciudades y territorios: la economía de archipiélago. Barcelona: Ariel.

VIANY, Alex (1959). Introdução ao cinema brasileiro. São Paulo: Instituto Nacional do Livro.

VOGEL, Harold (2004). Entertainment industry economics: a guide for financial analysis. Nova York: Cambridge University Press.

WEBER, Max (2004 [1904]). A ética protestante e o espírito do capitalismo. São Paulo: Companhia das Letras.

