

**Coproduções cinematográficas no Brasil (2005-2014): diálogos e desafios**

Coproducciones cinematográficas en Brasil (2005-2014): diálogos y desafíos

Cinematographic co-productions in Brazil (2005-2014): dialogues and challenges

**Flávia Pereira da Rocha**

Doutoranda do Programa de Pós-graduação de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB), na linha de pesquisa Políticas de Comunicação e de Cultura

Contato: [flaviaprocha@yahoo.com.br](mailto:flaviaprocha@yahoo.com.br)

Artigo recebido em: 15/07/2015 e aprovado em 30/08/2015

## Resumo

Este artigo objetiva apresentar um panorama das coproduções cinematográficas no Brasil de 2005 a 2014; verificando como políticas públicas de apoio às coproduções têm contribuído para o desenvolvimento da atividade cinematográfica tanto no Brasil como na Ibero América. O artigo tem como referencial teórico a Economia Política da Comunicação, e como recursos metodológicos: a análise documental, de dados empíricos e de entrevistas com cineastas e gestores das políticas cinematográficas do Brasil, Argentina e Espanha. Como contribuição, traz uma reflexão sobre os desafios das políticas de apoio às coproduções diante da concentração de poder exercida pela indústria cinematográfica dos Estados Unidos.

Palavras-chave: Coprodução cinematográfica internacional. Política audiovisual brasileira. Cinema no Brasil. Cinema na Ibero América. Ibermedia.

## Resumen

Este artículo presenta un panorama de las coproducciones cinematográficas en Brasil desde 2005 hasta 2014; mirando cómo las políticas públicas para apoyar co-producciones han contribuido al desarrollo de la actividad cinematográfica en Brasil y en Ibero América. El artículo tiene como referencial teórico la Economía Política de la Comunicación, y cómo los recursos metodológicos: análisis de documentos, datos empíricos y entrevistas con cineastas y gestores de las políticas de cine en Brasil, Argentina y España. Como contribución, una reflexión sobre los desafíos de las políticas de apoyo a las coproducciones frente a la concentración del poder ejercido por la industria cinematográfica de los Estados Unidos.

Palabras-chave: Coproducción cinematográfica internacional. Política audiovisual brasileña. Cine en Brasil. Cine en Iberoamérica. Ibermedia.

## Abstract

This article presents an overview of cinematographic co-productions in Brazil from 2005 to 2014; looking at how the public policies have supported co-productions and contributed to the development of cinematographic activity in Brazil and in Iberoamerica. The article is based on the Theoretical Political Economy of Communication, and on methodological resources: document analysis, empirical data and interviews with filmmakers and managers of film policies in Brazil, Argentina and Spain. As a contribution, a reflection on the challenges of co-productions to support policies on the concentration of power exercised by the film industry of the United States.

Keywords: International film co-production. Brazilian audiovisual policy. Cinema in Brazil. Cinema in Iberoamerica. Ibermedia

## Introdução

O conflito entre cinema hegemônico e oferta plural no mercado cinematográfico internacional tem origem desde o advento do cinema como cultura de massa. Envolvendo questões históricas, econômicas, comerciais, diplomáticas, ideológicas e culturais, o cinema feito em coprodução, cada vez mais, tem sido alvo de interesse tanto de realizadores e de governos quanto de pesquisadores em diferentes abordagens. Principalmente na Europa e na Iberoamérica, autores têm problematizado sobre como o multiculturalismo, a interculturalidade e os processos da globalização econômica têm interferido na atividade cinematográfica, especialmente nas coproduções.

No Brasil, principalmente desde 2008, percebe-se um aumento no estímulo às coproduções cinematográficas internacionais. De 2005 a 2014, segundo a Agência Nacional do Cinema (ANCINE, 2015a, 2005b), 96 obras em coprodução foram lançadas neste período, representando 11,16% da produção nacional, que foi de 860 longas-metragens. No qual o ano de 2013 foi o de maior destaque para as coproduções. Foram 21 filmes, contra uma variação de uma a quinze obras em coprodução nos anos anteriores. Mas este número não é apenas um número aleatório. É o resultado de alguns fatores, entre eles a intervenção do Estado. Por um lado, ações reguladoras e, por outro, possibilidades de financiamento internacional e o sucesso de alguns diretores brasileiros no exterior; o que despertou nos profissionais do setor um maior interesse pelo modelo. Por isso, no período da pesquisa, podemos considerar 2013 como o ano de auge brasileiro na coprodução internacional. No entanto, foi em 2008 que o aumento do número de coproduções começa a chamar atenção. A ANCINE contabiliza que foram coproduzidas doze obras naquele ano; enquanto isso, observa-se que era mais escasso o número de coproduções realizadas em anos anteriores: variando de zero até, no máximo, seis longas por ano.

Importante destacar que estes números consideram as informações da ANCINE, de acordo com uma nova metodologia aplicada a partir de 2013, que provocou mudanças significativas nos dados anteriormente apurados. Por exemplo, com a nova metodologia, a agência passou a considerar que em 2008 foram realizadas 12 coproduções internacionais, enquanto em tabelas de anos anteriores da mesma agência contabilizavam 17 coproduções naquele ano. Estas mudanças na sistematização e na disponibilização de dados se dão porque a ANCINE passou a considerar coprodução internacional apenas as obras que atenderam a três critérios simultâneos: 1) Longas-metragens brasileiros lançados comercialmente em salas do Brasil; 2) Registro de Produto Brasileiro (CPB) expedido pela ANCINE; 3) Informação de coprodutor estrangeiro constando no CPB. Além disso, a agência passou a não considerar coproduções internacionais obras que tenham

apontado como coprodutor estrangeiro empresas que aportaram recursos através dos mecanismos de incentivos fiscais previstos nos artigos 3º e 3º-A da Lei do Audiovisual (8.685/1993) e no art. 39, X, da Medida Provisória 2.228-1/2001, conforme o §3º, art. 2º da Instrução Normativa 106/2012.

Tais mudanças na metodologia da ANCINE alteram os dados quantitativos da nossa pesquisa. Mais ainda: nos remete a uma preocupação antiga, o problema da dificuldade de exibição nos mercados nacionais. Além disso: o que será da memória das coproduções brasileiras que não conseguem lugar no mercado? Isso porque os filmes não lançados em salas de cinema foram excluídos dos novos bancos de dados do Observatório do Cinema e do Audiovisual (OCA) da ANCINE. Assim, até então, esses filmes estão fadados não só ao engavetamento, mas também ao esquecimento. Tanto, num primeiro momento, o público brasileiro não teve acesso a essas obras nas salas de cinema, como agora, desde 2013, os pesquisadores e demais interessados perderam o acesso aos dados mais completos que dizem respeito às coproduções internacionais.

1-Elaboração própria, com base nos dados da OCA/ANCINE, disponíveis em <<http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/DadosMercado/2410-08072015.pdf>>. Acesso em: 09 jul. 2015

No entanto, tais mudanças, neste momento, não interferem no objetivo desta pesquisa, alinhada ao referencial teórico da Economia Política da Comunicação e da Cultura (EPCC), que se ocupa de sistematizar e analisar o funcionamento das indústrias culturais. A Economia Política é entendida como o “estudo das relações sociais, particularmente as relações de poder, que mutuamente constituem a produção, a distribuição e o consumo de recursos, incluídos os recursos de comunicação” (MOSCO<sup>1</sup>, 2006, p. 59, tradução nossa).

Dentro da proposta da EPCC, defende-se uma cultura crítica, em que a sociedade seja mais participativa, busque inovações e outros métodos de produção, “percebendo que essas rupturas podem ser tão ou mais proveitosas para os indivíduos e seus coletivos.” (BRITTOS; ROSA, 2010, p. 09). Assim, buscando a não hegemonia, os coprodutores independentes teriam uma função importante: oferecer propostas diversificadas rompendo com o modelo hegemônico global vigente. No entanto, dentro da abordagem da Economia Política Crítica, percebendo a entrada de novos participantes como bem-vinda, uma proposta é que:

[...] no plano alternativo, não se pensa em um único padrão tecnostético, com pretensões concentradoras, mas em vários caminhos possíveis, cada um com um grau de flexibilidade amplo o suficiente para abrigar a diversidade social. (BRITTOS; ROSA, 2010, p. 09)

Assim, os padrões não são constituídos apenas através de uma relação com o público, mas de envolvimento com os concorrentes, os diversos atores do mercado e o Estado. Uma das características do poder do “padrão tecnostético” (BOLAÑO, 2000, p. 231-240) é que quanto mais produção interna uma empresa

ou produtor tiver, maiores são as suas chances de controlar o seu padrão tecnológico, de negociar com fornecedores e demais agentes da cadeia, de atrair público e, conseqüentemente, ter um maior poder concorrencial.

De acordo com Mosco (1996), a tendência de mundialização e convergência global da economia e cultura no sistema-mundo requer uma revisão teórica. Se a globalização da informação é o principal vetor das mudanças que hoje organizam as formas hegemônicas de poder, deve-se repensar seus territórios, o espaço do mercado e os marcos políticos de produção cultural que organizam o capital.

Lembramos que a EPCC critica a atribuição de racionalidade ao mercado, bem como a sua capacidade para arbitrar sobre questões de interesse público. Rechaça ainda o pensamento de que o Estado age de forma independente em relação a interesses privados, de pessoas físicas ou de empresas nacionais ou multinacionais. Portanto, o estudo do modelo de coprodução cinematográfica realizado entre o Brasil e outros países, nesta pesquisa, é feito de modo crítico, atento às limitações e mudanças oriundas da mundialização da cultura na contemporaneidade. Filmes são produtos midiáticos multidimensionais. Ao analisá-los, não basta pensar apenas em quem tem e quem não tem acesso ao consumo dos filmes. É necessário pensar também no acesso à produção e à distribuição de material simbólico pelo mundo; como também que existem profissionais que têm no cinema sua fonte de sobrevivência material e simbólica. Ao longo da cadeia produtiva do audiovisual, que inclui pré-produção, produção e pós-produção (não só a finalização do filme, mas também sua divulgação, distribuição e exibição), existem vários profissionais e empresas envolvidos: locatários de equipamentos, fornecedores de materiais, atores, figurantes, roteiristas, produtores, diretores, editores, finalistas, entre outros. Com toda a renda que é envolvida no processo, o cinema proporciona algo que é vital para a economia da cultura: a circulação de recursos financeiros e a geração de empregos.

Quanto à metodologia utilizada neste estudo, basicamente percorreu dois caminhos paralelos: 1) O estudo das políticas públicas brasileiras de fomento e incentivo à coprodução internacional; e 2) A realização de entrevistas em profundidade com autoridades audiovisuais da Ibero América, produtores, diretores e pesquisadores do Brasil, Argentina e Espanha, com o objetivo de verificar que avaliação os entrevistados fazem das políticas públicas mencionadas, como elas estão sendo utilizadas e com quais resultados.

É justamente reconhecendo a desigualdade de desenvolvimento com relação a outras indústrias, com outros focos de atuação, como, por exemplo, a automobilística, que o Estado tem fundamentado suas ações no fomento da atividade cinematográfica. Diante de tal fragilidade, sem o subsídio do Estado, o cinema produzido localmente por seus cidadãos corre o risco de estagnar, como ocorreu na década de 1990, com a política do governo Collor, que extinguiu os prin-

cipais organismos de fomento e fiscalização do cinema no Brasil, resultando na pior crise de produção e exibição da história do cinema brasileiro. E, acredita-se, um país sem imagem tende a desaparecer junto; paralelamente, supõe-se: a cultura de um país deve ser preservada, e o mercado com o objetivo do lucro não poderia, por si só, assumir essa responsabilidade. São com essas premissas que, de forma geral, têm sido implementadas as políticas de produção audiovisual.

Com estas questões preliminares, apresentamos a seguir um conceito orientador deste trabalho: o que é coprodução cinematográfica internacional.

### **O conceito de coprodução cinematográfica internacional**

A expressão coprodução cinematográfica internacional pode designar muitas ideias, entre elas, sobretudo diante das promessas do mundo globalizado, a noção de um instrumento para captação de recursos no mercado internacional. Assim, servindo para aumentar a possibilidade de viabilização e, ainda, de exibição de uma obra. A definição de coprodução transita, principalmente, por suas potenciais vantagens: a oportunidade de intercâmbio cultural entre os profissionais cineastas; a possibilidade de promoção da diversidade cultural; e a chance de atrair financiamentos de fundos de investimento internacional, a mais lembrada por cineastas e gestores públicos entrevistados durante a nossa pesquisa. Nas nossas análises, observamos que as hipóteses sobre os potenciais benefícios das coproduções internacionais que têm guiado o trabalho da ANCINE são as mesmas apresentadas por pesquisadores como os canadenses McFadyen, Hoskins e Finn (1996): Fusão de recursos financeiros; acesso a incentivos e subsídios de governos estrangeiros; acesso ao mercado do parceiro; benefícios culturais; acesso ao mercado de países terceiros; redução de risco; acesso a insumos mais baratos; acesso ao local desejado para locações estrangeiras; e aprender com o parceiro. Na avaliação da ANCINE, em síntese: para os cinemas nacionais, não oriundos dos EUA, a coprodução é um mecanismo de extrema importância.

O termo coprodução cinematográfica internacional pode designar qualquer tipo de colaboração financeira, criativa ou técnica envolvida na realização de uma obra audiovisual entre empresas de dois ou mais países. Para a pesquisadora Alessandra Meleiro, geralmente a aplicação do termo coprodução é dada para “qualquer forma de cofinanciamento (pré-venda a um canal de televisão, distribuição para salas de cinema ou venda para outros territórios) ou colaboração financeira e criativa entre vários produtores (incluindo broadcasters)” (MELEIRO, 2010). Um dos principais propagadores no Brasil da coprodução, Steve Solot, diz: “desde a década de [19]20, começando na Europa, os produtores cinematográficos frequentemente formam parcerias com produtores de outros

países para o financiamento e a produção de filmes: coproduções.” (SOLOT, 2010).

Como o foco desta pesquisa são filmes realizados majoritariamente, direta ou indiretamente, com recursos públicos, iremos delimitar o conceito de coprodução cinematográfica no âmbito da legislação brasileira; os filmes que atendem as exigências legais para que sejam considerados brasileiros e faça jus ao Certificado de Produto Brasileiro (CPB); que esteja apto a receber os benefícios dos mecanismos públicos de incentivo à produção e exibição de filmes no Brasil, inclusive à cota de tela.

A legislação vigente no Brasil utiliza a definição de coprodução internacional como um filme que vise prioritariamente à exibição em sala de cinema, realizado entre um ou mais produtores independentes brasileiros em parceria criativa e financeira com um ou mais produtores de um ou mais países. A obra deve, ainda, estar em consonância com um acordo de coprodução cinematográfica firmado pelo Brasil ou, se fora do abrigo de um acordo, esteja enquadrado no que determina a alínea “c” do inciso V do Artigo 1º da Medida Provisória 2228-1, de 2001, que, entre outros assuntos, estabelece os princípios gerais da Política Nacional do Cinema:

[...] ser realizada, em regime de co-produção, por empresa produtora brasileira registrada na ANCINE, em associação com empresas de outros países com os quais o Brasil não mantenha acordo de co-produção, assegurada a titularidade de, no mínimo, 40% (quarenta por cento) dos direitos patrimoniais da obra à empresa produtora brasileira e utilizar para sua produção, no mínimo, 2/3 (dois terços) de artistas e técnicos brasileiros ou residentes no Brasil há mais de 3 (três) anos. (BRASIL, 2001)

Neste trabalho, consideramos a coprodução como um modo de produção de filmes que pode potencializar a cadeia produtiva, embora isso nem sempre ocorra por conta de diversos e complexos fatores do funcionamento da indústria e do mercado cinematográfico, como as barreiras enfrentadas principalmente por produtores independentes: supremacia do idioma inglês no mercado do cinema; concentração vertical de conglomerados da mídia; propagandas dos chamados *blockbusters*, filmes que conseguem levar multidões às salas comerciais de cinema, com grande sucesso de bilheteria; entre outros fatores.

Como a legislação brasileira de cinema, como dito anteriormente, utiliza a definição de coprodução internacional como um filme que vise prioritariamente à exibição em sala de cinema, não há como analisar as coproduções independentes sem considerar a lógica dos interesses financeiros do mercado. Com a globalização econômica e o entrelaçamento das redes de colaboração, da mes-

ma forma que não se faz cinema apenas com tecnologia, o ciclo da cadeia cinematográfica não se completa apenas com a captação de imagens e sons. Para conseguir exhibir os seus filmes em salas comerciais, os cineastas estão sujeitos a uma tecnologia bem mais complexa: esta envolve principalmente o interesse pelo potencial de recuperação do investimento financeiro e a geração de lucro pelo exibidor, sendo esta, teoricamente, uma condição para a continuidade do ciclo. Se há um considerado sucesso comercial e/ou de crítica do filme, criam-se maiores condições para potencializar a produção dos filmes seguintes e, assim, reiniciar a cadeia.

Assim, a coprodução é entendida também um instrumento de aperfeiçoamento das técnicas, tanto cinematográficas, quanto das técnicas de viabilização de um projeto; que visa promover a diversidade das expressões culturais entre as nações. Com o aprofundamento das técnicas da coprodução, as hipóteses ou potenciais vantagens da coprodução, apresentadas por vários autores e agentes culturais, ganham força. A coprodução, então, é uma aliada importante das relações políticas, econômicas e culturais internacionais.

### **Os incentivos às coproduções cinematográficas no Brasil**

Além de uma tendência internacional para a realização de filmes em coprodução, alguns fatos ocorridos no campo das políticas audiovisuais sinalizam que o crescimento do número de coproduções internacionais no Brasil não é apenas uma simples coincidência.

Sintetizando, os principais mecanismos públicos de incentivo direto ou indireto à internacionalização dos filmes produzidos no Brasil através do modelo de coprodução internacional são: artigos 3º e 3º A da Lei do Audiovisual; Fundos de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional (FUNCINÉs); Conversão da Dívida Externa; Benefício das Programadoras; Acordos bilaterais e multilaterais; Protocolos de Coprodução Cinematográfica com Argentina, com Uruguai, com Portugal e com Galícia; Programa Cinema do Brasil; Fundo Setorial Audiovisual; o Programa de Apoio à Participação em Festivais Internacionais; e o Programa **Ibermedia** (Programa de Desenvolvimento Audiovisual em Apoio à Construção do Espaço Visual Ibero-americano). É sobre este último que vamos concentrar maior atenção neste artigo.

O **Ibermedia** foi criado em 1996, em consequência dos acordos feitos na VII Cimeira Ibero-americana de Chefes de Estado e de Governo, celebrada na ilha de Margarita, Venezuela. É um programa de estímulo à promoção e à distribuição de filmes independentes ibero-americanos; funciona como um fundo financeiro

multilateral de fomento da atividade cinematográfica; e faz parte da política audiovisual da Conferência de Autoridades Audiovisuais e Cinematográficas Ibero-americanas (CACI). Cada país deve contribuir com no mínimo US\$ 100 mil anuais. A Espanha, país-sede, tem sido o maior investidor, com US\$ 2 milhões por ano. O Brasil é o segundo maior financiador, colaborando com US\$ 600 mil anuais. Há ainda outros 18 países membros que financiam o programa através de cotas anuais: Argentina, Bolívia, Colômbia, Costa Rica, Cuba, Chile, El Salvador, Equador, Espanha, Guatemala, México, Panamá, Peru, Portugal, Porto Rico, República Dominicana, Uruguai e Venezuela.

O Brasil, além de segundo maior financiador do fundo Ibermedia, em 2011 assumiu uma posição de destaque. O presidente da Agência Nacional de Cinema, Manoel Rangel, foi eleito o Secretário Executivo da CACI. Pela primeira vez em 22 anos de existência da organização internacional, um não venezuelano assumiu o cargo. Com isso, a ANCINE adquiriu o status de gestora dos programas financiados pela CACI, como o Ibermedia e o DOC TV Latino-américa, além da responsabilidade de promover o desenvolvimento do setor audiovisual nos países-membros, fortalecer uma identidade cultural comum incentivando o intercâmbio cinematográfico e integrar as autoridades dos países-membros.

A ANCINE é uma agência que tem como atribuições o fomento, a regulação e a fiscalização do mercado do cinema e do audiovisual no Brasil. Entre outras funções, cabe à agência “executar a política nacional de fomento ao cinema”, definida pelo Conselho Superior de Cinema, órgão colegiado integrante da estrutura da Casa Civil da Presidência da República.

Instituindo políticas públicas para a cultura nacional em todas as suas nuances, o Brasil dispõe da Lei nº 8.313, conhecida como Lei Rouanet, criada em 1991; e para incentivar especificamente o setor audiovisual, em 1993, foi criada a Lei nº 8.685, conhecida como a Lei do Audiovisual. Esta tem quatro dispositivos principais: a) o artigo 1º - determina que as empresas possam deduzir até 3% do total de seu imposto de renda devido, as quantias referentes a *investimentos* feitos na produção de obras audiovisuais cinematográficas brasileiras, desde que esses *investimentos* ocorram no mercado de capitais e autorizados na Comissão de Valores Mobiliários (CVM); b) o artigo 1º A – possibilita aos contribuintes deduzir do imposto de renda devido as quantias referentes ao *patrocínio* à produção de obras cinematográficas brasileiras de produção independente, cujos projetos tenham sido previamente aprovados pela ANCINE, do imposto de renda devido apurado; c) o artigo 3º - incentiva as distribuidoras estrangeiras a investir na produção nacional, permitindo a dedução de até 70% do imposto sobre suas remessas para o exterior; e d) o artigo 3º A - incentiva as empresas de radiodifusão de sons e imagens a participarem da produção e coprodução de obras audiovisuais brasileiras, porém, não vincula os canais de televisão pública.

Outro mecanismo que promove o incentivo à coprodução é o Art. 39 da MP 2.228-01, que criou a Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica (CONDECINE). O artigo prevê isenção da contribuição a programadoras internacionais que optem por aplicar o valor correspondente a 3% dos rendimentos ou remuneração decorrentes da exploração de obras cinematográficas ou videofonográficas ou por sua aquisição ou importação a preço fixo, em projetos de produção ou coprodução de obras cinematográficas e videofonográficas brasileiras de longa, média e curtas-metragens de produção independente, além de telefilmes, minisséries, documentário, ficção, animação e programas de televisão de caráter educativo e cultural, brasileiros de produção independente, aprovados pela ANCINE.

Outro mecanismo importante de apoio é o Fundo Setorial Audiovisual (FSA), criado em 2006, destinado ao desenvolvimento articulado de toda a cadeia produtiva da atividade audiovisual do Brasil, cujos recursos são oriundos da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional (CONDECINE) e do Fundo de Fiscalização das Telecomunicações (FISTEL).

Para incentivar a prática da coprodução internacional, muitos países promovem assinaturas de acordos bilaterais e multilaterais, como instrumento de incentivo à aproximação cultural e comercial entre eles. De 1963 a 2014, o Brasil assinou acordos bilaterais com onze países: Argentina (1999), Alemanha (2008), Canadá (1999), Chile (1996), Colômbia (1983), Espanha (1963), França (1969), Índia (2007), Itália (1974), Portugal (1981) e Venezuela (1990). Além disso, o Brasil mantém acordos multilaterais: 1) Convênio de Integração Cinematográfica Ibero-Americana (1989); 2) Acordo para Criação do Mercado Comum Cinematográfico Latino-Americano (1989); 3) Acordo Latino-Americano de Coprodução Cinematográfica (1989).

De forma geral, podemos concluir que uma das contribuições mais relevantes para o desenvolvimento das coproduções entre produtores brasileiros e produtores de outros países têm sido o Programa **Ibermedia**. Desde a primeira convocatória em 1998 até 2014, apoiou “636 projetos de coprodução” (IBERMEDIA, 2015) na comunidade integrada de dezenove países. Nestes dezessete primeiros anos, foram 52 coproduções majoritárias brasileiras apoiadas. Já no recorte de 2005 a 2014, foram 33 obras brasileiras que contaram com tal apoio, sem contar as coproduções minoritárias que não estão aí contabilizadas (Idem).

## Do Começo ao Fim / *From Beginning to End*/ В начале конца/ От начала до конца/ *Jamais Sans Toi*

Uma dessas obras apoiadas pelo **Ibermedia** foi a coprodução brasileiro-argentino-espanhola **Do Começo ao Fim** (2009), lançada em outros países com os títulos **From Beginning to End**; **В начале конца/ От начала до конца** e **Jamais Sans Toi**. A história de amor entre dois irmãos, envolvendo temas considerados tabus como “homossexualidade” e “incesto”, é a terceira experiência internacional em longas-metragens do diretor e produtor brasileiro Aluizio Abranches. A produção, considerada de baixo orçamento, no valor de R\$ 2 milhões, foi o filme de Abranches mais vendido para o exterior, chegando a cerca de 30 territórios, entre eles: China, “não nas partes comunistas, mas em Hong Kong e Taiwan” (ABRANCHES, 2011, entrevista a pesquisadora); Reino Unido; EUA, “mas não colocaram no cinema, lançaram direto em DVD” (ABRANCHES, idem); Alemanha; Itália; e França. Neste último, o longa-metragem obteve vinte mil espectadores com duas cópias e foram distribuídos dois DVDs: um para aluguel e outro para venda, além de uma versão em *bluray*. No Brasil, o filme com nove cópias chegou a 24 salas, e chegou a um público de 86.592 pessoas e a uma renda acumulada de R\$ 777.401,25 (ANCINE, 2015<sup>2</sup>). Em compensação à variedade de países alcançados, o filme não conseguiu chegar a nenhum dos dois países coprodutores.

2-Segundo dados da AN-CINE, 2015. Disponível em: <<http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/DadosMercado/2102-22052015.pdf>>. Acesso em: 09 jul. 2015

Além da troca de experiências entre profissionais de diferentes países, podemos verificar o caráter cosmopolita da obra, quanto à variedade de idiomas em que o filme é legendado ou dublado. No total, até a data da entrevista com Abranches, outubro de 2011, havia seis línguas envolvidas no filme, já que foi dublado em inglês e italiano, e recebeu legendas em inglês, francês, espanhol, chinês, além do português.

### Federal

Outra história que chegou às telas com o apoio do Programa Ibermedia foi a coprodução brasileira-colombiana **Federal** (2010). O filme, sobre um grupo de policiais federais em combate a um traficante de drogas em Brasília, é o primeiro longa-metragem de ficção e a primeira experiência internacional do diretor, produtor e roteirista brasiliense Erik de Castro. **Federal** inicialmente seria uma coprodução entre Brasil, França e Colômbia, no entanto, por problemas nas negociações com produtores franceses, que resultou em um caso de litígio internacional, foi concluído apenas como uma coprodução entre Brasil e Colômbia. A experiência, rica em complexidades negociais e em questões no âmbito da

economia política das coproduções, é contada por Castro (2011), nossa principal fonte para a análise deste caso.

Federal, uma produção de R\$ 5,6 milhões, um orçamento que chama atenção considerando ter sido o primeiro longa de ficção do diretor, chegou a ser o 15º filme nacional mais visto no Brasil no ano de 2010 (ANCINE, 2011), com 63 cópias exibidas em 26 cidades brasileiras, uma renda acumulada de R\$ 1 milhão e alcançando 114 mil espectadores. Porém, embora se tratando de uma coprodução internacional, o filme não chegou a nenhum outro país, nem mesmo à Colômbia (o país parceiro), até abril de 2015. Tal fato contrariou também, como no caso do filme “Do Começo ao Fim”, uma das potenciais vantagens identificadas por C. Hoskins e S. McFadyen: o “acesso ao mercado do parceiro”. “Federal” transformou-se em mercadoria no Brasil, já na Europa e nos EUA a distribuidora europeia, que adquiriu o pré-direito de venda do filme, não viu a obra como produto relevante para ser transformado em mercadoria.

### **O Céu de Suely/ Suely in the Sky / Love for Sale / Le Ciel de Suely**

Já o segundo longa-metragem do cearense Karim Aïnouz, **O Céu de Suely**, não teve apoio do fundo **Ibermedia**. Isso porque, após negociação com os coprodutores que acreditaram no grande apelo comercial do filme, o diretor preferiu não recorrer à ajuda daquele programa. **O Céu de Suely** é uma produção independente considerada de baixo orçamento: R\$ 1,5 milhão. Inicialmente, a obra era uma coprodução brasileiro-franco-alemã-portuguesa, no entanto, foi realizada conforme apenas o acordo de coprodução Brasil-Alemanha e finalizada sem a participação de Portugal. Parte do financiamento alemão veio através do fundo **World Cinema Fund**, com o apoio no valor de 25 mil euros, sendo esta uma das primeiras obras brasileiras a receber tal suporte.

“Qual passagem pra mais longe que a senhora tem?”. Na pergunta, de uma cena do filme **O Céu de Suely** (2006), a protagonista Hermila queria ir para o lugar mais distante possível da pacata Iguatu, cidade do sertão do Ceará, no Nordeste brasileiro. O sonho da personagem de ficção metaforicamente virou realidade. O filme viajou pra bem mais longe: para considerável parte do mundo. Participou do Festival de *Cannes* (pela seleção oficial) e aproximadamente mais 30 festivais nacionais e internacionais, chegando a países como Argentina, Austrália, Bósnia, Canadá, Espanha, Estados Unidos, Holanda, Índia, Itália, Nova Zelândia, Peru e Suécia; tendo recebido dezenas de prêmios: em Cuba (28º Festival Internacional do Novo Cinema Latino-americano de Havana), na Eslováquia (Festival Internacional de Bratislava), na Grécia (47º Festival Internacional de Thessaloniki), no Japão (3º Festival Cinema Brasil), em Portugal (10º Festival de

Cinema Luso Brasileiro), no Uruguai (10º Festival Internacional de Cinema de Punta Del Este), além do Brasil (APCA – Associação Paulista dos Críticos de Arte; Festival Internacional do Rio, entre outros). (IMPrensa Oficial, 2008)

No que se refere ao conceito de padrão tecnoestético (BOLAÑO, 2000), no caso de **O Céu de Suely** poder-se-ia dar uma sinalização de um padrão tecnoestético alternativo na Ibero América. O formato do filme não tem nenhuma relação com o padrão hegemônico de Hollywood nem com o padrão de qualidade hegemônico brasileiro, da Globo Filmes, ligado à dramaturgia das telenovelas e programas de humor de grande audiência no Brasil. Em **O Céu de Suely**, o padrão tecnoestético é o buscado por fundos de investimentos como o alemão World Cinema Fund. Para Heinen (2011, p. 36), gestora do fundo, quanto mais uma obra explora a geografia e a cultura do local onde é filmado, mais internacional pode se tornar o projeto.

A seguir, tabelas mostram um panorama da produção cinematográfica no Brasil, de 2005 a 2014, e da coprodução no Brasil no período de 2005 a 2014.

Tabela 1 - Filmes Nacionais Lançados por Ano de Lançamento - 2005-2014

Ano de Lançamento	Total de filmes
2005	46
2006	71
2007	78
2008	79
2009	84
2010	74
2011	100
2012	85
2013	129
2014	114
<b>Total: 860 filmes</b>	

Fonte: ANCINE e Filme B. Dados compilados pela Superintendência de Análise de Mercado da ANCINE, com adaptações da autora deste artigo. Disponível em: <[http://www.ANCINE.gov.br/media/SAM/Estudos/Mapeamento\\_Salas\\_Exibicao\\_2010.pdf](http://www.ANCINE.gov.br/media/SAM/Estudos/Mapeamento_Salas_Exibicao_2010.pdf)>. Acesso em: 09 jul. 2015

Tabela 2: Quantidade de coproduções brasileiras lançadas no Brasil por ano

Ano	Quantidade
2005	1
2006	3
2007	6
2008	12
2009	6
2010	9
2011	15
2012	9
2013	21
2014	14
<b>Total: 96</b>	

Fonte: Observatório do Cinema e do Audiovisual Brasileiro - OCA/ANCINE. Disponível em <<http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/DadosMercado/2411-18032015.pdf>>. Acesso em: 09 jul. 2015.

**Tabela 3: Quantidade de coproduções internacionais brasileiras realizadas por país**

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Total
ARG			1	1		2	1		3	2	10
ARG/FRA								1			1
ARG/ESP								1			1
BEL										1	1
CAN/JPN				1							1
CHL			2						1		3
CHL/ARG								1	1		2
CHL/ESP								1			1
COL						1				1	2
CUB/ESP					1						1
DEU				1	1					2	4
DEU/ESP								1			1
DEU/FRA		1									1
DEU/GBR										1	1
DEU/PRT/FRA									1		1
ESP							2	1	1	1	5
ESP/CHL							1				1
ESP/PRT						1					1
ESP/RUS/PRT									1		1
FRA		1	1	2		1	1	1	2	1	10
FRA/CAN										1	1
FRA/ITA/MOZ/PRT/ESP							1				1
FRA/URY				1							1
HKG						1					1
HND									1		1
GBR					1	1	1		1		4
IND							1				1
ITA				2							2
LBN									1		1
MEX		1							1		2
PRT			1	4	2	1	4	1	1	3	17
PRT/ARG	1				1						2
PRT/ESP							1				1
PRT/MEX							1				1
TUR			1								1

URY										1		1
URY/DEU											1	1
URY/ESP										1		1
USA						1	1	1		3		6
VEN										1		1
Total	1	3	6	12	6	9	15	9		21	14	96

ARG: Argentina, BEL: Bélgica, CAN: Canadá, CHL: Chile, COL: Colômbia, CUB: Cuba, DEU: Alemanha, ESP: Espanha, FRA: França, GBR: Grã-Bretanha (Inglaterra), HKG: Hong Kong, HND: Holanda, IND: Índia, ITA: Itália, JPN: Japão, LBN: Líbano, MEX: México, MOZ: Moçambique, PRT: Portugal, RUS: Rússia, TUR: Turquia, URY: Uruguai, USA: Estados Unidos, VEN: Venezuela. Fonte das siglas: ISO 3166.

Fontes: ANCINE/SADIS e ANCINE/SAD. Dados disponíveis em <<http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/DadosMercado/2410-18032015.pdf>>.. Acesso em 07 jul. 2015.

Tabela 4: Quantidade de coproduções internacionais brasileiras lançadas no Brasil – divisão por continente coprodutor (2005-2014)

Continente/ Subcontinente	Presença (Quantidade)	Países com os quais o Brasil coproduziu
<b>Europa</b>	74 vezes	Portugal, França, Espanha, Alemanha, Inglaterra, Itália, Bélgica e Holanda.
<b>América do Sul</b>	30 vezes	Argentina, Chile, Uruguai, Colômbia e Venezuela.
<b>América Central</b>	1 vez	Cuba
<b>América do Norte</b>	11 vezes	EUA, México e Canadá.
<b>Ásia</b>	4 vezes	Hong Kong, Índia, Japão e Líbano.
<b>África</b>	1 vez	Moçambique
<b>Eurásia</b>	2 vezes	Rússia e Turquia
<b>Oceania</b>	Nenhuma vez	Nenhum

Elaboração própria, com base nos dados da OCA/ANCINE, disponíveis em <<http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/DadosMercado/2410-08072015.pdf>>. Acesso em: 09 jul. 2015

## Considerações finais

Uma das nossas primeiras observações, obtidas principalmente através das fontes entrevistadas, foi o problema de uma dicotomia: as chamadas “coproduções de papel” versus as “coproduções de verdade”. Isso porque, no âmbito dos mercados nacionais, há uma consequência muito presente na dinâmica de trabalho: coprodutores são contratados para atuarem em seus países de origem, como peças-chave para a negociação da participação dos filmes em festivais, a fim de facilitar o andamento das questões técnicas da produção e burocráticas das políticas de incentivo do seu país e para atender às exigências dos protocolos e acordos bilaterais. No caso de locações em dois ou mais países, determinados tipos de profissionais são estrategicamente contratados com o objetivo de reduzir os custos de deslocamento e/ou para aproveitar talentos locais. Por um lado, os coprodutores “de verdade” são de crucial importância, até porque têm o trabalho de articular os critérios estabelecidos pelas políticas de apoio ao cinema dos países parceiros com o enfrentamento de pelo menos três problemas práticos: “custo de mão de obra e de serviços; dificuldades para circulação de bens e serviços; e fluxo financeiro e tributação” (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2008). Por outro lado, há quem apenas “empreste” o seu nome para atender as exigências burocráticas dos acordos bilaterais e protocolos de fomento direto, sem que o produto final apresente recursos criativos brasileiros nem financeiros por parte do produtor local. Estas dificuldades tornam-se, assim, uns dos principais empecilhos práticos e simbólicos para o processo de coprodução.

Outro desafio é com relação ao idioma. Considerando as especificidades da geografia do Brasil: um país continental, onde a população fala um idioma pouco valorizado no mercado globalizado do cinema, o Brasil, por outro lado, tem seu próprio mercado interno a conquistar. Não há como negar, também, a necessidade de uma política pública brasileira consistente de apoio às coproduções internacionais de cinema – é uma tendência e uma brecha para que os filmes brasileiros ganhem visibilidade no mercado internacional. Um apoio que contemple não apenas a produção, mas também a distribuição e a exibição dos filmes, pelo menos nos mercados dos países parceiros. Porém, sem deixar de lado as potencialidades do mercado interno.

Quanto ao problema da dificuldade das cinematografias não hegemônicas disputarem espaço no mercado de exibição, por um lado, algumas coproduções têm demonstrado resultados positivos, principalmente em mercados específicos internacionais do cinema de autor ou de arte; enquanto isso, grande parte

dos resultados das coproduções brasileiras, apoiadas pelas leis e protocolos de incentivo do Brasil, apresentam resultados ainda desanimadores. Das 82 coproduções brasileiras realizadas de 2005 a 2011, 21 filmes não foram lançados em salas de exibição no Brasil. Considerando o alto custo de um longa-metragem e as possibilidades de divulgação de um acervo cultural mais diversificado, a difícil questão da exibição é um antigo problema que afeta a quase todas as cinematografias do mundo, com raras exceções; e as coproduções, apesar das suas numerosas vantagens, também enfrentam esse desafio.

## Referências

ANCINE (AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA). Listagem das coproduções internacionais realizadas entre 2005 e 2014. Compilado pela Superintendência de Acompanhamento de Mercado. **Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (OCA)**. Disponível em: <<http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/DadosMercado/2412-02042014.pdf>>. Acesso em: 2 jul. 2014.

\_\_\_\_\_. Mapeamento. Salas de exibição 2010. Estudo elaborado pela Superintendência de Acompanhamento de Mercado, publicado em 30 de junho de 2011.

BOLAÑO, César. **Indústria Cultural, informação e capitalismo**. São Paulo: Hucitec/Polis, 2000.

BRITTOS, Valério Cruz; ROSA, Ana Maria. Padrão tecnoestético: hegemonia e alternativas. Novo Hamburgo, RS: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, **XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul** –17 a 19 de maio de 2010. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2010/resumos/R20-1335-1.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2011.

FINN, Adam; HOSKINS, Colin; MCFADYEN, Stuart. A Comparison of Domestic and International Joint Ventures in Television Program and Feature Film Production. **Canadian Journal of Communication**. v. 21, n.1, 1996. Disponível em: <<http://www.cjc-online.ca/index.php/journal/article/view/924/830>>. Acesso em: 30 jan. 2012.

HEINEN, Sonja. O novo papel dos festivais. In: **Revista Filme B**. Outubro de 2011. p. 36. (entrevista).

IBERMEDIA (PROGRAMA DE DESENVOLVIMENTO AUDIOVISUAL EM APOIO À CONSTRUÇÃO DO ESPAÇO VISUAL IBERO-AMERICANO). **El Programa**. Disponível em: <<http://www.programaibermedia.com/el-programa/>>. Acesso em: 10 jul. 2015.

IMPRESA OFICIAL. **O Céu de Suely**. Roteiro de Karim Aïnouz, Felipe Brangança e Maurício Zacharias. São Paulo, 2008. (Coleção Aplauso Cinema Brasil).

MELEIRO, Alessandra. A coprodução internacional. **Catálogo da Mostra CineBH 2010a**, disponível em: <<http://cinemasemfronteiras.ning.com/forum/topics/a-co-producao-internacional>>. Acesso em: 10 mai. 2011.

MINISTÉRIO DA CULTURA. **Encaminhamentos do seminário de co-produção internacional**. 29/09/2008. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/site/2008/09/29/encaminhamentos-do-seminario-de-co-producao-internacional/>>. Acesso em: 20 abr. 2012.

MOSCO, Vincent. **The Political Economy of Communication – rethinking and renewal**. London: Sage Publications, 1996.

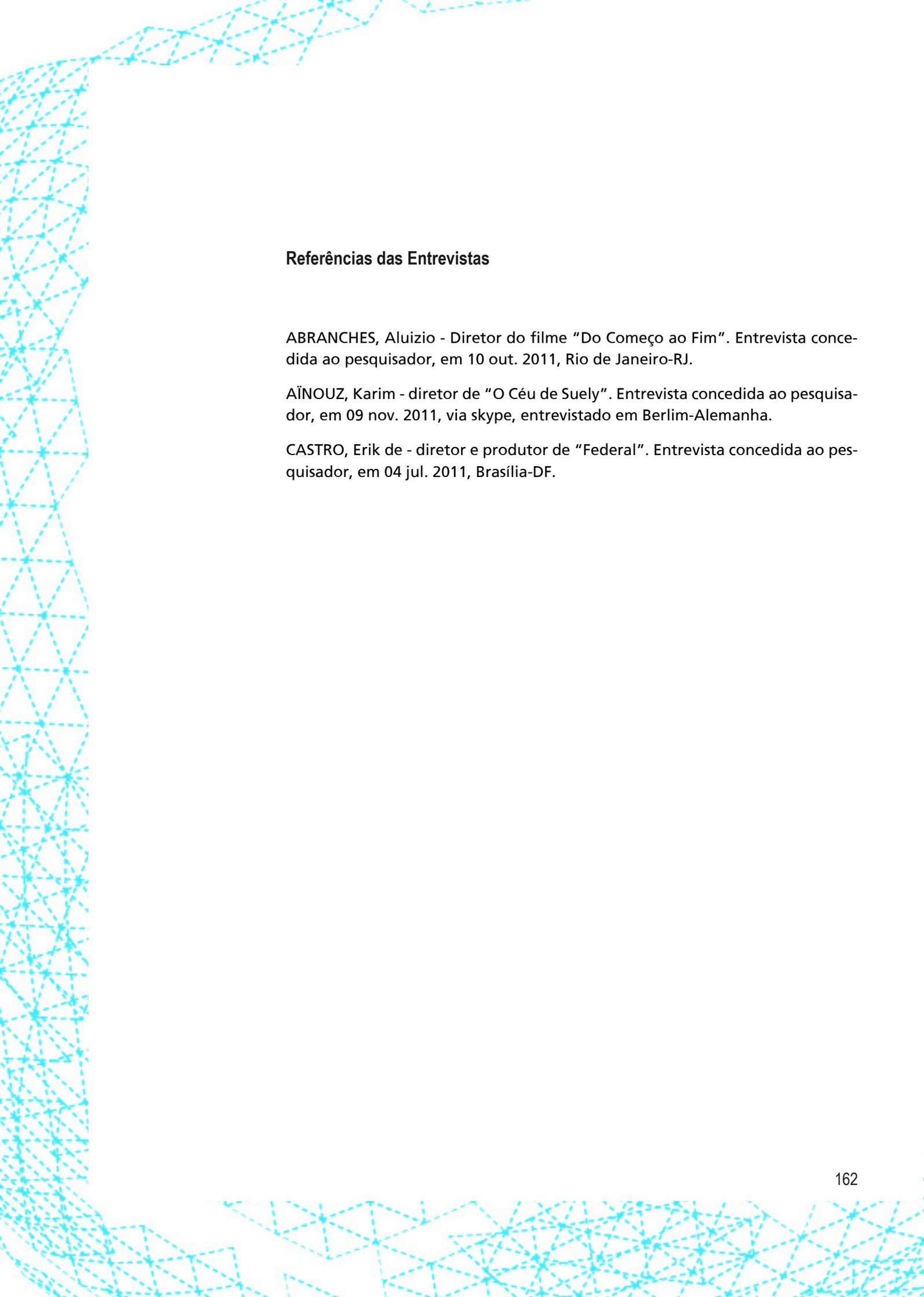
SOLOT, Steve. A onda das coproduções internacionais e os incentivos na América Latina **Catálogo da Mostra Cine BH**, out 2010. Disponível em: <<http://www.latastrainingcenter.com>>. Acesso em: 17 nov. 2010.

### Referências cinematográficas

**Do Começo ao Fim** (From Beginning to End). Direção: Aluizio Abranches. Produção: Aluizio Abranches, Marco Nanini e Fernando Libonati. Intérpretes: Rafael Cardoso, João Gabriel Vasconcellos, Fábio Assunção, Júlia Lemmertz, Gabriel Kaufmann, Jean Pierre Noher, Mausi Martínez, Louise Cardoso, Lucas Cotri. Roteiro: Aluizio Abranches. Brasil: Pequena Central de Produções Artísticas e Lama Filmes; Argentina: [s.n.], 2009. 1. DVD (90 min.), son., color., 35 mm.

**Federal** (idem). Direção: Erik de Castro. Produção: Christian de Castro e Erik de Castro. Intérpretes: Carlos Alberto Riccelli, Selton Mello, Eduardo Dussek, Christovam Neto, Cesario Augusto, Carolina Gómez e Michael Madsen. Roteiro: Érico Beduschi, Erik de Castro e Heber Trigueiro. Brasil: BSB Cinema; Colômbia: Trebol Comunicaciones, 2010. 1. DVD (92 min.), son., color., 35 mm.

**O Céu de Suely** (Suely in the Sky/ Love for Sale). Direção: Karim Aïnouz. Produção: Walter Salles; Maurício Andrade Ramos; Hengameh Panahi; Thomas Habërle e Peter Rommel. Intérpretes: Hermila Guedes, Georgina Castro, Maria Menezes, João Miguel e outros. Roteiro: Maurício Zacharias, Felipe Bragança e Karim Aïnouz. Brasil: Videofilmes; Portugal: Fado Filmes; França: Celluloid Dreams; Alemanha: Shotgun Pictures, 2006. 1. DVD (88 min.), son., color., 35 mm.



## Referências das Entrevistas

ABRANCHES, Aluizio - Diretor do filme "Do Começo ao Fim". Entrevista concedida ao pesquisador, em 10 out. 2011, Rio de Janeiro-RJ.

AÏNOUZ, Karim - diretor de "O Céu de Suely". Entrevista concedida ao pesquisador, em 09 nov. 2011, via skype, entrevistado em Berlim-Alemanha.

CASTRO, Erik de - diretor e produtor de "Federal". Entrevista concedida ao pesquisador, em 04 jul. 2011, Brasília-DF.