



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA**  
**BACHARELADO EM PRODUÇÃO E POLÍTICA CULTURAL**

**MARTHA HENTSCHE**

**BAGÉ RS COMO DESTINO DE PRODUÇÃO CINEMATOGRAFICO**

**JAGUARÃO**

**2017**

**MARTHA HENTSCHE**

**BAGÉ RS COMO DESTINO DE PRODUÇÃO CINEMATOGRAFICO**

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito parcial para a obtenção de grau em bacharelado em Produção e Política Cultural da Universidade Federal do Pampa Unipampa , Jaguarão sob orientação do Profº. Dr. Sandro Martins Costa Mendes

**JAGUARÃO**

**2017**

## FICHA CATALOGRÁFICA

Hentschke,Martha

Bagé/RS Como Destino cinematográfico. Martha Hentschke.--Jaguarão, 2017.

38 f.

Orientadora: Dr<sup>o</sup>. Sandro Costa Mendes

TCC (Graduação - Produção e Política Cultural) Universidade Federal do Pampa, 2017.

1.Política Cultural. 2. Leis de Incentivo. 3.Município Bagé RS.

4.Audiovisual. 5. Desenvolvimento. I. Mendes C, Sandro

. II. Título.

**MARTHA HENTSCHE**

**BAGÉ RS COMO DESTINO DE PRODUÇÃO CINEMATOGRAFICO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Produção e Política de Cultural da Universidade Federal do Pampa, Campus Jaguarão, como requisito parcial para a obtenção do Título de Bacharel em Produção e Política Cultural

Trabalho de Conclusão de Curso defendido e Aprovado em \_\_\_ / \_\_\_ / \_\_\_

Banca Examinadora:

---

Prof. Drº Sandro Costa Mendes-Unipampa

Orientador

---

Me. Gabriel Chaty Unipampa

---

Dr. Joel Felipe Guindane

“A tarefa não é tanto ver aquilo que ninguém viu, mas pensar o que ninguém ainda pensou sobre aquilo que todo mundo vê.”

Arthur Schopenhauer

## **AGRADECIMENTO**

Dedico este trabalho a minha família, ao meus pais Edmar e Geni, meus irmãos Chris e Nuno, a minha filha Sofia e ao meu companheiro Igor Terres. Minha eterna admiração e gratidão. Incansavelmente e de diversas maneiras, me apoiam em tudo que me proponho a fazer. Igualmente registro meu reconhecimento pelos trabalhadores da Cultura que conseguem transformar muitas realidades.

E ao Prof. Dr.Sandro Costa Mendes pela paciência e suporte para esta pesquisa como também alguns professores que também foram inspiradores, Gabriel Chati, Clóvis da Rolt, Alexandre Caldeirão, prof(as) Carla Rodrigues, Sátira Machado, Jeferson Selbach, Thomas, Thiersen e o meu especial agradecimento aos meus queridos amigos e colegas Marselle Buzzo e Bruno Rodrigues. Obrigada a todos!

## RESUMO

Nos últimos tempos a indústria audiovisual Brasileira tem apresentado crescente expansão. Diversos fatores têm influenciado este desenvolvimento, principalmente a revolucionária tecnologia digital e o fomento Estatal Brasileiro. Esta pesquisa visa através de um estudo de caso do município de Bagé, no Rio Grande do Sul, fazer um levantamento das políticas públicas para o audiovisual brasileiro, de que forma os gestores público vêm a Cultura e o quanto isso influenciam no investimento a pasta e na criação de indicadores. Analisar experiências da gestão pública que investiu na cultura como vetor de desenvolvimento através de políticas específicas para o audiovisual, o Estado de Pernambuco, o município de Paulínia em São Paulo, Bento Gonçalves no Rio Grande do Sul. Assim como escritórios de Film Comissions nacionais e internacionais. Relacionar todas estas experiências de politica cultural com a pesquisa de Bagé, levando em consideração os contextos diferenciados.

Os municípios como protagonistas, precisam fomentar políticas culturais para o desenvolvimento local e a participação da sociedade civil e dos produtores culturais através de seus projetos independentes, fortalecem estas iniciativas. Uma politica cultural direcionada para o Audiovisual pode impulsionar uma economia alternativa atraindo produções audiovisuais. A partir da ida destas produções, buscar estimular o uso destas locações no campo do turismo e tornar estes municípios destinos cinematográficos.

Palavra-Chave: **AUDIOVISUAL, MUNICÍPIOS, POLÍTICAS CULTURAIS, DESENVOLVIMENTO.**

## **ABSTRACT**

In recent times, the Brazilian audiovisual industry has been expanding. Several factors have influenced this development, especially the revolutionary digital technology and the Brazilian State development. This research aims at a case study of the municipality of Bagé, Rio Grande do Sul, to make a survey of the public policies for the Brazilian audiovisual, in which way the public managers come to Culture and how much this influences in the investment the portfolio and indicators. To analyze experiences of public management that invested in culture as a vector of development through specific policies for the audiovisual sector, the State of Pernambuco, the municipality of Paulínia in São Paulo, Bento Gonçalves in Rio Grande do Sul. countries. To relate all these experiences of cultural politics with the research of Bagé, taking into account the different contexts.

Municipalities as protagonists, need to promote cultural policies for local development and the participation of civil society and cultural producers through their independent projects, strengthen these initiatives. A cultural policy directed to the Audiovisual can propel an alternative economy attracting audiovisual productions. From the beginning of these productions, seek to stimulate the use of these locations in the field of tourism and make these municipalities cinematographic destinations.

**Keywords: AUDIOVISUAL, MUNICIPALITIES, CULTURAL POLICIES, DEVELOPMENT.**



## LISTA DE FIGURAS

|  |               |
|--|---------------|
| <b>Figura 1</b> - Gráfico sobre o crescimento da Indústria Audiovisual.....                  | <b>pag 18</b> |
| <b>Figura 2</b> - Gráfico do desempenho do Brasil em exportação VOD.....                     | <b>pag 19</b> |
| <b>Figura 3</b> - Gráfico da Globalização de serviços de streaming Netflix.....              | <b>pag 20</b> |
| <b>Figura 4</b> - Gráfico sobre o crescimento da Indústria Audiovisual.....                  | <b>pag 16</b> |
| <b>Figura 5</b> - Gráfico da posição da Indústria do Audiovisual na economia.....            | <b>pag 25</b> |
| <b>Figura 6</b> - Gráfico sobre crescimento de assinantes de tv paga.....                    | <b>pag 25</b> |
| <b>Figura 7</b> - Fig Participação dos Festivais por Região do País.....                     | <b>pag 29</b> |
| <b>Figura 8</b> - Gráfico sobre crescimento do Fundo de Cultura do Estado Pe.....            | <b>pag 32</b> |
| <b>Figura 9</b> - Fig. Tabela de Projetos contemplados Funcultura.....                       | <b>pag 32</b> |
| <b>Figura 10</b> -Fig Gráfico que representa o crescimento de produtores cadastrados Pe..... | <b>pag 33</b> |
| <b>Figura 10</b> - Fig. Gráficos do protagonismo do Municípios.....                          | <b>pag 40</b> |

## **LISTA DE SIGLAS**

**ANCINE**- Agência Nacional de Cinema

**AGDI** - Agência Gaúcha de Desenvolvimento e Promoção do Investimento

**BNDES** - Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social

**BID** Banco Inter-Americano de desenvolvimento

**EMBRAFILME** - EMPRESA BRASILEIRA DE FILMES

**FSA** - Fundo Setorial do Audiovisual

**FILM COMISSIONS** - Escritórios de Intermediação Audiovisuais

**LEI ROUANET** - lei que institui o programa nacional de incentivo a cultura (Pronac)

**MTUR** - Ministério do Turismo

**MINC** - Ministério da Cultura

**MOTION PICTURES** Associação da empresas da Indústria Cinematográfica e tv

**REBRAVIC** Rede Brasileira de Film Commissions –

**VOD** - Vídeo on Demand

## SUMÁRIO

|  |           |
|--|-----------|
| <b>INTRODUÇÃO.....</b>                               | <b>12</b> |
| <b>1 INDÚSTRIA AUDIOVISUAL.....</b>                  | <b>15</b> |
| <b>1.1 Cinema Brasileiro.....</b>                    | <b>20</b> |
| <b>1.2 Mercado Atual.....</b>                        | <b>24</b> |
| <b>1.3 Festivais Audiovisuais .....</b>              | <b>28</b> |
| <b>1.4 Experiência do Estado de Pernambuco.....</b>  | <b>30</b> |
| <b>1.5 Experiência do Município de Paulínia.....</b> | <b>34</b> |
| <b>2 CULTURA E DESENVOLVIMENTO .....</b>             | <b>37</b> |
| <b>2.1 Gestão Pública e Cultura.....</b>             | <b>38</b> |
| <b>2.2 Os Municípios.....</b>                        | <b>40</b> |
| <b>2.3 Film Comissions .....</b>                     | <b>43</b> |
| <b>3 ESTUDO DE CASO BAGÉ.....</b>                    | <b>45</b> |
| <b>3.1 Movimento Cinematográfico.....</b>            | <b>47</b> |
| <b>3.2 Política Cultural.....</b>                    | <b>49</b> |
| <b>3.3 Orçamento Público.....</b>                    | <b>49</b> |
| <b>ANÁLISE.....</b>                                  | <b>51</b> |
| <b>PROPOSTA.....</b>                                 | <b>55</b> |
| <b>CONCLUSÃO.....</b>                                | <b>58</b> |
| <b>REFERÊNCIAS.....</b>                              | <b>59</b> |

## INTRODUÇÃO

Nos últimos tempos a indústria audiovisual Brasileira tem apresentado crescente expansão. De acordo com o recente estudo da Agencia Nacional de Cinema Brasileira (Ancine) do Fundo Setorial do Audiovisual brasileiro sobre o impacto das Políticas culturais, ações e resultados deste ano 2017, diversos fatores têm influenciado este desenvolvimento, principalmente a revolucionária tecnologia digital e o fomento Estatal Brasileiro. É uma indústria que têm despertado interesse, pois gera impacto econômico e cultural e tem o cinema como o produto central.

Os filmes são produtos da indústria audiovisual que mais geram rendimentos para as corporações transnacionais é uma indústria que tem apresentado crescimento em meio a crises econômicas, gerando emprego e renda. Constatase também através de pesquisas do Ministério do turismo como o estudo de sinergia e desenvolvimento entre as indústrias do turismo e audiovisual Brasileiro, que esta indústria tem capacidade de impactar em diversos âmbitos, os locais onde se realiza um produto audiovisual.

Este trabalho de estudo de caso foi baseado em pesquisa qualitativa através de entrevistas semi-estruturadas, levantamento bibliográfico e de documentos. Teve como objetivo verificar se Bagé no Rio Grande do Sul pode ser um destino cinematográfico. Perceber a possibilidade do município gaúcho em fazer parte da cadeia de produção do Audiovisual e desta forma gerar um desenvolvimento econômico alternativo. Analisaram-se algumas iniciativas de políticas culturais para o Audiovisual no âmbito municipal de Paulínia - SP como a legislação para a criação do polo cinematográfico e no Estado de Pernambuco o fomento de programas e editais. Foram levantadas iniciativas bem-sucedidas de escritórios de Films Comissions como estratégia de captação de produções audiovisuais. Estes escritórios no México, África e Bento Gonçalves no interior do Brasil visam o desenvolvimento econômico e turístico destas regiões, levou-se em consideração estes contextos distintos.

Por ter estado diretamente envolvida em diversos filmes como produtora local no município de Bagé foi possível perceber em campo o quanto estas filmagens fomentam a econômica local. Desde a chegada das equipes na rede hoteleira, a movimentação no comércio local, o consumo no setor alimentício e no turismo. Em relação a comunidade, o impacto foi grande dada a adesão da população em participar das produções audiovisuais, como elenco e nas equipes de produção dos departamentos.

No primeiro capítulo a Indústria do Audiovisual refere-se à constatação de que nos últimos anos esta indústria tem expandido, apresentando números que revelam um crescimento das produções e de geração de valores em meio a crises. Esta indústria em constante transformação inova a cada dia e tem relevância econômica e cultural. Aborda-se que o cinema Brasileiro se encontra em um período de transição acelerado, deixando de ser uma atividade artesanal ganhando características de processo industrial e neste cenário coexiste o cinema autoral. Através de um diagnóstico de festivais brasileiros percebe-se a resistência do setor em momentos de falta de apoio estatal assim como em relação às influências da globalização. Que a cadeia produtiva passa por acelerado processo de reorganização e de investimentos no setor. Esta mudança se reflete no reconhecimento pelo governo Brasileiro da importância econômica e do potencial da indústria Audiovisual, estando em 4º lugar na economia Brasileira de acordo com pesquisa do setor. Levantou-se as políticas públicas para o audiovisual brasileiro dos últimos anos e buscou-se perceber como os gestores públicos tem se relacionado com a Cultura através da linguagem Audiovisual. Assim como foram verificadas a existência de variáveis que podem vir influenciar um gestor público a investir em cultura.

No segundo capítulo Cultura e desenvolvimento trata exatamente disto, a cultura sendo transversal com relação intrínseca com o desenvolvimento. Deparamo-nos com variáveis que podem ser determinantes quanto a alocação de recursos públicos em cultura. Da necessidade de indicadores culturais para orientar as políticas. Do quanto a administração pública deve estar em diálogo com os processos sociais e criativos dos grupos circunscritos em seu território e com uma lógica distinta para perceber a complexidade do campo e ficar atento aos matizes as diferentes formas de viabilizar um projeto no âmbito da cultura, respeitando o processo.

No Terceiro capítulo foram analisadas a política local para a cultura e as finanças do Município de Bagé RS, que na prática poderiam criar ou não um ambiente favorável para que as produções Audiovisuais fossem produzidas na região. Foram realizadas entrevistas qualitativas com alguns gestores públicos, produtores locais e proprietários rurais para verificar como são vistas por estes agentes as experiências de filmagens em Bagé e região. Alguns projetos culturais como o programa de formação em oficinas em Audiovisual, o festival internacional de cinema da fronteira e a Bagé Film Commission local foram analisados. Para agregar ao estudo foi apresentado as experiências de films commissions como a da África, México e Bento Gonçalves que são retratadas como estratégias interessantes na

captação de produtores e investidores, para as regiões desenvolverem sua economia e setor turístico através das locações cinematográficas.

A partir das experiências citadas acima, de políticas culturais direcionadas para o audiovisual nacional e das iniciativas de escritórios de film commissions relatados, buscou-se entender o que se revelou positivo ao longo do tempo e como demonstrado nestes exemplos diversas áreas foram impactadas direta e indiretamente, podendo ser citados geração de trabalho e renda e estímulo da cadeia produtiva da indústria do audiovisual nestas regiões. Nestes aspectos buscou-se relacionar com ao contexto de Bagé para a criação de uma proposta de fomento a cultura do município.

## INDÚSTRIA AUDIOVISUAL

A indústria Audiovisual é compreendida como um sistema de relações e de interdependência, composto por uma tríade de núcleos: A produção, distribuição e exibição (BARONE, 2002) Deste conjunto de núcleos toda uma cadeia de serviços e de profissionais tem sido movimentada e através das produções ocorrem viagens, deslocamento de pessoas, equipamentos e movimentações financeiras em todo o mundo.

É uma indústria que têm despertado interesse em inúmeras empresas e governos, pois tem no cinema, objeto desta pesquisa, seu o produto principal. O produto audiovisual pode ser definido como o resultado da transmissão de imagens em movimento, seja qual for o meio utilizado para sua veiculação, reprodução, transmissão ou difusão, video-clipes musicais, programas, séries ou reality shows para televisão ou novas mídias (internet, telefonia celular) ou vídeo publicitário podem ser filmes de ficção ou documentários.

Os filmes se inserem no cotidiano com grande capacidade de produzir discursos e gera forte impacto econômico e cultural dado o interesse dos governos inclusive do Brasileiro em fortalecer a indústria nacional tornando-a sólida e sustentável através de leis de incentivos e fundos para o setor.

É no audiovisual que os efeitos da globalização aparecem e pelos mercados transnacionais que esta indústria se expande. Ao mesmo tempo, este não lugar desta produção também descentraliza os sujeitos e interfere nos hábitos culturais. As pessoas ao perderem suas referências com a globalização passam a adquirir novos hábitos culturais, o que antes se tem como certeza e o indivíduo se identifica agora parece não ter relevância. Canclini (2007) já havia apontado que se passa a consumir ainda mais imagens e referências que não fazem parte do universo simbólico de um território.

De acordo com os dados sobre Indústria Audiovisual Americana que ainda detêm a hegemonia em se tratando de cinema do relatório da associação Motion Pictures, o Impacto Econômico da Indústria Cinematográfica e de Televisão, nos últimos anos a indústria do Audiovisual norte americana como parte importante dos grandes conglomerados da mídia teve um impacto na economia de aproximadamente USD 60,4 bilhões (R\$126,84 bilhões) valor superior aos balanços positivos dos serviços de telecomunicações e computadores. Demonstrando que a indústria é uma potência em geração de empregos e renda dado os três núcleos em que atua: Produção, Distribuição e exibição e das vendas transnacionais

configuram um mercado em contínua ascensão por isso o interesse de diversos países, em se inserir neste contexto.

A indústria do Audiovisual está em constante transformação. Com o avanço da tecnologia pode-se afirmar que houve uma diminuição dos custos de produção e exibição. Ela também oportunizou a circulação de filmes, programas de televisão, vídeos para novas mídias além das fronteiras físicas e virtuais. Se pensarmos anteriormente os custos de quando a produção audiovisual não era digital, desde o custo e manipulação dos materiais, o deslocamento de todo aparato equipamentos, assim como no processo de difusão dos produtos prescindia da presença física dos agentes, tudo se dava numa dinâmica mais lenta e dispendiosa e com o avanço tecnológico todo o processo foi afetado.

É só lembrar que há pouco menos de 20 anos tinha-se o vídeo cassete como meio alternativo ao cinema e hoje tem se as multi-telas, por celular smartphone, tablet, notebook, além dos suportes que oferecem liberdade de escolha no consumo dos produtos e não pressupõe confinamento em um espaço. Assim como os suportes, que são os meios de fruição do produto, se modificam constantemente os formatos e conteúdos também em consequência de pesquisas de nichos de público. São diversos os fatores que influenciam a busca constante por inovação, até a diversidade de gêneros assim como movimentos midiáticos.

Ortiz já apontava que a indústria cultural trabalha no contexto pelo fato buscar a quebra de barreiras nacionais, criando um grande continente global e sem fronteiras, conforme o próprio Renato Ortiz "... os publicitários e os executivos do marketing global sabem disso perfeitamente. Eles não pretendem vender seus produtos para todas as pessoas do planeta; interessa-lhes conquistar segmentos mundializados de consumo, tudo é uma questão de grau, uma variável dependente do público-alvo". (ORTIZ, 1996, p.123).

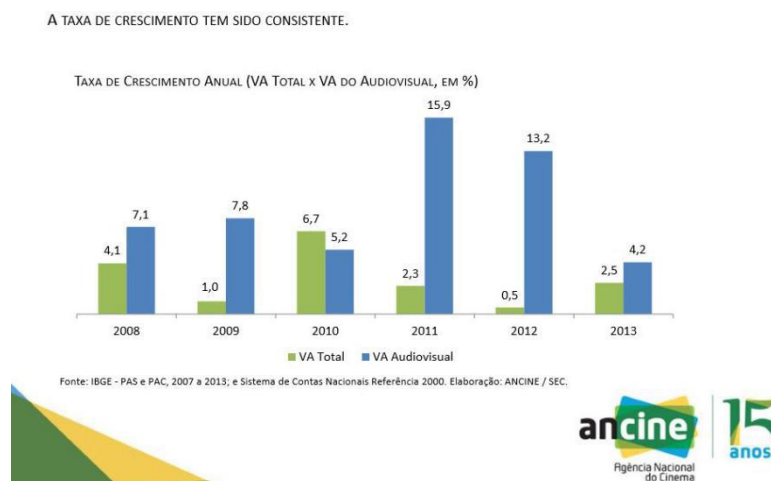
Os filmes são produtos da indústria audiovisual que mais geram rendimentos para as corporações transnacionais. De acordo com Ramos e Bueno (2001), a indústria cinematográfica surge com Hollywood e os grandes estúdios, porém após a segunda guerra emergem o fenômeno dos novos polos cinematográficos em todo mundo. Estes polos produzindo e competindo entre si, certamente influenciaram os caminhos da linguagem audiovisual e seus conteúdos.

Por outro lado, se vivenciou na contemporaneidade o uso discutível da linguagem quando se reproduziu produtos ideológicos propagandistas em suas telas de cinema. Outro teórico pessimista da indústria cultural, Theodor Adorno afirmava que é, "justamente o uso, na indústria cultural perigoso," e "tudo pode sempre servir pra outra coisa" (HORKHEIMER, ADORNO, 1985, p.148). Passando a refletir sobre a indústria audiovisual Brasileira e



principalmente sobre sua produção cinematográfica foco desta pesquisa, as políticas de fomento Estatal foram fundamentais para o setor se manter em crescimento em meio a crises econômicas.

Figura1– Gráfico sobre o crescimento da Indústria Audiovisual



Fonte: Ancine 2016.

Podemos questionar como é possível este setor de entretenimento, crescer em períodos de crise, no entanto, o estudo dos determinantes do consumo de bens e serviços (DEATON, apud FONSECA, GIMENEZ, 2016) elucida que os consumidores reagem de maneira diferente diante de cada setor na economia. Há setores que, num momento de crise, têm sua demanda elevada. Que na teoria macro-econômica, nos momentos de crescimento da renda (PIB), acontece uma propensão marginal a consumir. Portanto quando trazemos a realidade deste estudo, os dados fortalecem a ideia que o consumo em produtos audiovisuais esta crescendo, que conseqüentemente a demanda em expansão a indústria audiovisual também cresce ou seja pode se revelar uma escolha estratégica como setor na alavanca de geração de emprego e renda para impulsionar a economia de municípios.

Em recente estudo da Agencia Nacional de cinema (ANCINE) o audiovisual Brasileiro impactou a economia. Butcher (2015) afirma que o cinema com sua narrativa ficcional passa a ser visto como um produto de grande potencial. Os produtos são sujeitos a dinâmica da indústria. Nesta dinâmica é visível a interferência da lógica do mercado na produção artística, exigindo que um filme seja competitivo e gere lucros, pois a indústria cultural trabalha dentro da perspectiva capitalista, o produto precisa produzir lucro e que a quantidade não necessariamente precisa pressupor qualidade.

Mesmo assim na produção de filmes a indústria cultural tem criado efeitos positivos, pois ela tem democratizado o espaço para novos realizadores cinematográficos, pois o espectador tem uma gama produtos diferentes a disposição e pode escolher entre o que consumir. Com o avanço da tecnologia os filmes antes circunscritos às regiões agora estão além das fronteiras físicas e virtuais. Tem se a oportunidade de circular em plataformas como Netflix e Youtube e da visibilidade e acesso a estes novos realizadores no mercado Global.

Canclini (2007) refletiu sobre a globalização, que ela alterou a vida, as relações entre os indivíduos e principalmente o consumo. De se pensar e produzir produtos de qualquer natureza. Os produtos antes circunscritos as suas regiões, estão pelos mercados do mundo ou seja produziu quase de imediato o salto do local ao global. Não se pode esquecer que mesmo que as produtoras cinematográficas estejam com seus produtos audiovisuais transitando neste espaço global, assim como afetam com seus conteúdos os consumidores e/ou espectadores, também são afetados por eles e as pesquisas de nicho revelam isso.

Esta mudança de comportamento do público na recepção de conteúdo e no poder de influência através das pesquisas de opinião impulsiona uma renovação criativa cinematográfica, da concepção de um argumento até a cadeia de produção e distribuição de filmes.

A participação do Brasil na exportação de filmes de forma tradicional tem sido pouco expressiva em relação a outros países, também devido aos altos custos de exploração do produto brasileiro e os custos de lançamento nos mercados externos. Diferente disto, o chamado Vídeo on Demand (VOD) que é uma janela de distribuição dos produtos aponta expressivo crescimento situando o Brasil em 8º posição no mercado internacional, fazendo circular a produção nacional ao mesmo tempo em que impulsiona a produção interna.

Fig. Gráfico representando o desempenho do Brasil em exportação VOD

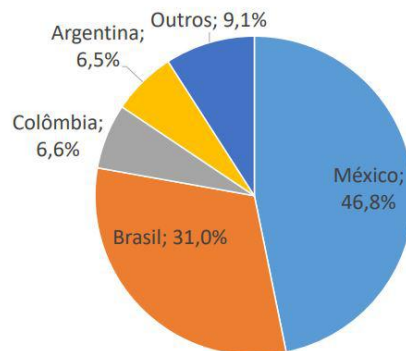


Fonte Ancine 2016

Podemos afirmar que o espectador saiu da passividade na audiência, pois com estas tecnologias lhe foi conferido o poder de decisão no consumo dos produtos. Seguindo este raciocínio os serviços de streaming e janela VOD aponta uma não linearidade do espectador, também resultado de um novo tempo, já que antes destes serviços seguia uma programação externa. São os hábitos culturais sendo alterados conforme já havia sido apontado. Machado(2005) já havia colocado que o consumo doméstico das sociedades urbana, na convivência com as tvs e outras mídias aumenta, pois se tem o lazer e o entretenimento sem sair de casa.

Fig. gráfico da Globalização de serviços de streaming Netflix

Distribuição da base de assinantes da Netflix na América Latina 2016



Fonte Ancine 2016

Esta uma posição significativa por se entender que VOD compete diretamente com as salas de cinema que possuem custo mais alto e que envolvem custos indiretos como deslocamento, estacionamento, consumo de alimentos o que interfere nas escolhas de viver esta experiência de fruição, já que em circunstâncias de crise, a tendência do espectador é optar por produtos mais acessíveis.

## **1.1 Cinema Brasileiro**

A história do cinema brasileiro é marcada por ciclos e fases descontínuas das políticas Públicas para a área. Conforme aponta Arthur Autran (2004) para os historiadores e cineastas, esta descontinuidade de Políticas para área associada a falta de domínio das dinâmicas do mercado cinematográfico pelos produtores criou diversos entraves para a consolidação de uma indústria.

Desde 1910 cria-se um predomínio dos filmes estrangeiros e um sufocamento para os filmes nacionais. O problema crônico da distribuição do produto nacional se dá por uma antiga parceria dos exibidores com as grandes Majors (GATTI apud AUTRAN, 2004), sem uma intervenção mais ativa do governo Brasileiro, esta parceria contribuiu para o enfraquecimento do cinema nacional. Gatti afirma que foram diversos os avanços das políticas públicas para o audiovisual que geraram crescimento para o setor, mas a única que se manteve foi esta parceria na distribuição sem avanços até o momento atual.

A estratégia das grandes produtoras e distribuidoras americanas sempre foi a penetração internacional nos diversos mercados, com intuito de ampla distribuição de seus produtos para aumentar seus lucros e fazer desta estratégia, uma fonte de financiamento para suas produções internas. Além de o governo estadunidense produzir diversas barreiras indiretas na entrada de produtos audiovisuais de outros países. Assim como a França também atuou de maneira similar protegendo seu mercado interno.

A partir de 1950 cresce a consciência política de que o mercado interno é fundamental para o cinema nacional e alguns setores da indústria audiovisual se mobilizam reivindicando maior protecionismo do Estado. Segundo Autran, por volta de 1961 já havia propostas para alavancar o cinema nacional, podemos citar: A criação de uma distribuidora única para filmes brasileiros, a criação de fundos através de tentativas de obrigatoriedade em cima do distribuidor estrangeiro sediado no Brasil, a cota de promoção do produto nacional através da

indução na participação na produção de filmes nacionais, a fim de, criar um incentivo por meio destes expedientes para a divulgação do produto nacional fora do país.

Almeida aponta que a indústria brasileira em geral se desenvolve na base do protecionismo. No entanto a ideia de altas taxações para impedir o produto cinematográfico estrangeiro e outras propostas de legislação não saiu do papel.

Em 1990 durante a gestão do Presidente Fernando Collor acontece a dissolução do Ministério da Cultura que passa a ser Secretaria da Cultura. Acontece o fechamento da Embrafilmes houve a liquidação da Empresa, do Conselho Nacional de Cinema (Concine) e da Fundação do Cinema Brasileiro (FCB), que representavam o tripé de sustentação da política cinematográfica em suas diversas vertentes (IKEDA, COSTA, 2013).

A atividade cinematográfica no país foi duramente atingida em consequência dessas medidas. Neste período produtores de cinema e entidades ligados a área se mobiliza e organiza diversas ações buscando pressionar o governo na retomada do apoio à sétima arte. Surge nos fóruns a definição de metas para a busca de políticas públicas para o Audiovisual.

Durante o governo do presidente Fernando Collor a então lei Sarney de estímulo a cultura é reformulada, passa inclusive a se chamar Rouanet onde institui um programa de apoio ao fomento cultural com três fontes de financiamentos: O fundo nacional o fundo de investimento e o incentivo fiscal via dedução do imposto de renda (IKEDA, COSTA, 2013).

Como política cultural a criação do Pronac Programa nacional de cultura, concede benefícios e concessões fiscais no imposto de renda para iniciativas operacionalizadas no setor cultural ou artístico em diversos segmentos artísticos e prevê três fontes de financiamento, porém apenas o incentivo fiscal entrou efetivamente em vigor, a ponto de ser confundido como o programa em si, da Lei Rouanet.

Durante o governo de Fernando Henrique o setor cinematográfico ficou ao sabor dos departamentos de marketing das grandes empresas, pois elas direcionavam o que iria para o mercado ou não, pois as políticas de incentivo à Cultura se deram predominantemente via Lei Rouanet, sendo esta predominantemente a estratégia de financiamento das iniciativas culturais diante de uma grande demanda por projetos versus a limitação de recursos (YUDICE, 2004). O mecanismo serviria a dois propósitos, reestabelecia o fomento por parte do Estado Brasileiro ao mesmo tempo em que o governo admitia a carência de recursos públicos para o setor.

O programa nacional de Cultura (Pronac) estimulava projetos no campo do Audiovisual, no entanto tendo em vista a vontade política, assim como da organização dos agentes em fomentar a indústria audiovisual foi criada uma lei específica nº 8.685/93 da atividade

audiovisual conhecida como “Lei do Audiovisual”. Desse fato se demonstra uma organização maior do setor assim como de certa influência política dos agentes da indústria do audiovisual.

Os recursos que alimentam o fundo setorial do Audiovisual FSA (Ancine) se dão pelos mecanismos da porcentagem dos filmes incentivados pela lei do audiovisual e contribuição do Condecine, que alimentaram a cadeia cinematográfica. Esta é uma política que fortalece o setor do audiovisual nacional. O fomento direto também acontece em menor escala através do banco BNDES. Em recente apresentação Manoel Rangel, enquanto ainda estava no exercício da presidência da Ancine, um dos últimos diagnósticos do Fundo Setorial do audiovisual colocou que aponta que o financiamento da produção audiovisual brasileira depende dos parques exibidores e da televisão. Evidente, pois as operações de compra dos produtos audiovisuais destes meios alimentam diretamente o fundo do audiovisual, no caso televisivo devido à obrigatoriedade da lei, que obriga as operadoras a terem 30% de conteúdo nacional em sua programação.

Segundo Teixeira Coelho as Políticas culturais são implementadas, frequentemente, “com o objetivo de intervir no núcleo organizacional, nas práticas culturais, na construção do imaginário de uma sociedade procurando criar as condições para a construção ou aprimoramento de uma mentalidade geral exigida para o enfrentamento de problemas cujas respostas devem ser encontradas por essa sociedade” (TEIXEIRA, 2012, p. 292). E foi a intervenção política ao criar especificamente a lei do Audiovisual que efetivamente se retoma o processo de desenvolvimento da cadeia.

A partir deste momento, com recursos mais robustos, o planejamento organizacional passa ao cuidado de regulação da agência de cinema brasileira (Ancine). No entanto, ela não disporia de mecanismos para evitar a concentração dos recursos incentivados em grandes centros. Sobre isso Barbosa (2008) já afirmava que as críticas mais consistentes aos governos apontavam que as políticas de incentivos fiscais deixavam às empresas a decisão sobre a alocação final dos recursos públicos, sobretudo se considerarmos a concentração dos recursos na Região Sudeste do Brasil e que os recursos não eram direcionados segundo prioridades políticas.

Não é difícil entender porque se dava esta concentração, visto que os grandes incentivadores da lei Rouanet são empresas baseadas no lucro real, portanto de grande porte, e suas sedes se concentram na região sudeste. No governo Lula na primeira gestão do ministro Gil, algumas medidas foram tomadas para buscar diminuir o processo de concentração regional e setorial.

A cultura dos editais foi adotada também pelo Ministério da cultura (MINC) como processo de seleção e se disseminou pelas empresas, se mostrou uma forma eficiente na transparência e democratização do acesso aos recursos para incentivo da produção cultural. Segundo Calabre (2009) o Minc adotou editais tanto internos, quanto por intermédio dos maiores investidores na lei, como é o caso da Petrobras.

As políticas culturais são percebidas como uma intervenção na realidade que parte do governo na sociedade como uma diretriz ou sua ausência no campo cultural, buscando o consenso, a ordem ou a transformação social (MARTINS, 2016).

Para o Audiovisual estas demandas se diversificam ao longo do tempo, onde o Estado precisa estar atento a estas demandas, adaptando algumas ações do FSA e se mantendo em dialogo com o setor. Até porque o direcionamento do Fundo setorial esta voltado para o desenvolvimento da cadeia como indústria, e os agentes do setor precisam estar mobilizados para que os produtos mantenham qualidade técnica, mas de conteúdo também.

Medidas como a Cota de Tela e o incentivo a criação de distribuidoras nacionais independentes fazem parte de um debate iniciado na década de 50 e que posteriormente nos anos 2000 a partir da exigência dos agentes e entidades do setor Audiovisual ao pedirem um posicionamento mais consistente, do estado brasileiro através de marcos regulatório mais bem definidos, são retomados e saem do papel. Estratégias como a criação de mecanismos internos de incentivo ao setor, além da busca por uma efetiva fiscalização das medidas legais para dificultar a entrada do produto estrangeiro se justificam por ser uma forma de incentivar o cinema brasileiro (COSTA, 2013)

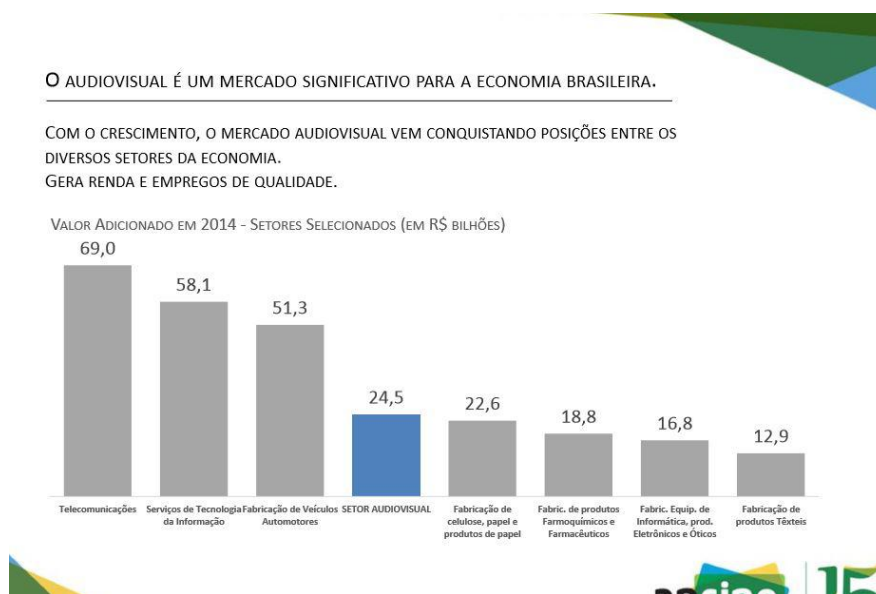
Segundo Gatti (2007) é preciso muito mais que o desejo de uma indústria cinematográfica. Por volta dos anos 90 o foco estava apenas na produção dos filmes, aponta “é necessário uma política continua que enfrente seus problemas estruturais” (GATTI,2007,p.125). Sobre isso se pode dizer que as consequências ainda reverberam, pois dos diversos filmes produzidos, poucos conseguiram e conseguem percorrer uma trajetória comercial, circular pelos parques de exibição e chegarem efetivamente ao público. Disso Barone já afirmava que as Políticas para o setor deveriam contemplar todo o conjunto (BARONE, 2003) do complexo tripé de produção, distribuição e exibição.

## 1.2 Mercado Atual

Entendido o potencial desta indústria pelo governo Federal observam-se as diversas políticas de investimento por parte do governo federal, que vem desenvolvendo o setor. Constata-se a ampliação da produção audiovisual nacional. A legislação específica para o audiovisual, para Vídeo on Demand e a cota de tela nas tvs por assinatura. Assim como o programa Brasil de todas as telas, oportuniza o espaço a novos realizadores cinematográficos, roteiristas, núcleos criativos e internacionalização de produções brasileiras, tanto que o audiovisual quase triplicou em valores nominais em sete anos segundo estudo recente da Agência Nacional de Cinema (Ancine 2016).

De acordo com o estudo de Sinergia e Desenvolvimento entre as Indústrias do Turismo e do Audiovisual Brasileiro (MTUR, 2007), o setor de audiovisual movimenta mais de R\$ 16 bilhões por ano estando posicionada como a 4ª indústria em geração de emprego e renda.

Fig. Gráfico da posição da Indústria do Audiovisual na economia



Fonte Ancine 2016

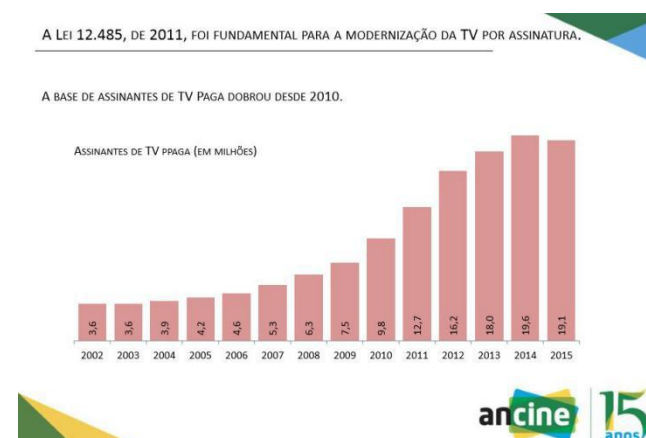
Quanto ao mercado interno, percebe-se um aumento dos filmes brasileiros e um crescimento em conteúdos voltados para o entretenimento do grande público. De alguma forma tem reconduzido o espectador televisivo aos cinemas novamente. Lia Bahia (2010)



aponta que fenômenos como “Se Eu Fosse Você”, com atores Globais reconhecidos no gênero comédia de expressiva bilheteria, estava reconduzindo levando o público aos cinemas.

As políticas para o Audiovisual democratizaram o acesso de produtores independentes no mercado interno e oportuniza que novos realizadores viessem a fazer parte de espaços antes restritos a grandes produtoras. É possível relacionar a influência no crescimento de assinantes de conteúdo das tvs pagas pelo aumento de conteúdo qualificado.

Figura3 – Gráfico sobre crescimento de assinantes



Em relação à exibição e presença de público dados da Ancine sobre a performance dos filmes brasileiros lançados em 2016 apontam que: 30% dos filmes não atingiram mil espectadores, 55% não atingiram 5 mil espectadores, 66% não atingiram 10 mil espectadores e apenas 4% superaram 1 milhão de espectadores. Gatti já apontava sobre a concorrência desleal nos parques exibidores incentivados pela própria legislação brasileira, em favorecimento das Majors estrangeiras.

Por outro lado, Ademar Oliveira (2002) nos diz que é preciso levar em consideração o comportamento sazonal do consumidor, que este relacionado ao custo e a oportunidade e vai de acordo com um movimento estético sugerido globalmente. Ressalta que seria interessante também fazer um movimento inverso quanto a pesquisa de público em salas de cinema. Buscar analisar o produto em si, o fluxo do que se tem consumido em outros lugares e a sugestão estética em alta dos mercados, as características do que vai entrar nas salas de cinema e partir dele, tentar traçar o fluxo de consumo e perfil do público e não pelo espectador, pois ele não é fixo.

É preciso levar em consideração que ao longo da história do cinema no Brasil além do monopólio estrangeiro em relação às salas de cinema no país, houve uma diminuição

ostensiva dela devido aos custos de manutenção e de gestão. Para se ter uma ideia, por volta do ano 2000 a Cinemark, empresa privada da área somente em parque exibidor investiu 300 milhões de reais no Brasil, cerca de 1 milhão e meio por sala (WOOD, 2002). Este investimento, afeta diretamente nos custos dos ingressos e também interfere diretamente no tipo de produção audiovisual que será escolhida para exibição. A performance apresentada ainda é reflexo de um dos gargalos herdados da distribuição.

Pelo fomento estatal este cenário está mudando, de 2009 a 2015, houve um crescimento médio de 6% ao ano no número de salas de cinema no país. Da mesma forma, o comportamento de público e renda também cresceu, conforme nos mostra o observatório de cinema da Ancine, que faz acompanhamento semanal de público e renda dos filmes exibidos no país nas salas de exibição.

No entanto, temos a produção estrangeira tirando espaço da produção nacional é a performance dos filmes norte-americanos dominando nosso mercado interno. Um autor que pensa profundamente os efeitos da globalização Garcia Canclini (2007), já apontava que “passa-se a consumir ainda mais imagens e referências que não fazem parte do universo simbólico de um território”(p.158). É inegável que as produções americanas são referência em muitos aspectos. É uma indústria consolidada com pesquisas de audiência tentando adivinhar o que o público deseja ou direciona-lo para seus produtos de entretenimento. São produções tecnicamente sofisticadas, porém os conteúdos são discutíveis.

Em relação ao mercado externo pode-se dizer que a participação do Brasil na exportação de filmes tem sido pouco expressiva em relação a outros países. Além da questão de o idioma ser uma barreira natural e reduzir sensivelmente a audiência. Outra questão é que as produções nacionais não desenvolveram a expertise de produzir para o público estrangeiro ao longo do tempo, devido às dificuldades de se produzir primeiramente para o público interno. Portanto a exportação dos filmes ficou em segundo plano até recentemente com o aumento significativo do fomento por parte do governo federal para incentivo da cadeia cinematográfica.

Atualmente as produtoras tem buscado adaptar seus modelos de negócios de filmes ao mercado externo e os conteúdos ao público estrangeiro. O apoio do governo Federal a eventos como Rio Market produzem uma atualização dos produtores e realizadores brasileiros no que o mercado audiovisual mundial tem apresentado. Palestras com consultores, produtores, empresas de entretenimento de diversos países, e ainda rodadas de negócios que estimulam a exportação.

Existe ainda uma tendência de expansão de holywood global que consiste na aderência pactuada entre agentes do audiovisual brasileiro e americano nas co-produções assim como tem sido frequente a participação de profissionais da televisão em filmes americanos. Como o fomento estatal tem proporcionado experiências de co-produção cinematográfica através dos editais. Assim como os editais foram sendo adaptados segundo a perspectiva de ampliação da cadeia de produção e da desconcentração regional das produções. Estratégias como os editais por região, novos realizadores, produtoras estreantes ou pontuar mais os projetos que tenham produtoras que não estejam localizadas em grandes centros.

Acontece assim o fenômeno da descentralização de diversas etapas de produção de um filme que passaram a ser realizada, também além do eixo Rio de Janeiro (RJ) e São Paulo(SP). É neste sentido que a pesquisa vem pensar Bagé como um possível destino cinematográfico a fomentar desenvolvimento turístico e econômico. Se os municípios têm sido protagonistas no investimento para incentivo à cultura porque não fazer de uma linguagem artística como o audiovisual a alavanca da economia local.

Martin (2013) nos mostra que de acordo com o IBGE (2013) os municípios (prefeituras) se sobressaem em termos de investimento das políticas culturais com gastos em torno de 1,1% dos gastos públicos. Os municípios com ativos diferenciais poderiam se inserir na cadeia de produção do audiovisual e disso movimentar um desenvolvimento local.

Bento Gonçalves e Bagé são municípios que apesar de estarem distantes da capital já serviram de cenário para diversas produções audiovisuais e iniciaram um movimento cinematográfico mais amplo com a criação de Film comissions, o fomento de produções locais e criação ou fortalecimento de festivais de cinema. Neste sentido é o movimento que visa dar continuidade a ida de novas produções e estimular as regiões como destinos cinematográficos.

De forma indireta o setor turístico também é afetado positivamente pela produção cinematográfica. As locações como cenário de filmes materializando as historiam, dos personagens do roteiro acabam por influenciar o telespectador, de forma consciente ou não, conforme aponta o estudo do Ministério do turismo MTUR. O recente estudo do birô de turismo inglês Visit Britain, por exemplo, revelam que, 30% dos turistas que vão ao Reino Unido escolhem o País por sua exposição na mídia criando assim uma nova categoria de turistas, os chamados set-jettters assim como outros cases identificados como os dos Filmes senhor dos Anéis que atraíram 50 % de turistas após a repercussão mundial da trilogia. Sendo estes dois países identificados como destinos cinematográficos.

De acordo com a Agência Gaúcha de Desenvolvimento e Promoção do Investimento (AGDI) atrair produções cinematográficas a uma região movimenta a economia deste lugar através da movimentação direta de pessoas e serviços e posteriormente a atração de turistas a estes lugares que ficam no imaginário do telespectador, pois o cinema funciona como reforço de poderosos símbolos que podem influenciar a escolha do destino de turistas individual ou coletivamente.

### **1.3 Festivais do Brasil**

Durante muito tempo a alternativa de exibição e circulação de um produto audiovisual nacional foi através de festivais nacionais e internacionais ao considerar o longo período de ausência do Estado em fomento da atividade. Eles difundem a linguagem e têm promovido as culturas brasileiras. Deve-se observar que a contribuição não fica somente no âmbito da circulação. De acordo com o diagnóstico do setor, ao longo do tempo os Festivais vêm se diversificando e trabalhando temáticas relevantes ao desenvolvimento das sociedades, da mesma que fomentam um cenário de intercâmbio nacional e internacional.

Contribuem significativamente para o setor ao desenvolverem foros que ampliam a discussão mercadológica e de políticas públicas voltadas para o audiovisual. Fortalecem a cadeia cinematográfica e a sustentabilidade de negócios, estimulam através de diversas atividades a formação de público e movimentam a economia local ao gerar empregos e serviços.

Além de contribuírem no fortalecimento da produção de um cinema de autor, conhecido como cinema independente, filmes de produção de baixo orçamento e feitos com outras lógicas e arranjos produtivos. que de alguma forma resistem aos efeitos da indústria do audiovisual. Corroborando neste sentido Ruy (2016), nos fala sobre a conceituação de cinema independente, que também pode ser feita a partir do entendimento apresentado pelo ambiente regulador da atividade cinematográfica (Ancine).

O Diagnóstico Setorial 2007 / Indicadores 2006 apresenta dados relativos a aproximadamente 132 eventos audiovisuais.

### Fig Participação dos Festivais por Região do País

Quadro 5 – Participação dos festivais em capitais por região no Brasil

| Região       | Festivais em capitais | Festivais fora de capitais | Participação das capitais (%) |
|--------------|-----------------------|----------------------------|-------------------------------|
| Sudeste      | 39                    | 29                         | 57,35%                        |
| Nordeste     | 14                    | 6                          | 70%                           |
| Sul          | 8                     | 7                          | 53,33%                        |
| Centro-Oeste | 8                     | 3                          | 72,72%                        |
| Norte        | 9                     | 0                          | 100%                          |
| Total        | 78                    | 45                         | 100%                          |

Constata-se também que 63,41% dos festivais brasileiros são realizados em capitais e 36,59% realizado fora de capitais. Na região Sudeste observa-se que 42,64% dos eventos ocorrem em municípios que não são capitais, como demonstra o Quadro 5.

#### Fonte Diagnóstico dos festivais Brasileiros

Este foi o total de festivais que a pesquisa alcançou para o período e constituiu a base de dados das análises realizadas. Conforme os autores, esta iniciativa fez surgir informações com condições de auxiliar na construção de políticas públicas para o setor e nortear os apoios da iniciativa privada, pois são eventos dispendiosos que foram se segmentando pelo tempo e público.

No diagnóstico de Festivais os autores (LEAL, MATOS, 2007) observaram que ao longo de décadas houve crescimento significativo de festivais. Os festivais como espaço de celebração da própria arte se tornam referências culturais de calendários locais, criam mobilidade de pessoas, divulgam a produção nacional assim como o estimulam a geração de novos negócios. Que os mais antigos em sua maioria se concentram em capitais e se realizam com periodicidade regular.

Complementando o estudo, no interior do Estado do Rio Grande do Sul, dois municípios são referências; O festival de Cinema de Gramado em 44ª edição e o Festival internacional de cinema da Fronteira no município de Bagé que vai para a sua 10ª. Este Festival conforme aprofundamos na pesquisa de estudo de Caso tem proporcionado um fomento a formação de público pela sua programação assim como técnica a comunidade de Bagé, pois anualmente articulação política via Ministério da Cultura promove oficinas de

audiovisual para formação da comunidade. De certa maneira o festival mantém o interesse da comunidade de Bagé e região no campo cinematográfico.

#### **1.4 Experiências de Investimento Público em Pernambuco**

Apesar de haver um pensamento industrial ao longo da história do setor cinematográfico, a descontinuidade da participação do Estado promoveu iniciativas regionais e estimulou cadeias produtivas, mas não sedimentou uma indústria cinematográfica (COSTA, 2013).

A partir de 1992 com a reformulação da lei Rouanet este mecanismo de incentivo fiscal se tornou modelo de financiamento a cultura em muitas regiões. Sobre o assunto Gatti (2007), nos diz ser necessária a implementação de políticas públicas próprias dos governos Estaduais, que dão um fôlego à produção das regiões e criam condições para que discursos alternativos ao hegemônico. Pois ao mesmo tempo em que os governos regionais devem fortalecer a indústria brasileira do Audiovisual é necessário políticas para uma produção alternativa que de voz a cultura da região e consiga coexistir junto ao sistema dominante.

Produções que antes seriam realizadas apenas no eixo Rio - SP passam a acontecer em outros estados. Cresce o número de produções realizadas fora deste eixo o que impulsiona a cadeia cinematográfica de outros Estados em todas as etapas da produção.

As políticas de cunho regional sejam por leis de incentivo ou prêmios, proporcionaram a criação de centros de produção cinematográfica. Apesar de serem limitados em alcance e abrangência foram ao longo do tempo conseguindo realizar produtos audiovisuais e explorando temáticas diferenciadas do discurso cinematográfico dominante. O Governo do Estado de Pernambuco fomentou uma política cultural para o Audiovisual através de um investimento ao longo dos últimos cinco anos.

O estímulo aos produtores independentes tem se dado via editais públicos e prêmios no segmento do audiovisual, com algumas ações indiretas que repercutiram na cadeia de produção, com o intuito de criar condições de fruição do cinema regional e nacional. Aumentou em cerca de 500% o investimento público na área e tem impactado não apenas o desenvolvimento direto na área de produção tem sido possível perceber que outras áreas têm se beneficiado em retorno econômico.

O audiovisual por ser uma atividade coletiva, com diferentes áreas e profissionais envolvidos necessita de conhecimentos especializados, como a direção de arte com seus

estudos de época e restauro e a pós-produção, área em constante aperfeiçoamento dada as mudanças tecnológicas contínuas.

Pode se dizer de acordo com Costa (2013) que o ambiente onde nasce estas pequenas empresas favorece uma cultura empreendedora, que estimula a criação de outras empresas que complementem e inovem em serviços como geram competitividade.

No caso de Pernambuco acontece algo como um esquema de Brodagem (NOGUEIRA apud COSTA, 2013), onde acontece a troca de experiências e competências para a realização de projetos de baixo orçamento, cimentados num jogo de reciprocidades e interesses pessoais devido à escassez de recursos, os laços de interesses pessoais são necessários para a concretização dos projetos. Como aconteceu no estado do Rio Grande do Sul que tem a Casa de cinema como um exemplo de produtora que apresentou modelo de produção parecido com o de Pernambuco quando não haviam apoios do Estado.

Pode-se afirmar que o fenômeno da produção audiovisual em Pernambuco aconteceu de forma endógena ou seja quando a criação ou crescimento de empresas acontecem pelas forças internas do local. Este empreendedorismo regional pressupõe, necessariamente, uma coletividade, identificadas como partes implicadas (família, sócios, parceiros de negócios, etc.), de modo que o entendemos como um fenômeno sociocultural.

Segundo Costa (2013) ele difere de uma região para outra, portanto se deve considerar a organização e a relação com o meio, onde encontra, para seu desenvolvimento, capitais sociais que complementam os demais capitais (humano e financeiro). Identificam-se os chamados clusters, ou seja, uma como redes de firmas, especialmente em regiões não hegemônicas do país, como é o caso de Pernambuco (PFEIFFE, 2007), tem apresentado significativa relevância, pois emergem em contextos a margem do mercado cinematográfico.

No entanto não é possível afirmar que o desenvolvimento seja significativo do ponto de vista da lucratividade e da auto sustentabilidade no mercado.

A Secretaria de Estado do Pernambuco promoveu seminários em parceria com entidades representativas do setor, bem como realiza festivais de cinema na capital e no interior do estado (Festival de Cinema de Triunfo e Festival de Vídeo do Recife), por meio da Fundarpe, em parceria com os municípios. As atividades apontam para uma preocupação em fazer circular a produção regional e em formação de público.

De acordo com Costa (2013) o Funcultura tem um orçamento atual total de R\$ 33,5 milhões destinados à produção independente através de editais públicos, dos quais R\$ 11,5 milhões são direcionados para o Funcultura Audiovisual e o restante distribuído entre as 11 linguagens o que denota o reconhecimento e um maior fomento a esta linguagem.

Fig. Gráfico sobre crescimento do Fundo de Cultura do Estado Pe



Fonte: Manuela Costa

Ao longo dos anos, as subcategorias de audiovisual se diversificaram e contemplam praticamente todos os formatos, gêneros e elos da cadeia (longas e curtas-metragens de animação, ficção e documentário; produtos para televisão, na difusão; pesquisa e formação; desenvolvimento do cineclubismo).

Fig. Tabela de Projetos contemplados Funcultura

**Tabela 1 - Projetos Contemplados pelo  
Funcultura/Audiovisual (2007/2010)**

| <b>Projetos incentivados</b>       |            |
|------------------------------------|------------|
| Por categoria - 2007 a 2010        |            |
| Longa-metragem                     | 40         |
| Curta-metragem                     | 44         |
| Produtos para TV                   | 33         |
| Formação e Difusão                 | 44         |
| Incentivo à Atividade Cineclubista | 09         |
| <b>Total de projetos</b>           | <b>170</b> |

Fonte Manuela costa

A pesquisa sobre o estado de Pernambuco e o investimento no Audiovisual se ateve a um recorte temporal de 2007 e 2011 observou-se o desempenho dos investimentos na categoria de Cinema e Vídeo. Com base nisso, verificou-se que durante este período houve um aumento de



mais de 500%. O patamar atual de investimento contempla o valor idealizado pela categoria quando, através das entidades representativas mobilizadas, entregam ao recém-eleito Governador do Estado, Eduardo Campos, uma carta intitulada “Programa Pernambuco Audiovisual”, com propostas que incluíam diversas das sugestões. Muitas delas culminam na modificação do edital.

O crescimento no número de produtores parece ser diretamente proporcional ao crescimento inicial no volume de investimento estadual, o que por fim pode relacionar à oferta à demanda pública de cultura.

Fig Gráfico que representa o crescimento de produtores cadastrados Pe



Fonte Manuela costa

É comum o aquecimento do mercado e que este crescimento tende à estabilização. Os coletivos e grupos criativos tendem a constituir empresas formais.

É possível afirmar que o investimento do Estado de Pernambuco na área do audiovisual tem se mostrado um modelo para outros governos regionais. Ao se traçar um paralelo com o Rio Grande do Sul é possível identificar um cenário diferente, de políticas sazonais. Quando o governo de situação tem interesse efetivo e quando não tem em fomentar a cultura do audiovisual no Estado. Isto influencia diretamente no volume de produções e na performance no mercado audiovisual.

Por observação empírica, dado sua boa aceitação de crítica e assídua participação de filmes de longa-metragem pernambucanos em festivais, o investimento tem garantido um retorno de capital simbólico para a região. Torna potente a atuação dos agentes no mercado

audiovisual além do incentivo possibilitar a criação de experimentos estéticos e de linguagem, bem como a profissionalização do setor.

Embora o contexto não demonstre a existência de um mercado auto-sustentável, deve-se reconhecer que a projeção do cinema pernambucano através do investimento estatal tem gerado impactos diretos e indiretos sobre a oferta e a demanda. Conforme Manuela Costa é preciso criar condições para que o empreendedor Cultural implemente inovações de forma contínua, criando sua diferenciação de mercado. Para isso, as trocas de informação intensas entre os pares, no mercado regional e a colaboração mútua e as inovações tecnológicas incessantes do setor que viabilizaram novas formas de produção e fruição do produto audiovisual. Para que essa atuação não se restrinja a mais um “ciclo” com fim antevisto pelos profissionais, é preciso garantir que o investimento se torne um marco legal, para que a política se torne de Estado e não de governo.

### **1.5 Experiências de Investimento Público em Paulínia SP**

Em 2005, a Secretaria de Cultura de Paulínia começou uma revolução na área cultural da cidade. Foi o ano em que começou a se desenhar o Polo Cinematográfico de Paulínia e teve início a construção do Theatro Municipal de Paulínia. Paulínia e a região metropolitana destacam-se no país por possuírem possuem uma arrecadação de impostos alta, provenientes das petrolíferas, algo ímpar. Estes investimentos tornaram possível a administração pública criar políticas e programas para o setor cultural contando com a arrecadação e com parcerias de empresas privadas de grande porte situadas na região.

Reconhece-se que como iniciativa Paulínia Magia do cinema é um projeto potente e ímpar no cenário nacional. O projeto nasce da somatória de articulação política e da arrecadação de impostos, que favoreceu o altíssimo investimento na região. Percebeu-se claramente a escolha política da indústria do audiovisual como geradora de empregos e renda no estímulo ao desenvolvimento regional para Paulínia e região metropolitana. Analisou-se a legislação municipal criada para incentivos fiscais para o polo cinematográfico e continuidade do projeto Magia do cinema.

O município investiu o montante de aproximadamente 500 milhões no polo cinematográfico através da administração pública e por empresas privadas visando fomentar a produção audiovisual e movimentar a economia da região. De acordo com a lei municipal 2837 de 2006 a gestão pública criou o fundo municipal de cultura que estabeleceu um

percentual de renúncia fiscal de 10 % do IPTU e do ISSQN da receita proveniente, sendo o fundo a fonte de recursos que financiará projetos culturais em até 100% (cem por cento) do valor orçado, mediante prévia aprovação por comissão especialmente designada para esse fim.

A Lei Orçamentária Anual destinaria recursos ao Fundo Municipais da Cultura - FMC, no valor mínimo correspondente a 0,5% (cinco décimos por cento) da receita líquida do Município. Sendo estimado na Lei de Diretrizes Orçamentárias, o limite do montante dos recursos destinados à Renúncia de que trata esta Lei, bem como o cumprimento das condições exigidas pela Lei de Responsabilidade Fiscal quanto à renúncia de receita, em particular, quanto à estimativa de impacto orçamentário-financeiro.

Os incentivos fiscais municipais e os editais públicos criados pela prefeitura de Paulínia em uma articulação política ressaltavam o entendimento do poder público como sendo a cultura um vetor de desenvolvimento econômico através da indústria do Audiovisual. Conforme Camila Pacheco (2013), o modelo de negócios foi inspirado nos polos de Melbourne na Austrália (editais e incentivos) e pelos estúdios na Espanha revela-se uma das maiores iniciativas de âmbito municipal em investimento público com seus grandes Estúdios, equipagem e equipe técnica qualificada para a produção Audiovisual.

Produtores locais e de fora estavam aptos a participar nos editais desde que selecionados pelo edital municipal sigam regras de investir 40% do valor captado no município de Paulínia e utilizar equipe local. Os Estúdios já foram utilizados para a produção de longas metragens reconhecida nacionalmente assim como, internacionalmente.

Em 2009, mesmo com trocas na administração na Prefeitura de Paulínia e em sua Secretaria de Cultura houve continuidade de todos os projetos. Foram construídos cinco estúdios com escritórios, incluindo um estúdio de animação, para atender ainda melhor os produtores e diretores. A nova estrutura englobava ainda um departamento de Film Commission, responsável por atrair novos projetos ao Polo; o Espaço Cultura (escola de formação profissional); e o Theatro Municipal de Paulínia. Em 2011, o Polo se torna uma realidade consolidada, graças a quatro editais, 40 longas-metragens foram rodados em Paulínia com o auxílio do patrocínio gerando centenas de empregos e movimentando milhões de reais na cidade.

No entanto em 2012, a Prefeitura cancelou o Festival de Cinema de Paulínia, devido a contenção de despesas. O festival vinha sendo a principal vitrine para o complexo, tinha um orçamento de R\$ 10 milhões de reais e contava com o apoio da iniciativa privada pela lei Rouanet, porém não conseguiu captar. O prefeito José Pavan Jr alegou que este valor seria

investido na área social. Sem investimento público e com o fluxo de produções diminuindo a situação do polo Cinematográfico se torna crítica, alguns espaços internos ficam sem manutenção.

O incentivo fiscal por si só não resolve a questão de auto, sustentabilidade do complexo audiovisual e dos outros projetos conectados a ele. A gestão administrativa demonstrou incapacidade, necessitando de uma reorientação de estratégia, em uma gestão mais planejada. No momento as dificuldades ainda são muitas e envolvem um jogo de interesses políticos e institucionais que não parecem se resolver logo enquanto acontece o desgaste de prédios e falta de manutenção de equipamentos.

A atual gestão está sendo investigada por improbidade administrativa o que pode comprometer a promessa de reativar o Polo em sua totalidade, via leis de incentivo à Cultura do governo Federal e parcerias com o setor privado para atrair investimentos.

Em meio a uma crise administrativa, o polo de Paulínia é uma realidade ímpar em investimento público e privado em cultura, que teve como vontade política fazer do audiovisual um motor de desenvolvimento regional. Contudo vem demonstrando se pouco sustentável, necessitando de uma gestão mais assertiva e revelando que o financiamento não garante um empreendimento cultural bem sucedido.

## **CULTURA E DESENVOLVIMENTO**

A Cultura pela perspectiva antropológica consiste na produção de bens materiais e simbólicos pelos povos no tempo. Envolve processos identitários, de diversidade e pertencimento (Rubim). Nesta visão, as discussões em torno da diversidade ganham força. Em diversas conferências da UNESCO, a questão da Diversidade tem sido pauta. A organização entende que os governos precisam trabalhar a temática em suas agendas, pois a diversidade reconhece a diferença, eleva a estima dos povos, gera desenvolvimento e pode reforçar o apaziguamento entre os povos. Na busca pelas identidades, agora descentradas (Hall, 2011) emerge as diferenças e a política governamental precisa mapear e dar conta desta diversidade.

Na perspectiva da UNESCO a cultura é transversal e tem relação intrínseca com o desenvolvimento. O fórum ocorrido 1999 do Banco interamericano de desenvolvimento (BID) traz contribuições acerca de um novo entendimento de desenvolvimento, leva em consideração os grupos nos espaços que estão circunscritos. Desenvolver um território não

significará somente construir obras de saneamento, estradas, habitação, urbanização, mas, sobretudo, dirá respeito às formas de envolvimento e relacionamento dessas comunidades com essas intervenções. (LEITÃO, 2013).

Assim como o desenvolvimento cultural não está ligada a progressão ou evolução, pois a produção cultural refere-se à transformação nos indivíduos, na sociedade com diversidade, sem equiparar ou criar distinção de valores e quantidades dos tipos de produção. (COELHO, 1997).

Conforme Leitão (2013), as políticas de cultura podem contribuir para a construção de um “desenvolvimento com envolvimento”, entre as comunidades e seus territórios. Inúmeros programas, projetos e ações de intervenção territorial tornaram-se absolutamente ineficazes, no momento de sua aplicabilidade e aceitação, por serem dissociados dos imaginários e das representações sociais das populações para quem os mesmos eram destinados.

Martinell (2014) aponta que as políticas culturais devem ser ações planejadas e executadas por um conjunto de agentes plurais, onde não necessariamente o financiamento é a garantia de bons resultados, não necessariamente grandes orçamentos originam ações relevantes. Reporta-nos que a administração pública deve estar em diálogo com os processos sociais e criativos dos grupos circunscritos em seu território. Se for analisar a quantidade de investimento público mal aplicado pelos gestores público do país em programas e projetos, faz todo o sentido esta afirmação, já que ao longo do tempo se demonstraram ineficazes. Vários projetos, outrora, foram formatados visando uma cultura brasileira quando se sabe pelos estudiosos das ciências sociais a existência de múltiplas culturas brasileiras.

Segundo Alfonso Martinell a gestão cultural gerência um projeto ou um setor com uma lógica distinta, pois percebe a complexidade do campo e ficam atentas aos matizes, as diferentes formas de viabilizar um projeto no âmbito da cultura, respeitando o processo.

Na era da globalização e das sociedades em rede, surgem múltiplos discursos indentitários e nem sempre nestes processos culturais de transformação, criação, difusão e apropriação se produzirão grandes sinergias no corpo social (LEITÃO, 2013).

## 2.1 Gestão Pública e Cultura

A gestão pública para a cultura deve ser capaz de interpretar os processos sociais no entorno e buscar se relacionar com ele. É preciso que a gestão se situe. É necessário elementos como adaptabilidade, contextualização e interpretação. A vontade política é indispensável para auxiliar o desenvolvimento de uma comunidade, capacitar as pessoas do lugar, dando condições a elas de se desenvolverem e conseqüentemente sua região.

Existem diferenças na forma clássica de administração pública e de se administrar ou gestão da cultura. A administração clássica dentro da lógica neoliberal refere-se diretamente a valorização dos resultados dos tangíveis e a gestão da cultura refere-se à valorização do processo em si e trabalha com intangíveis, porém mensuráveis (MARTINELL,2014).

No planejamento de gestores públicos nas esferas federais, estaduais e municipais para a alocação de recursos para a cultura se faz necessário Santana e Souza (2003) destacam a relevância do mapeamento da cadeia de produção, investimento e construção de indicadores no tratamento da economia da cultura, sendo imprescindível considerar diversas variáveis.

Conforme Martins (2013) um indicador cultural pode ser visto como um tipo de indicador social, uma medida geralmente quantitativa, carregado de significado social, utilizado para substituir, quantificar ou operacionalizar um conceito, de interesse teórico ou programático.

Existe um déficit de indicadores culturais no Brasil, um problema pela parca disponibilidade de informações prejudicando a construção das políticas culturais. Observa-se a necessidade de investimento governamental das diversas esferas para a criação de indicadores culturais e sua continuidade além das gestões.

Quando se trata de Políticas Públicas para a cultura algumas variáveis podem vir a ser determinantes a ponto de afetar o tipo de política cultural de incentivo a ser implementada. Essas variáveis têm sido observadas a partir de vários estudos (MARTINS, 2013) outras obtidas através do IBGE e suplemento da Munic.

Ricardo da costa nos traz que são diversas variáveis que impactam na produção e na economia da cultura. As variáveis sociais como o nível de escolaridade dos profissionais de cultura, o tamanho da população jovem (até 25 anos) e suas condições econômicas tendo como fonte a Rais. O desenvolvimento do capital humano que pode refletir positivamente no consumo de cultura pelo processo de depuração do gosto, assim como a existência de equipamentos culturais e a distância média entre cidades é estatisticamente significativa na

explicação das diferenças dentro e entre os municípios, ou seja, percebe-se a existência dos efeitos “acesso aos aparelhos culturais” e “vizinhança”. Estes dados influenciam no tipo de investimento em cultura na produção e no consumo cultural de acordo com Rössel e Weingartner (2015).

As variáveis políticas referem-se aos ciclos partidários, o valor do chamado alinhamento político dos partidos dos gestores municipais e estaduais com o governo federal de situação e quanto esses fatores podem influenciar ou fazer diferença nas articulações e repasses de recursos (COSTA, 2013). Em uma linguagem artística como o audiovisual por exemplo em algum momento deste processo de produção, distribuição e fruição do produto cinematográfico incide claramente a influência ordem político-partidária, que orientam as decisões governamentais quanto à alocação quantidade e natureza de recursos na área (COSTA, 2013).

Em relação às variáveis econômicas têm-se como fontes de financiamento para a cultura recursos diretos que podem ser previstos no orçamento público ou via incentivo fiscal Imposto de Renda, ICMS, IPTU para projetos culturais.

## **2.2 Os Municípios**

Desde a Constituição de 1988, maior autonomia foi atribuída aos municípios nos processos de gestão e procedimentos de elaboração das políticas públicas de cultura. Os municípios brasileiros foram outorgados como novas centralidades de execução de políticas sociais, tendo em vista a consideração estratégica da “proximidade do cidadão com o governo local”. Ou seja, desde o período citado, a descentralização da gestão de políticas sociais se tornou um marco institucional no país. (BARBOSA apud BORGES, 2013).

Nesse contexto, o município como protagonista consolidou-se como uma escala política importante (AZEVEDO, 2012), pois passou a ser reconhecido como um ente federativo com grande autonomia na tomada de decisões; passou a exercer novas funções e papéis políticos. Mas a descentralização de recursos financeiros não se deu de forma proporcional.

A municipalização não é apenas expressão de uma reforma do Estado para reduzir custos e se certa maneira transferir a responsabilidade do Estado na garantia de serviços de direito dos cidadãos. É necessária para criar uma governança pautada na participação e democratização da coisa pública integralizando atenções ao cidadão com desenvolvimento local. (CARVALHO apud BORGES, 2006).

Na esfera da Cultura quando houve o período de desmonte do ministério da cultura durante o governo do presidente Fernando Collor de Mello, o governo federal em questão se omitindo assim de um papel mais propositivo nas temáticas do setor, o que caracterizou uma evidente retração de sua ação (estatal) ficando evidente a transferência de responsabilidade aos Estados e Municípios deixando ao encargo destes o seu fazer cultural.

Neste período surgem fenômenos de protagonismo de alguns Estados e Municípios que propuseram programas de financiamento a Cultura. Foi o caso registrado “em São Paulo, Rio de Janeiro (nestes dois, município e estado), Aracajú, Distrito Federal, Paraíba, Acre, Mato Grosso, Londrina e Vitória” (MARSON, 2010, p.50-53). Alguns casos de prêmios e outros semelhantes à Lei Rouanet como o caso da Lei Mendonça em São Paulo, e o Faz Cultura, na Bahia.

No entanto, ao recorrerem às lógicas das leis de incentivo, estes governos ajudaram a consolidar no imaginário brasileiro de que o Estado não deveria ser o responsável direto pelo financiamento da cultura (RUBIM, 2011).

Mesmo sendo iniciativas regionais estes movimentos ajudaram a diversificar a produção cinematográfica brasileira. Conforme Gatti (2007, p.46) a “implementação de políticas públicas próprias dá um fôlego à produção regional e criam condições para que discursos alternativos ao hegemônico consigam coexistir junto ao sistema dominante”.

Esta confluência entre as necessidades sociais e culturais da população, as práticas das administrações municipais e o impacto econômico dessas práticas criam um cenário que requer instrumentos e guias de ação para os municípios às políticas culturais. A falta da construção de indicadores culturais ao longo do tempo dificultou a análise macro e também micro para orientar e apontar as ações políticas, ou seja, onde se situavam as maiores demandas e fazer o acompanhamento das ações pós-identificação dos problemas.

Indicadores culturais servem para gerar controle social na política e assim como fomentar a economia da cultura. Conforme Martins (2013) é possível construir estes indicadores norteadores de políticas públicas a partir dos dados do Tribunal de Contas do RS, como apoio à sociedade, no controle social e para perceber o impacto econômico da cultura.

Os municípios são a escala política mais próxima dos cidadãos, nessa escala local em que ocorre o exercício concreto da cidadania, pois é nele que as políticas públicas se concretizam (BORGES, 2015).

De acordo com o IBGE (2013) os municípios (prefeituras) se sobressaem em termos de investimento das políticas culturais com gastos em torno de 1,1% dos gastos públicos, que dinamiza a economia da cultura, a partir do entendimento que este gasto realizado pela



prefeitura, em um conjunto fixo de políticas públicas, aponta com precisão as preferências alocativas dos atores sociais (MARTINS, 2013).

Fig. Gráficos do protagonismo do Municípios

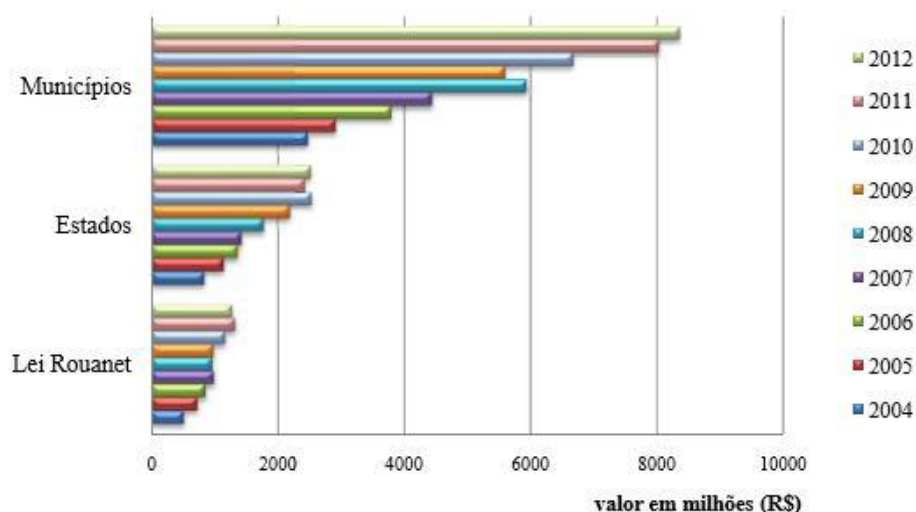


Figura 6 – Investimento cultural anual dos governos estaduais, municipais e lei Rouanet  
Fonte: elaboração própria a partir dos dados do Salic-net (2015) e FINBRA (2015).

Fonte: RICARDO ANDRÉ DA COSTA

É entendendo esta autonomia de investimento dos municípios que os escritórios de film comissions se revelam estratégias de desenvolvimento com potencial de fomentar uma economia local alternativa. Estes escritórios se destinam a captar, coordenar e servir de agente facilitador para produções audiovisuais nacionais e internacionais na cidade nas áreas de cinema, publicidade, documentários e novelas, entre outras, promovendo os municípios ou regiões para essas atividades.

Ao aprofundar a pesquisa em termos de políticas pública para o segmento em nível federal não existe até o momento reconhecimento da atividade através de um marco regulatório para estas organizações que contribuem ativamente para o audiovisual brasileiro. A falta de destinação orçamentária também dificulta a adesão de outros municípios assim como a manutenção dos que já aderiram.

Estratégias de regiões com potencial de se tornarem destinos de produções cinematográfica e assim participando da cadeia de produção da indústria do audiovisual para seu desenvolvimento pode desencadear em algum grau um êxodo urbano. Com proposta de qualidade de vida associadas a criatividade onde as regiões começam fluxo de produção cultural com condições, torna-se um destino interessante para classe criativa viver. Florida (2010) já havia apontado que iniciativas da gestão pública combinada a sociedade civil, o Pib per Capito de uma região, as condições de infraestrutura e aparelhos culturais interfere nas escolhas dos profissionais criativos em viver como também estas condições influenciam os agentes criativos na organização da cultura.

### **2.3 Film Comissions**

Um dos principais objetivos da nova Lei 12.485/2011 é aumentar a produção e a circulação do conteúdo audiovisual brasileiro nos canais de TV paga. Iniciativas estaduais e municipais de criação de Film Commission, denominação reconhecida internacionalmente de um escritório de apoio à produção audiovisual vem dar suporte a crescente descentralização das produções audiovisuais contribuindo na organização das produções nos locais.

Os escritórios além de oferecerem serviços gratuitos de apoio logístico e facilitação de autorizações de filmagem de todo tipo de conteúdo audiovisual, tem como objetivo atender de forma eficiente a produtores e ao mesmo tempo promover a cidade ou Estado como destinos privilegiados para filmagens.

O suporte se dá através de um banco de dados reúne conteúdo e imagens com características de cada locação, o cadastro de prestadores de serviços e equipamentos contatos de entidades governamentais e equipe técnica, como produtores, atores e outros detalhes sobre clima, informação sobre mecanismos de incentivo entre outros assuntos.

De acordo com os dados da Rede Brasileira de Film Comissions – REBRAVIC, existem 25 FC's espalhadas pelas cinco regiões do país, sendo nove formalmente constituídas e dezesseis em processo de implantação. Todas elas contribuem para o desenvolvimento da indústria audiovisual e a geração de empregos.

A capital do Rio Grande do Sul possui um escritório de apoio a produção Audiovisual. Criado através de decreto a criação de Porto Alegre Film Commission, a organização destina-se a captar, coordenar e servir de agente facilitador para produções audiovisuais

nacionais e internacionais na cidade nas áreas de cinema, publicidade, documentários e novelas, entre outras, promovendo o destino Porto Alegre para essas atividades e fomentando o turismo cinematográfico local com vistas a incrementar o desenvolvimento do setor no Estado e dar suporte para a geração de novos negócios. No ano de 2015 houve adesão de 24 municípios gaúchos, no entanto houve fechamentos.

A nível federal não existe até o momento reconhecimento da atividade, um marco regulatório para as film commissions e a falta de destinação orçamentária dificulta a adesão de outros municípios e assim como a manutenção dos que já aderiram. Tem reconhecimento o caso internacional de Film Commissions do México pois se torna relevante no sentido de oferecer uma visão diferente podendo contribuir aos escritórios brasileiros. O Instituto Mexicano de Cinematografia (IMCINE) criou a primeira Comissão Nacional de Filmagens (Conafilm) do país há 22 anos e, desde então, foram criadas e mantidas mais de 30 Film Commissions estatais e municipais.

Neste sentido, tanto no México, quanto no Brasil, independentemente se são estatais ou municipais, dos diversos enfoques como turismo, fomento, cultura e economia, o critério fundamental para o seu funcionamento é que sejam organismos governamentais sem fins lucrativos, cujo objetivo central é fomentar o setor cinematográfico e audiovisual, atraindo investimentos nacionais e estrangeiros, e promovendo a infraestrutura audiovisual. Além disso, devem ser capazes de regular o uso das vias e espaços públicos, ou, conforme o caso, coordenar e administrar juntamente com as autoridades responsáveis, como a polícia local, a companhia de engenharia de tráfego, os bombeiros, a defesa civil etc. A coordenação é da Comissão Mexicana de Filmagens (Comefilm) da situação jurídica, institucional e financeira das Film Commissions no México.

Como parte da sua estratégia de mapeamento das Film Commissions no Brasil, a REBRAVIC pretende seguir o exemplo do México com uma pesquisa e mapeamento de todas as FC's brasileiras. Ao contrário do México, no Brasil, o setor de Film commission ainda não conta com um compromisso de apoio por parte do governo federal.

Um exemplo internacional bem-sucedido de desenvolvimento atrelado ao Audiovisual é do continente Africano, que segue o fluxo das vantagens de descentralização de filmagens.

Os países africanos possuem uma infra-estrutura de alto nível tecnológico apesar de ter também problemas semelhantes aos brasileiros como o fator segurança, por exemplo. No entanto encontra-se muito melhor posicionado na hora da escolha, especialmente por ter se organizado competitivamente a partir do início da década de 90. O crescimento do setor e da demanda internacional incentivou o governo a construir, em parceria com o setor privado, um

enorme complexo de estúdios para atender a indústria cinematográfica do país: a Dreamworld Film City, perto da Cidade do Cabo. Muitos são os benefícios encontrados por produtores ao buscar desde o ambiente exemplar de organização on-line oferecido ao mercado global, até os esperados mecanismos de incentivo, desde empreendedores e estrangeiros com interesse de investirem na indústria do audiovisual local. Existem vários sites oficiais e de film commissions que disponibilizam todo tipo de informação relevante ao produtor internacional. Bancos on-line de proporções gigantescas facilitam a oferta das locações sendo possível até fazer uma peregrinação virtual pelas paisagens e cenários rurais, urbanos.

Outro exemplo bem-sucedido é a Bento Film Commission que está em funcionamento desde 2010 e já captou para a região de Bento Gonçalves mais 27 produções audiovisuais. A cidade também possui áreas cobertas que podem servir de locações de filmagens como o Parque de Eventos, que conta com pavilhões que somam 58.000 m<sup>2</sup> cobertos e climatizados. A experiência é considerada bem sucedida devido a este escritório ter uma boa presença online, disponibilizando diversas informações e estar conectada a articulação política, institucional com a comunidade e com o trade turístico.

### **3 ESTUDO DE CASO BAGÉ**

Os filmes são produtos culturais, para realiza-los são necessárias habilidades técnicas e artísticas para registrar de forma ficcional ou documental a ação do homem e suas histórias no tempo. Orlando Senna (2002) nos diz que a experiência de assistir filmes promove em nós uma dualidade. É uma experiência de assimilação individual de um produto resultado de diversas linguagens artísticas feito em coletivo.

Os conteúdos ampliam nosso olhar, nos leva a descobertas sensoriais, geográficas e de histórias tão distantes de nossa realidade que podem gerar confronto, estimular o senso crítico e nos impulsionar a repensar nosso lugar no mundo. No entanto como dissemos são produtos culturais e está sujeitos a dinâmica da indústria audiovisual. Sobre esta dinâmica pode se destacar a interferência da lógica do mercado na produção artística. Novamente esta lógica exige que um filme seja competitivo e gere lucros, sendo pensado para transitar em mercados locais e transnacionais.

Dados atuais da Agência Nacional do Cinema (ANCINE) e do observatório de cinema demonstram um crescimento relevante na área cinematográfica. De acordo com a Agência

Nacional de Cinema (Ancine) e do estudo de Sinergia e Desenvolvimento entre as Indústrias do Turismo e do Audiovisual Brasileiro” (MTUR, 2007), o setor de audiovisual movimentou mais de R\$ 16 bilhões.

De forma indireta o setor turístico também é afetado positivamente, as locações como cenário de filmes materializando as histórias ou até como um dos personagens do roteiro acabam por influenciar o telespectador, de forma consciente ou não, conforme aponta o estudo do Ministério do turismo MTUR. O recente estudo do birô de turismo inglês Visit Britain, por exemplo, revelam que 30% dos turistas que vão ao Reino Unido escolhem o País por sua exposição na mídia criando assim uma nova categoria de turistas, os chamados set-jettters assim como outros cases identificados como os dos Filmes senhor dos Anéis que atraíram 50 % de turistas após a repercussão mundial da trilogia.

De acordo com a Agência Gaúcha de Desenvolvimento e Promoção do Investimento (AGDI) atrair produções cinematográficas a uma região movimentou a economia deste lugar através da movimentação direta de pessoas e serviços e posteriormente a atração de turistas a estes lugares que ficam no imaginário do telespectador pois o cinema funciona como reforço de poderosos símbolos que podem influenciar a escolha do destino de turistas individual ou coletivamente.

Bento Gonçalves e Bagé são municípios que apesar de estarem distantes da capital já serviram de cenário para diversas produções audiovisuais e iniciaram um movimento cinematográfico mais amplo com a criação de Film comissions, o fomento de produções locais e criação ou fortalecimento de festivais de cinema. Neste sentido estes movimentos que fortalecem políticas culturais locais e contribui para a continuidade de novas produções serem captadas ou produzidas nas regiões tornando-as destinos cinematográficos.

### **3.1 O Movimento Cinematográfico**

A cidade de Bagé no interior do Rio Grande do Sul, no Pampa gaúcho vem acumulando experiências em servir de locações para produções audiovisuais. Para que este fluxo de produções se realizasse na região verificou-se empenho nas articulações políticas, institucionais, de agentes do setor e da comunidade.

Dentre as diversas produções audiovisuais com alcance de público podemos citar; curtas e longas metragens, minisséries, documentários, programas televisivos e institucionais de empresas como Natura. No município de Bagé pode se destacar as filmagens de os curtas metragens *O Sabiá* (Zeca Brito 2010), *O cerco* (Federico Bonani 2013),

*La torre alma terra e Sangue (Adriana Gonçalves 2014)*, para os longas metragens *O guri (Zeca Brito 2010)*, *Até o caminho (Davi pretto 2016)*, *O Tempo e o Vento (Jaime monjardim 2014)*, para a minissérie *A casa das Sete mulheres* e para o documentário *Guerra do Paraguay - A Nossa grande Guerra*.

Diversos elementos demonstram o potencial da região e sua capacidade de atrair produções cinematográficas dentre eles as paisagens, edificações históricas, elenco artístico com experiência na área fílmica, prestadores de serviços com valores abaixo do mercado, como também a realização de um Festival de cinema que estimula a proximidade de profissionais da área com a comunidade e esta com o cinema.

De acordo do produtor cultural e ex-secretário de cultura, Sapiran Brito, enquanto fez parte da Gestão de Dudu Colombo (PT) como secretário de cultura, estabeleceu como política o trabalho no campo do audiovisual procurando criar uma política governamental de apoio e fomento. Com a criação de uma Film Commission e a realização de um programa de 27 oficinas de cinema com apoio da secretaria nacional do audiovisual (MINC) "é de importância vital o esforço, a vontade política e contínua da gestão pública, pois a municipalidade além de divulgar a cidade, mesmo distante de grandes centros tem condições de oferecer equipamentos e pessoal para as produções. O empresariado também participa patrocinando ou fazendo doações".

Referiu-se que uma das vantagens está no estímulo a geração de renda no município, considerando que a mão de obra local é bem mais barata que nas grandes capitais. "Assim como a comunidade tem participado ativamente colaborando na cedência de casas, fazendas, moveis, gados, cavalos, adereços objetos, acervos".

Por outro lado gestora cultural e atriz Eliane Simões Pires que esteve na coordenação do acervo de figurinos durante as filmagens do *Tempo e o Vento* reafirma a importância da vontade política dos dirigentes do poder executivo e enfatiza que o ideal é que se tenham ações sedimentadas em uma perspectiva mais ampla, aponta que a articulação deve ser "um trabalho transdisciplinar envolvendo as áreas de educação, turismo, cultura, as Universidades e Instituições afins e material humano, ressalta que se faz necessário em primeira instância conciliar a rede de agentes culturais locais".

Em relação ao mercado cinematográfico Eliane identifica que os projetos estão ao sabor do mercado econômico e seus interesses de Marketing. Aponta sobre reeducar e redirecionar nosso olhar, com absoluto refinamento para o local. Martinell (2014) afirma sobre a importância real da cultura para as sociedades é que o importante são as pessoas, pois a cultura nasce delas e é elas o foco das políticas culturais.

Eliane afirma que se deve buscar projetos e linguagens que venham suprir essa cultura importada de outras pátrias, que tem como propósito estabelecer vínculos com a cultura material e principalmente a imaterial de nossa sociedade. Neste ponto a produtora refere-se a resistência e preservação de tradições materiais e imateriais de Bagé.

Ambos Sapiran Brito e Eliane Simões gestores culturais atestam que a presença de uma equipe cinematográfica movimenta a engrenagem da economia, o comercio vende mais e o setor de serviços hotéis, bares transportes, restaurantes tem a sua renda aumentada bem como os demais segmentos de profissionais liberais, prestadores de serviços e operários.

Os entrevistados expõem a fragilidade de se manterem ações positivas ao longo do tempo em virtude das trocas de gestão, apontam que se faz necessário a compreensão da cultura como base do desenvolvimento econômico. Registram a importância de uma política cultural que promova a cultura política da cidade, para que se consiga estabelecer relações construídas visando fortalecer o município de Bagé como um possível destino cinematográfico.

Em relação à experiência de propriedades rurais como set de locações e/ou hospedagem Ricardo de Souza Lopes Proprietário da Pousada Chácara das Roseiras em Bagé aponta a importância da vinda das produções “... é bom para formar experiência no ramo”. Elege como características atrativas as belezas e o colorido do Pampa Gaúcho. Afirma ter sido rica a experiência de receber e hospedar a equipe de produção e elenco da rede Globo, durante as filmagens de O Tempo e o Vento. Entretanto coloca que a política pública para o ramo turístico deveria estar mais capacitada para auxiliar e que isto tem atravancado o setor. No entanto atesta que com certeza a região tem potencial para receber as produções.

O legado deixado pelo projeto O tempo e o vento, a cidade cenográfica possui um já comprovado potencial de atração turística. Após as filmagens, a locação recebeu durante um período de aproximadamente um ano turistas de diversos lugares para visitaçao. No sitio eletrônico do ministério da cultura a cidade Cenográfica sediada no Parque do Gaúcho remontou o período histórico do livro de Érico Veríssimo para a locação de O Tempo e o Vento e aparece como referência de um atrativo cultural e turístico.

O prefeito Eduardo Colombo em entrevista a revista Papo de Cinema explicou o empenho que sua gestão empregou na articulação do Rio grande do Sul através do representante do Estado, o secretário da Agricultura, Pecuária e Agronegócio, Luis Fernando Mainardi junto ao secretário de turismo do Estado gaúcho da época Luis Augusto Lara em atrair o projeto para o Sul.

Um gestor público de cultura deve refletir nos termos de viabilidade para o desenvolvimento de programas ou projetos específicos. Das condições de material humano, conhecimento das capacidades e em termos de estrutura. Sendo necessário se fazer um estudo de impacto ( MARTINELL,2014). Algumas variáveis foram importantes para alguns projetos culturais e sociais fossem implementados.

No âmbito político também se verifica a existência de uma articulação das gestões prefeitura PT, Governo Federal também do PT o que de certa maneira poderia ter favorecido o cenário. A articulação política via Ministério da Cultura para formação da comunidade como alguns investimentos via empresariado para alguns filmes rodados.

No âmbito Social e cultural verificou-se que a gestão municipal promoveu oficinas de formação nas diversas áreas do cinema para estimular o fomento das produções locais e de fato geraram impacto positivo, pois diversos egressos destas oficinas participaram de mostra competitiva com documentários que foram premiados como; “Quileiros” e “Narradores de Bagé”. O intuito das oficinas também visava preparar mão de obra para produções de fora, tornar Bagé além de um polo cultural, um eixo para produções audiovisuais assim como estimular o turismo através das locações como destinos cinematográficos.

Por último a produção cultural local ainda que esparsa tenha dificuldades de se desenvolver por falta de planejamento dos gestores públicos. A gestora Eliane Simões coloca que “na região quase não existe investimento nesta área e os patrocínios acontecem só com produções de fora, no interesse externo, para que aqui ocorra alguma ação, as pequenas ações que ocorrem esporadicamente se dão por algum pequeno projeto ou ações educativas, pontuais sem continuidade, aqui o mercado pode ser definido como publicitário.”

### **3.2 Política cultural**

De acordo com Gladimir Aguzzi Assessor Especial, do atual Prefeito de Bagé Divaldo Lara, é importante que a cidade não tenha apresentado na última década uma Política cultural com programas estabelecidos.

Tem observado que as gestões anteriores tem apoiado ações culturais de agentes mas sem ter seus próprios projetos. Ressalta que recentemente a cidade passou a integrar o Sistema Nacional de Cultura, uma política nacional, reconstituindo o Conselho Municipal de Políticas Culturais e tornando realidade o Fundo da Cultura.



Na perspectiva da atual gestão, identifica-se que a cultura de Bagé tem dois viés, vocação e tradição e esta se procurando trabalha-las concomitantemente, pois busca-se enaltecer festas e iniciativas advindas do anseio popular como a Semana Crioula Internacional, Festa do Churrasco, Moto-encontro, Festival de Cinema da Fronteira, Festival Internacional Música no Pampa, Descida do Camaquã. Ao mesmo tempo em que, nas áreas de artes plásticas e história, existem propostas em andamento para se trabalhar com o resgate histórico material e imaterial.

No âmbito do Audiovisual Gladimir reconhece a força que a indústria do Audiovisual tem potencial de movimentar uma economia, porém interpõe que dependerá do tipo de produção em questão e coloca que para discorrer sobre o impacto no município de Bagé precisaria se fazer um estudo mais aprofundado do assunto.

O assessor lembra-se das dificuldades para as produções, gerados pela própria distancia geográfica dos grandes centros. No entanto reforça que a natureza é forte um atrativo. Gladimir coloca que o fato de se estar numa região atípica. Com uma vegetação pampeana, um paralelo e clima que propiciam a luminosidade que encanta artistas visuais. Indica que o apelo natural também pode influenciar nas decisões. Também ressalta que a gênese da população local uma mistura de portugueses, espanhóis, índios charruas que atualmente constituem o povo Uruguaio também pode ser um diferencial, na tipologia e nas histórias a serem contadas. No entanto aponta que a prefeitura ainda esta em fase de adaptação e sua projeção para uma politica cultural mais assertiva precisara de mais tempo, para que se mensure um orçamento real para ser destinada a pasta da cultura e a partir daí potencializar diversos projetos.

### **3.3 Orçamento Público**

Para entender o investimento em cultura solicitei repasse para a pasta da cultura nos últimos anos assim como a arrecadação de IPTU e ISSQN . Os dados na secretaria da Fazenda revelaram que o município esta com receitas deficitárias já há quase 10 anos. No presente, o objetivo segundo o assessor da pasta Cristiano Ferraz é cumprir com as obrigações previstas em lei referentes aos 25% da arrecadação com saúde e 15 % com educação e com a folha de pagamento dos funcionários e pensionistas.

O investimento da secretaria de cultura esta focada na folha de pagamento e nos pequenos apoios a projetos existentes de produtores locais. A visão dos gestores públicos atuais seria inicialmente de uma continuação nos apoios aos produtores culturais que já tem projetos em andamento no município.

O financiamento a cultura é crucial e inclusive previsto no marco regulatório da lei que implementa o sistema de cultura mas as fontes que seriam os impostos de ISSQN e IPTU se revelarem equivocadas. Faz-se necessário buscar outras fontes de financiamento para uma política cultural em Bagé para então se criar uma sugestão de legislação. Ou talvez uma parceria público/privada, se revelasse mais eficaz neste momento, no entanto seria necessário maior investigação.

## ANÁLISE

A primeira etapa da pesquisa apresentou o potencial da Indústria do Audiovisual nacional e internacionalmente. Uma indústria altamente complexa que se expande e inova constantemente. Levantamos um breve Histórico do Cinema brasileiro e das políticas culturais atuais para o cinema brasileiro. Foi possível perceber o quanto o cinema Brasileiro encontra-se em um período de transição acelerado, deixando de ser artesanal ganhando características de processo industrial, Que a tecnologia digital e o alto investimento estatal têm transformado a realidade cinematográfica atual. Contudo em um dos últimos relatórios da Ancine a produção audiovisual brasileira precisa dos parques exibidores e da televisão para alimentar o fundo se auto-sustentar .

As transformações da cadeia do audiovisual refletem o reconhecimento do governos federal e dos agentes do setor da importância econômica da indústria Audiovisual na geração de emprego e renda na economia Brasileira estando situada na 4ª posição em geração de empregos e renda na economia brasileira. Fortalecendo a idéia de uma descentralização da cadeia de serviços do audiovisual fora do eixo Rio- SP, ou seja, existe a possibilidade de regiões com potencial de atração de produções audiovisuais com ativos de serem destinos cinematográficos como Bagé RS.

É entendendo esta autonomia de investimento dos municípios que os escritórios de film comissions se revelam estratégias de desenvolvimento com potencial de fomentar uma

economia local alternativa. Estes escritórios se destinam a captar, coordenar e servir de agente facilitador para produções audiovisuais nacionais e internacionais na cidade nas áreas de cinema, publicidade, documentários e novelas, entre outras, promovendo os municípios ou regiões para essas atividades.

As experiências de escritórios de films commissions como do continente Africano, México e Bento Gonçalves se demonstraram interessantes na captação de produtores e investidores para as regiões se desenvolverem de forma alternativa, via turismo e exploração das localidades cinematográficas. O expertise africano de criar visitas virtuais em sites, estímulo financeiro para incentivar as produções a levarem suas produções audiovisuais ao continente tem apresentado bons resultados, dado os números em crescimento e a contínua super especialização neste tipo de serviço. Estas experiências demonstram que estes escritórios podem fomentar uma cadeia de serviços e o turismo as regiões que podem ser destinos cinematográficos.

Estratégias de desenvolvimento de regiões com potencial de se tornarem destinos de produções cinematográfica ao participarem da cadeia de produção da indústria do audiovisual, pode desencadear em algum grau um êxodo urbano. Com proposta de qualidade de vida associadas a criatividade onde as regiões começam fluxo de produção cultural com condições, torna-se um destino interessante para classe criativa viver. Alguns autores já haviam apontado que iniciativas da gestão pública combinada a sociedade civil, tornam esses lugares atrativos para a classe criativa viver

As experiências de algumas iniciativas de políticas culturais implementadas no Estado de Pernambuco para o Audiovisual. Reconhecemos que como iniciativa Paulínia Magia do cinema é um projeto potente e ímpar no cenário nacional. O projeto nasce da somatória de articulação política e da arrecadação de impostos, que favoreceu o altíssimo investimento na região. Percebeu-se claramente a escolha política da indústria do audiovisual como geradora de empregos e renda no estímulo ao desenvolvimento regional para Paulínia e região metropolitana. Analisou-se a legislação municipal criada para incentivos fiscais para o polo cinematográfico e continuidade do projeto Magia do cinema.

O incentivo fiscal por sí só não resolve a questão de auto sustentabilidade do complexo audiovisual e dos outros projetos conectados a ele. Também a gestão administrativa demonstrou incapacidade, necessitando de uma reorientação de estratégia, em uma gestão mais planejada. No momento as dificuldades ainda são muitas e envolvem um jogo de

interesses políticos e institucionais que não parecem se resolver logo enquanto acontece o desgaste de prédios e falta de manutenção de equipamentos.

No caso do Estado pernambucano verificou-se que as políticas públicas implementadas e desenvolvidas se deram gradativamente ao longo do tempo para o fomento do setor. A cadeia produtiva desta região tem demonstrado que pelos investimentos do governo do Estado, todo um processo tem sido desencadeado. Houve uma ênfase no fomento da linguagem audiovisual e um crescente investimento ao longo de cinco anos se impulsionaram uma produção cinematográfica diferente do cinema hegemônico sendo oportunizada a difusão de produtos filmicos diferenciados e a novos realizadores fazerem parte do mercado nacional.

Ainda acontece a realização de filmes pelo processo de abordagem, e uma relação afetiva entre os prestadores de serviços que permutam sua experiência em favor de um objetivo comum no entanto com as políticas de incentivo do FSA esta relação vem se transformando. É possível perceber que este processo se desenvolveu, por exemplo, no estado do Rio Grande do Sul, pois desde um período de vazios de investimentos estatais foi necessário este tipo de alternativa para dar continuidade ao cinema gaúcho.

Foram feitas análises de festivais como alternativas de exibição do produto nacional assim como de certa maneira atuam na resistência de um cinema autoral frente à indústria audiovisual globalizada.

Posteriormente nos deparamos com a autonomia dos municípios desde a constituição de 1988. O protagonismo dos municípios em iniciativas criativas para financiamento a cultura, constatou-se que houve uma descentralização de poder, mas não foi feita proporcionalmente a divisão dos recursos.

Ao abordar o capítulo Cultura e desenvolvimento, percebe-se a cultura como transversal, tendo uma relação intrínseca com o desenvolvimento. Deparamo-nos com variáveis que podem ser determinantes quanto a alocação de recursos públicos em cultura. Da necessidade de indicadores culturais para orientar as políticas. Do quanto à administração pública deve estar em diálogo com os processos sociais e criativos dos grupos circunscritos em seu território e com uma lógica distinta para perceber a complexidade do campo e ficar atento aos matizes as diferentes formas de viabilizar um projeto no âmbito da cultura, respeitando o processo.

O estudo de caso de Bagé nos revelou que as análises das experiências de políticas culturais direcionadas para o audiovisual implementadas por Paulínia e o Estado de Pernambuco possuem aspectos positivos que podem ser aproveitados ao se relacionar com o município de Bagé, no entanto por serem cenários distintos, consideraram-se os aspectos possíveis.

Um dos objetivos tais como, aconteceu no município de Paulínia era a criação de um projeto de Lei (emenda) para criar um fundo de cultura com previsão de receitas oriundas de impostos. A dada a mão de obra mais acessível e com certo conhecimento técnico na área O fundo teria um orçamento para o fomento e financiamento de programas culturais e linguagens artísticas como o incentivo a área de produção cinematográfica no município de Bagé. Considerando variáveis e aspectos econômicos, é possível implementar, um fundo com receita mista poderia ser de grande valia para o fomento cultural da cidade.

Porém conforme a pesquisa aprofundava os dados da secretaria da Fazenda revelaram que o município esta com receitas deficitárias já há quase 10 anos e que neste momento o objetivo segundo o assessor da pasta Cristiano Ferraz é cumprir com as obrigações previstas em lei referentes aos 25% da arrecadação com saúde e 15 % com educação e com a folha de pagamento dos funcionários e pensionistas. O município possui um déficit de 60 milhões mensais dos quais a prioridade seria a arrecadação na integra dos impostos.

Constatou-se o pouco investimento público em cultura em função de uma dívida ativa que o município acumulou. Diferente do Estado de Pernambuco que fez um planejamento gradativo em cultura através de editais de fomento a linguagem audiovisual e programas de capacitação. Pode se afirmar que assim como os gestores de Paulínia ambos entendem o audiovisual e a cultura como um eixo de desenvolvimento econômico das regiões.

Das entrevistas feitas aos agentes locais alguns reconhecem que Bagé pode ser um destino para gravações audiovisuais e que são experiências enriquecedoras, com potencial de movimentar a economia local. No entanto se retorna ao mesmo ponto, da necessidade de um maior investimento da prefeitura municipal em etapas anteriores como; programas de capacitação, logística e estrutura, para depois se buscar parcerias de produtores visando interesse geral.

Seria apresentada uma proposta de lei de renúncia fiscal para fomentar a política cultural do município de Bagé com potencial de aplicabilidade. No entanto no decorrer da pesquisa nos deparamos com a autonomia, porém de pouca capacidade deste ente federado em investir

e fomentar o campo da Cultura. Alguns projetos Culturais pontuais algumas ações culturais de gestão municipal que criaram um ambiente favorável para receber produções audiovisuais no município de Bagé, no entanto foram insuficientes para manter a continuidade das produções, pois a visão da gestão foi se modificando e as articulações institucionais diminuíram ostensivamente.

O programa de formação de oficinas em Audiovisual, o festival internacional de cinema da fronteira, a criação de uma Film comissão local foram iniciativas que foram positivas mas efêmeras que findaram com exceção do Festival que se mantêm a custa de muitos esforços. O estudo revelou, que continua falta de dialogo da gestão municipal e dos agentes da cultura tem afetado a área. A falta de construção conjunta de políticas culturais locais tem afetado um campo de possibilidades como o do Audiovisual. Assim como a cada troca de gestão fica patente à falta da existência de um projeto político para desenvolver a cultura no município, assim como é possível afirmar a passividade da sociedade civil neste sentido, que não demarca posição. É possível manter o processo de estímulo para a ida de produções audiovisuais para Bagé RS, com um pouco de vontade politica aliada a uma articulação institucional e com a iniciativa privada e assim fortalecer o município nesta proposta de ser um destino cinematográfico visando o estímulo da economia local de forma direta e indireta.

Demonstrou-se pelos casos bem sucedidos de Cape Town, México e do município brasileiro de Bento Gonçalves que estes escritórios descentralizados de film commissions nacionais e internacionais, físicos e virtuais atuam de forma estratégica na captação de produções se mostrando eficazes, a partir deles se pode perceber uma reação em cadeia, propagação da capacidade e estrutura do local, dos serviços, o detalhamento dos cenários naturais e possíveis locações para serem exploradas pela indústria do audiovisual e do turismo destas regiões.

## PROPOSTA

Sobre os limites e possibilidades de se investir em políticas para o Audiovisual no município de Bagé, neste momento se revelam difíceis de serem implementadas, algumas propostas sem que haja vontade política mais pró-ativa.

Com a troca de prefeitos e com a identificação de um déficit nas contas do município é natural que em um primeiro momento aconteça uma retração da gestão em investir, principalmente na área da cultura que historicamente tem sido entendida como uma despesa e não investimento.

Poderia ser criada uma legislação através de renúncia fiscal via impostos para alimentar o fundo de cultura de forma dinâmica obter resultados práticos para as demandas locais de estimular as linguagens artísticas e a área de produção cinematográfica com este financiamento. No entanto com as receitas deficitárias e a renúncia de alguns impostos implicaria no aumento deste déficit, o que torna a criação de uma legislação difícil de ser aplicadas dadas as condições da saúde econômica do município.

De efeito prático a pesquisa no município de Bagé revelou que existem ativos que devem ser levados em consideração. Deve-se manter a intenção no processo de estímulo para a ida de produções audiovisuais para Bagé RS, fortalecendo o município nesta proposta de ser um destino cinematográfico visando o estímulo da economia local de forma direta e indireta. As paisagens e mão de obra mais acessível ainda são ativos interessantes, apesar de se reconhecer a necessidade de maiores recursos para a estruturação de alguns serviços para melhor recepção das produções audiovisuais.

Entende-se que o retorno da articulação política e institucional para a reativação do escritório Bagé film comission pode ser um importante passo para a retomada deste estímulo. Este escritório atuaria de forma estratégica na captação de produções estimulando uma cadeia de serviços, propagando a capacidade e estrutura do local, o detalhamento dos cenários naturais e possíveis locações para serem exploradas pela indústria do audiovisual e do turismo destas regiões. Quando foi criado para tratar de assuntos relativos ao Audiovisual, em seu curto período de funcionamento o escritório de Cinema de Bagé auxiliou nos contatos com diretores, como Jorge Furtado e com diretor de produção Glauco Urbim do filme legalidade para possíveis locações abrindo possibilidades para gravações na cidade.

Um conjunto articulado de ações pode estimular produções na região, como a film commission de Bento Gonçalves com um portfólio de 25 produções audiovisuais tem fomentado a economia local atraindo produções a Bento e Região. Ações que este escritório desenvolve podem ser replicadas em Bagé, o escritório de Bento estabelece parcerias com o trade Turístico para receber equipes de filmagens e certas facilidades como descontos em refeições e diárias inclusive permissões de filmagens nos mais variados locais.

Dos cases internacionais Cape Town província e a Cidade do Cabo, líderes dos esforços no país e um dos cinco principais polos mundiais do setor, atraem anualmente cerca de RD 2 bilhões (R\$ 625 milhões) em investimentos na produção transnacional. Em menos de uma década de atuação do escritório Film Commission NFVF, podemos apreender a sofisticação da presença virtual. Onde o site destes escritórios detém diversas informações, imagens e visitas que também podem inspirar a produção de um banco de dados atrativo para Bagé.

E do México o exemplo em articulação política e institucional abre caminhos práticos ligados a permissões e autonomia destes escritórios físicos e virtuais. É possível a estruturação destes escritórios através do apoio físico e de pessoal da prefeitura municipal de Bagé. Em um primeiro momento se utilizaria de funcionários ligados à logística e comunicação da gestão e um espaço físico, ou seja, uma sala dentro da prefeitura. Então se teria o deslocamento através do carro da prefeitura, da equipe de comunicação para a produção destes materiais audiovisuais com os equipamentos próprios da administração pública local. De forma que o resultado destas saídas de campo a possíveis locações e a produção material destas visitas originaria um banco de dados experimental. Podendo no futuro se produzir com mais pessoal um cadastramento de outros serviços para se tornar público.

Este espaço da Bagé film commission dentro da prefeitura, seria o ponto de divulgação das referências locais para produtores e investidores audiovisuais dentro das condições possíveis da gestão municipal.

## CONCLUSÃO

Após refletir sobre a indústria do audiovisual nacional e do aporte federal nos investimentos para desenvolvimento do setor, da relação da gestão pública com a cultura nos



diversos âmbitos federal, estadual e municipal e das variáveis que influenciam os gestores na alocação destes recursos, foi possível perceber que qualquer município que se pretenda fazer parte de uma cadeia de produção cinematográfica e estimular a economia local através desta iniciativa precisará desenvolver anteriormente um planejamento para esta área.

O levantamento bibliográfico elucidou que a constituição de 1988, alavancou um processo de descentralização do poder, os municípios receberam por parte do governo federal autonomia administrativa, porém nesta dinâmica de descentralização a partilha dos recursos não aconteceu de maneira proporcional a esta autonomia deste poder. De forma que para as administrações municipais conseguirem desenvolver suas políticas culturais, é necessária a busca por novas formas e fontes de recursos para financia-la, pois os repasses são pequenos em relação às obrigações.

A criação de fundos de cultura com fontes de financiamento mistas são formas de se assegurar que administração pública conseguirá planejar e executar seus programas, pois haverá uma previsão orçamentária para esta finalidade. Daí a importância da vontade política local em entender que a cultura é um eixo do desenvolvimento econômico e cultural e o entendimento da necessidade de se destinar recursos para financia-la.

Assim como se faz necessária a percepção de que para se administrar a cultura o envolvimento da gestão com a comunidade é relevante, pois dinamiza o processo fazendo com que um planejamento personalizado para as demandas obtenha resultados mais eficazes. Para estimular este processo é imprescindíveis recursos financeiros. Desenvolver dentro da política pública para a cultura, programas que envolvam capacitação técnica para a linguagem audiovisual, assim como criar ou fortalecer escritórios de film commissions no local. Este conjunto de iniciativas prepara um cenário mais propenso para a recepção destas produções.

A pesquisa no município de Bagé revelou que existem ativos que devem ser levados em consideração como paisagens e mão de obra mais acessível, porém que são necessários maiores recursos para a estruturação de alguns serviços, para melhor recepção das produções audiovisuais. O retorno da articulação política e institucional e da reativação do escritório Bagé film commission são importantes para o processo.

Demonstrou-se que como estratégia de captação de produções, os escritórios de film commissions nacionais e internacionais, físicos e virtuais se mostraram eficazes e que a partir deles se pode se estimular uma reação em cadeia, propagação da capacidade e estrutura do

local e dos serviços e o detalhamento dos cenários naturais e possíveis locações para serem exploradas.

Sobre os limites e possibilidades de se investir em políticas para o Audiovisual no município de Bagé, neste momento se revelam difíceis de ser implementar alguma proposta sem uma vontade política mais pró-ativa. Com a troca de prefeitos e com a identificação de um déficit nas contas do município é natural que em um primeiro momento aconteça uma retração da gestão em investir, principalmente na área da cultura que historicamente tem sido entendida como uma despesa e não investimento. Poderia ser criada uma legislação através de renúncia fiscal via impostos para alimentar o fundo de cultura de forma dinâmica obter resultados práticos para as demandas locais de estimular as linguagens artísticas e a área de produção cinematográfica com este financiamento. No entanto com as receitas deficitárias e a renúncia de alguns impostos implicaria no aumento deste déficit, o que torna a criação de uma legislação difícil de ser aplicadas, dadas as condições da saúde econômica do município. Que o investimento da secretaria de cultura esta focada na folha de pagamento e nos pequenos apoios a projetos existentes de produtores locais. A visão dos gestores públicos atuais seria inicialmente de uma continuação nos apoios aos produtores culturais que já tem projetos em andamento no município.

O financiamento a cultura é crucial e inclusive previsto no marco regulatório da lei que implementa o sistema de cultura mas as fontes que seriam os impostos de ISSQN e IPTU se revelarem equivocadas.

Faz-se necessário buscar outras fontes de financiamento para uma política cultural em Bagé para então se criar uma sugestão de legislação. Ou talvez uma parceria público/ privada se revelasse mais eficaz neste momento, no entanto seria necessário maior investigação.

## REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor. Televisão, consciência e indústria cultural. IN: COHN, Gabriel (org.). Comunicação e indústria cultural. São Paulo: Editora USP, 1971. ALMEIDA, Paulo S. “Distribuir é poder”. Idéia na cabeça, mar-abr, 1998.

AUTRAN, Arthur. O pensamento industrial cinematográfico brasileiro. Tese (doutorado). Instituto de Artes / Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2004.

BOLAÑO, César. MANSO, Anna Carolina. C. Para uma Economia Política do audiovisual brasileiro. Cinema, televisão e o novo modelo de regulação da produção cultural. In: MELEIRO, Alessandra (Org.). Cinema e Economia Política. São Paulo: Escrituras, 2009, Vol. II, p. 87-99.

BORGES, Sergio Silva, ARAUJO, Henrique Barros Neves de. Municipalização, política pública e gestão municipal: uma análise do processo de municipalização da cultura no estado da Bahia. Universidade Federal da Bahia, Bahia – Brasil, CUADERNOS DE GEOGRAFÍA | REVISTA COLOMBIANA DE GEOGRAFÍA | Vol. 24, n.º 1, ene.-jun. del 2015 | ISSN 0121-215X 2256-5442. (en línea) | BOGOTÁ, COLOMBIA | PP. 135-156.

CALABRE, Lia. Políticas culturais no Brasil: dos anos 1930 ao século XXI. Rio de Janeiro: FGV, 2009.

CANCLINI, Néstor, García. A globalização imaginada. São Paulo: Iluminuras, 2003.

GATTI, André Piero. A política cinematográfica no período de 1990-2000. In: FABRIS, Mariarosaria; SILVA, João Guilherme Barone Reis e; et al (orgs.). Estudos Socine de Cinema ã Ano III. Porto Alegre: Sulina, 2003. p. 603-612. GATTI, André Piero. A distribuição comercial cinematográfica. São Paulo: Centro Cultural São Paulo, 2007.

GIMENEZ, Fernando Antônio Prado, FONSECA, Marcos Wagner da. Evolução de Público e Renda nas Salas de Cinema no Brasil nos Últimos Sete Anos. Revista Livre de Cinema V. 3, N. 3, p. 125-131 set-dez, 2016.

[HTTP://g1.globo.com/sp/campinas-regiao/noticia/2012/04/prefeitura-anuncia-o-cancelamento-do-festival-de-cinema-de-paulinia.html](http://g1.globo.com/sp/campinas-regiao/noticia/2012/04/prefeitura-anuncia-o-cancelamento-do-festival-de-cinema-de-paulinia.html) Acesso às 19:00 de setembro de 2017.

MACHADO, Arlindo. O cinema no limiar do novo século. Segundo diálogo cinevídeo, São Paulo, 16 a 23 de junho de 1993.

MINISTERIO DO TURISMO. Estudo de Sinergia e Desenvolvimento entre as Industria do Turismo e Audiovisual Brasileiras. Instituto Dhrma. Brasilia, DF, Brasil, FEVEREIRO/2007. MINISTERIO DA CULTURA (MINC) .

ORTIZ, Renato. Mundialização e cultura. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.

Relatório da ANCINE. <https://www.ancine.gov.br/ancine/outros-documentos/relatorios-gestao>  
Acesso às 21:00 de 27 de Agosto de 2017.

SANTOS, Sérgio Ribeiro de Aguiar. Políticas públicas de cinema: o impacto do fundo setorial do audiovisual na cadeia produtiva do cinema brasileiro / Sérgio Ribeiro de Aguiar Santos. Brasília: UnB, 2016.356p. : il. Color Tese (Doutorado) – Universidade de Brasília / Faculdade de Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Brasília, DF, 2016.

