

LIC ESTADUAL (RS) E O CINEMA GAÚCHO

Autor: Mauro Salvo

RESUMO

Este trabalho avalia o impacto da LIC na produção de filmes de longa metragem no Rio Grande do Sul. O objetivo é identificar falhas e sugerir alternativas do ponto de vista econômico para que a produção cinematográfica viabilizada pela LIC resulte em benefícios sociais.

ABSTRACT

This paper evaluate the impact of the LIC in the Rio Grande do Sul's movies production. The target is to identify imperfections and suggest alternatives by economic point of view so that movies production supported by LIC result in social benefits.

1 - INTRODUÇÃO

O objetivo deste trabalho é responder a parte das questões postas pelo “Prêmio Caixa RS de Economia da Cultura”, o qual tem como finalidade incentivar a pesquisa econômica na área da cultura, com ênfase na identificação e no dimensionamento das repercussões sócio-econômicas dos investimentos realizados no Rio Grande do Sul ao amparo das leis de incentivo à cultura (Lei Estadual nº 10846/96 – Lei de Incentivo à Cultura (LIC) e a Lei Federal nº 8313/91, conhecida por Lei Rouanet). Também responder ao universo cultural no RS, relações custo/benefício de investimentos em cultura no RS com reflexos no mercado de trabalho, renda e desenvolvimento regional.

A pesquisa sobre Economia da Cultura ainda é inicial no Brasil e em vários outros países. Temos aqui vários textos publicados que embora

versem sobre o tema carecem de dados quantitativos. Pesquisadores norte-americanos, mesmo num estágio mais avançado do que o nosso, também reclamam a falta de dados estatísticos. A formação de estatísticas nesta área é de vital importância para a continuidade da pesquisa, assim como para a formulação de políticas públicas, para melhor alocação dos recursos e para aperfeiçoamento da legislação/regulação do setor.

Tendo em vista a impossibilidade de uma resposta simples e direta ao questionamento proposto pelo prêmio, resolveu-se neste artigo restringir a análise à produção cinematográfica gaúcha no período de 1996 a 2004. Será considerada produção gaúcha aquela que teve proposta aprovada para captação via LIC estadual que entrou em vigor desde agosto de 1996.

A pesquisa foca os dados numéricos disponíveis que possam refletir algum impacto econômico, restringindo as críticas e sugestões à execução de políticas públicas, isentando os agentes privados envolvidos. Cabe destacar que em nenhum momento haverá qualquer tipo de juízo quanto a qualidade da produção do ponto de vista artístico. Buscar-se-á agrupar os dados numéricos conseguidos de diversas fontes de forma que facilite a análise quanto à alocação de recursos.

Por estar focada nas políticas públicas e consequentemente na utilização de recursos públicos a análise objetivará o incremento no bem estar social, ou seja, que haja ganhos econômicos e/ou sociais, direta ou indiretamente, para o maior número possível de pessoas. Com intuito de aprimorar o mecanismo de intervenção estatal através de leis de incentivo trabalhar-se-á com as seguintes hipóteses: 1º) a LIC incrementa somente o lado da oferta; 2º) não há intervenção no sentido de resolver gargalos na cadeia produtiva do setor cinematográfico.

O trabalho começará com uma explicação sucinta sobre o funcionamento do mercado cinematográfico nacional e gaúcho, sua lógica econômica e seus problemas. Dentro desta mesma seção se explanará, em

suas subseções, sobre o comportamento e evolução da oferta e da demanda de filmes nacionais e gaúchos, sempre ressaltando a importância da LIC estadual. A seção seguinte destaca uma série de sugestões para melhorar a pesquisa, as políticas para área cultural e alterações das leis de incentivo. A seção posterior foca o impacto da LIC-RS sobre a produção cinematográfica gaúcha e finalmente a seção conclusiva verificará se as hipóteses levantadas são verdadeiras ou não.

2 – O MERCADO CINEMATOGRÁFICO GAÚCHO

O mercado cinematográfico, em sua cadeia produtiva abrange três segmentos interdependentes, porém assimétricos, são eles: a produção, a distribuição e a exibição¹. Há interação entre os três mercados porque para que haja exibição deve haver produção e distribuição, para que haja distribuição faz-se necessário a produção e a exibição, e para que haja produção, em tese, deveria haver distribuição e exibição.

A assimetria entre os mercados ocorre porque a oferta e a demanda não são exatamente as mesmas. Os exibidores têm uma demanda por filmes, mas depende do que seus fornecedores – os distribuidores – lhes oferecem. Os distribuidores são demandados pelos exibidores, porém dependem do que foi produzido para poder ofertar.

Num mercado normal os seus agentes buscam a otimização de seus ganhos restringidos pelas forças de oferta e demanda, ou seja, minimizarão seus custos e maximizarão suas receitas a fim de maximizar seu lucro. Esta lógica funciona para os exibidores que buscarão exibir os filmes de maior público, independentemente de ser nacional ou estrangeiro, pois assim maximizarão suas receitas. Também funciona para os distribuidores que

¹ A exibição inclui além do cinema, as fitas para vídeo cassete e DVD. Neste trabalho analisaremos somente os dados quanto à exibição em cinemas.

buscam distribuir filmes que atrairão maior público, pois sua receita depende de participação na renda de bilheteria.

No entanto, esta mesma lógica não funciona no caso dos produtores. Se neste mercado as decisões sobre o que, quanto e para quem produzir fossem baseadas exclusivamente nas forças de oferta e demanda, toda produção teria como objetivo final a exibição e consequentemente visaria atingir o maior público possível. Porém, a produtor tem seu ganho maior auferido da remuneração de seu trabalho conforme informado no projeto que enviou para obter os benefícios da LIC. Ele não depende nem de distribuir, nem de exibir seu filme para obter ganho. Obviamente se seu filme for exibido é melhor, e se tiver bom público melhor ainda, pois também terá uma parcela da bilheteria.

Outro modo de se analisar a assimetria, é observar que os produtores ofertam bens diferentes que são substitutos entre si, ou seja, concorrem em menor ou maior grau. O filme brasileiro concorre com o estrangeiro, este, por sua vez, também não é um produto único. Ou seja, um filme francês é estrangeiro assim como um iraquiano, e embora concorrentes, não são substitutos perfeitos. Isto significa que se defrontarão com uma parcela do público mais resistente em trocar um pelo outro.

O comentário acima implica em que um aumento da demanda por cinema (aumento do público) não implica necessariamente em aumento proporcional da demanda para todo o tipo de filmes. A tabela 6 e o gráfico 7 evidenciam que embora tenha havido nos últimos anos, aumento do público de cinema em geral, o público de filmes estrangeiros cresceu mais que proporcionalmente ao público de cinema nacional. Esta é uma evidência da escassez de demanda por produções nacionais.

Deve-se observar também que há intervenção estatal, em maior ou menor grau, por toda parte do mundo o que pode gerar desequilíbrios tanto na oferta quanto na demanda. Por exemplo, um governo pode restringir a

exibição de filmes estrangeiros em seu país através da imposição de cotas e/ou de censura, reduzindo sua oferta, assim como pode fomentar a oferta de filmes nacionais através de leis de incentivo e/ou subsídios. Estes tipos de intervenção, muito comuns, afetam a estratégia dos exibidores e das distribuidoras, freqüentemente multinacionais com estratégias globais. Isto implica que em mercados altamente interligados gerar assimetria em um deles pode contaminar os demais.

Matéria assinada por Ana Paula Galdini publicada no sítio www.cinemando.com.br mostra que o filme brasileiro sofre com a distribuição, que na maioria das vezes não recebe o investimento necessário para lançar-se nacionalmente. A distribuição fraca é apontada como grande responsável pelo baixo rendimento dos filmes. Isso contribui para que a renda dos filmes não consiga pagar o valor de investimento da produção.

2.1 – Oferta

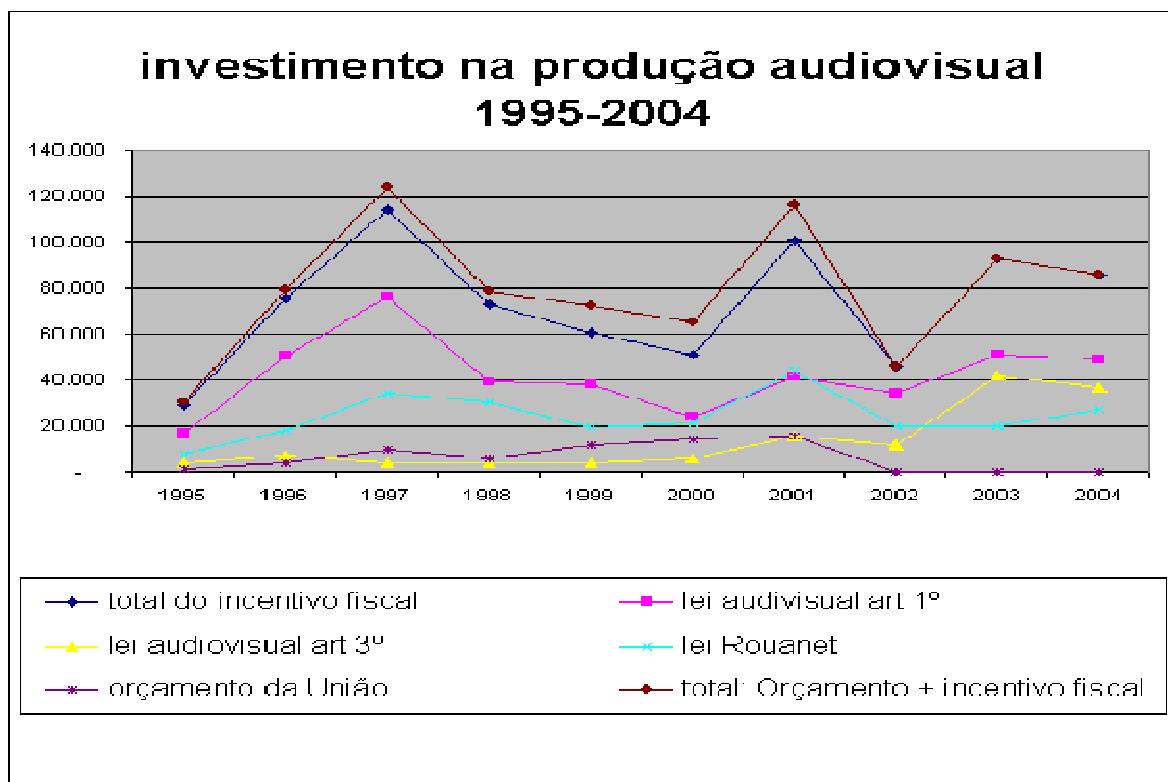
De acordo com Ana Paula Galdini, em matéria já citada, não há motivos para duvidar que o cinema brasileiro está renascendo após os anos Collor. Este crescimento deve-se, principalmente, ao surgimento da Lei do Audiovisual e da Lei de Incentivo à Cultura, regulamentadas em 1994 no governo FHC.

Tabela 1: Investimento Público na Produção Audiovisual

Ano	Total Incent. Fiscal	lei audiovisual 1º	lei audiovisual 3º	lei Rouanet	Orç. União	Total
1995	28.935	16.848	4.030	8.055	1.600	30.535
1996	75.716	50.449	7.319	17.946	3.835	79.551
1997	114.011	75.917	3.848	34.245	9.822	123.833
1998	73.153	39.093	3.999	30.060	5.541	78.694
1999	60.796	37.766	3.865	19.164	11.703	72.499
2000	51.198	23.909	5.891	21.397	13.929	65.127
2001	100.694	41.487	15.225	43.981	15.537	116.231
2002	45.852	34.274	11.578	20.030	-	45.852
2003	92.968	50.751	42.217	20.124	-	92.968
2004	85.535	48.779	36.756	27.361	-	85.535

Fonte: MinC/Ancine/Filme B. Obs: tabela e gráfico

Gráfico 1



Pela análise do gráfico e da tabela abaixo podemos concluir que houve, após a entrada em vigor da LIC, um rápido crescimento da importância dos recursos da LIC para o incremento da atividade cultural no Rio Grande do Sul. No início do período 1997-2004 o orçamento da SEDAC representava 65% dos recursos destinados a cultura no estado, já final constata-se a inversão nesta participação sendo 66% provenientes da LIC

contra 34% do orçamento. Outra constatação relevante é que os recursos do orçamento para a Cultura embora tenha sido oscilante no período apresenta tendência declinante. Por outro lado, os recursos provenientes da LIC têm tendência de alta, tanto para projetos aprovados como para valores captados. A variação do orçamento foi negativa, ou seja, declinou 21% (1996 a 2004), enquanto os valores captados pela LIC tiveram incremento de 216% (1997 a 2004).

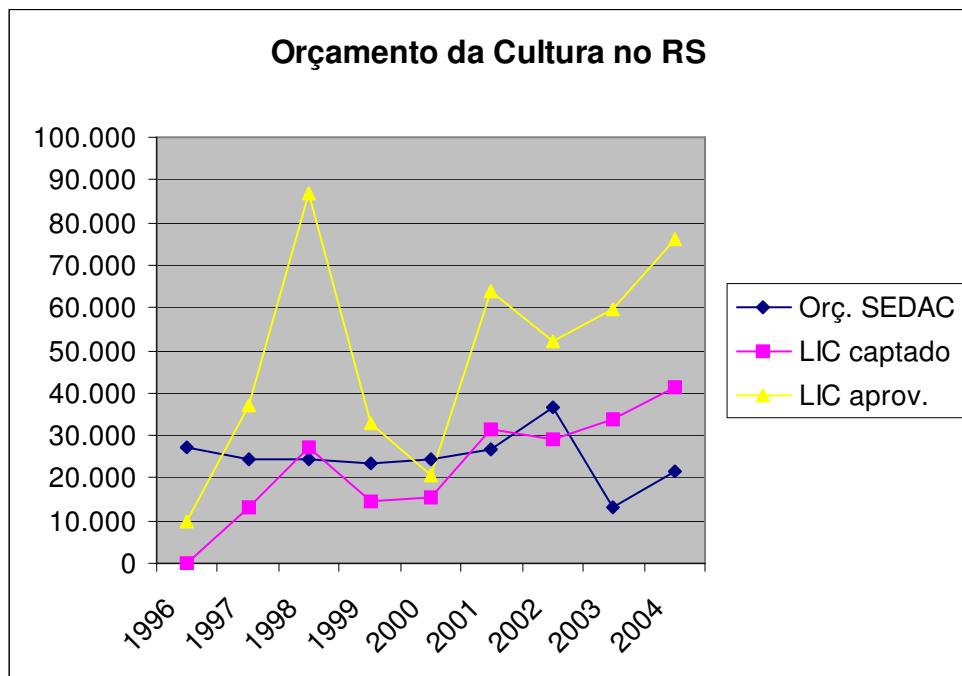
Tabela 2: Recursos destinados à Cultura no RGS

ANO	Orç. SEDAC	% do total	LIC captado	% do total	LIC+Orçam.	LIC aprov.
1996	27.100	100	-	-	27.100	10.047
1997	24.424	65	12.992	35	37.416	37.242
1998	24.359	47	27.087	53	51.446	86.764
1999	23.401	62	14.648	38	38.049	33.074
2000	24.212	61	15.687	39	39.899	20.581
2001	26.937	46	31.616	54	58.553	64.070
2002	36.507	56	28.889	44	65.396	52.026
2003	13.034	28	33.647	72	46.681	59.629
2004	21.411	34	41.123	66	62.534	76.287

Fonte: SEDAC-RS

Obs: Tabela elaborada pelo autor com dados fornecidos pela SEDAC-RS

Gráfico 2: Orçamento SEDAC-RS e LIC-RS



A tabela e os gráficos abaixo mostram a evolução do número e dos valores de projetos aprovados de Cinema e Vídeo para captação pela LIC-RS, desde seu início em 1996 até o final de 2004. Pode se observar uma tendência de crescimento tanto no número de projetos como no valor total aprovado. Destaca-se o pico ocorrido no ano de 2001. Também pode se notar a constância no valor médio dos projetos.

Tabela 3: LIC por setor

CINEMA E VÍDEO		R\$ mil	
ANO	Projetos aprovados	vlr aprovado	média
1996	2	1658	829
1997	11	4202	382
1998	13	6107	469
1999	8	3361	420
2000	9	2733	303
2001	35	14490	414
2002	24	8136	339
2003	20	10564	528
2004	19	9268	487

Fonte: SEDAC-RS. Obs: tabela e gráficos elaborados pelo autor.

Gráfico 3

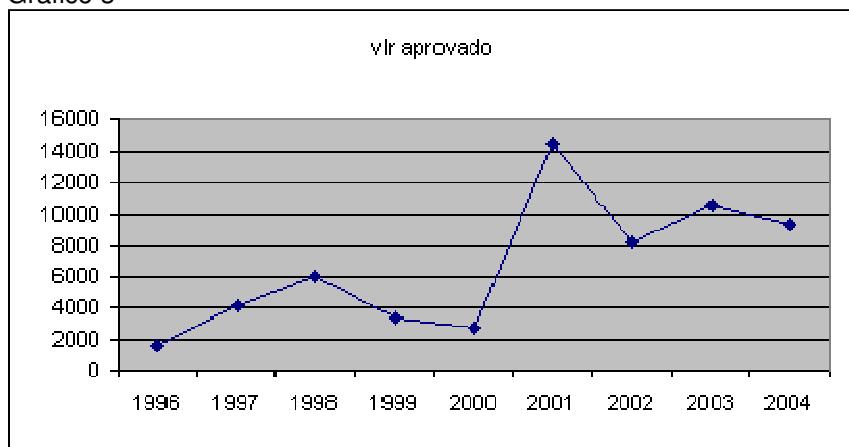


Gráfico 4

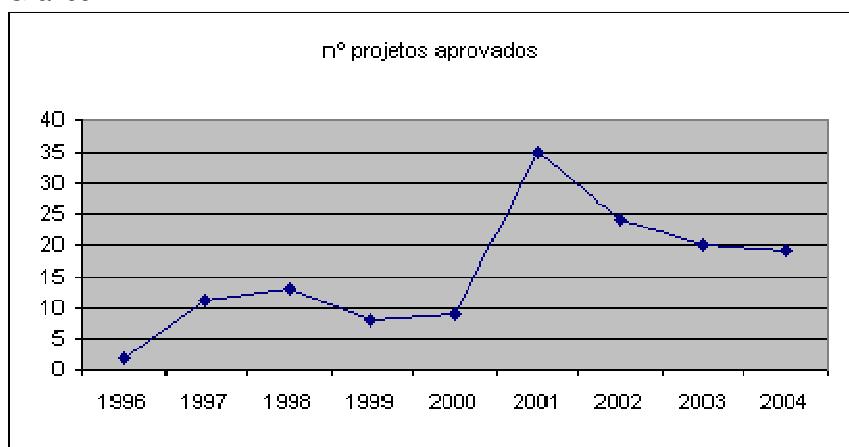
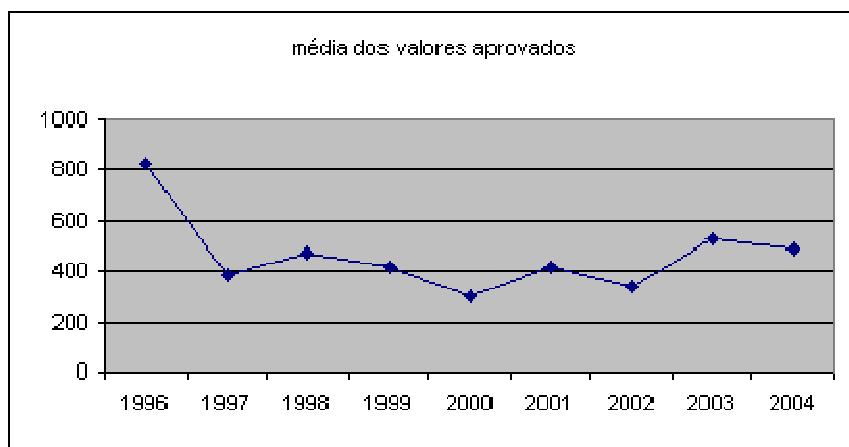


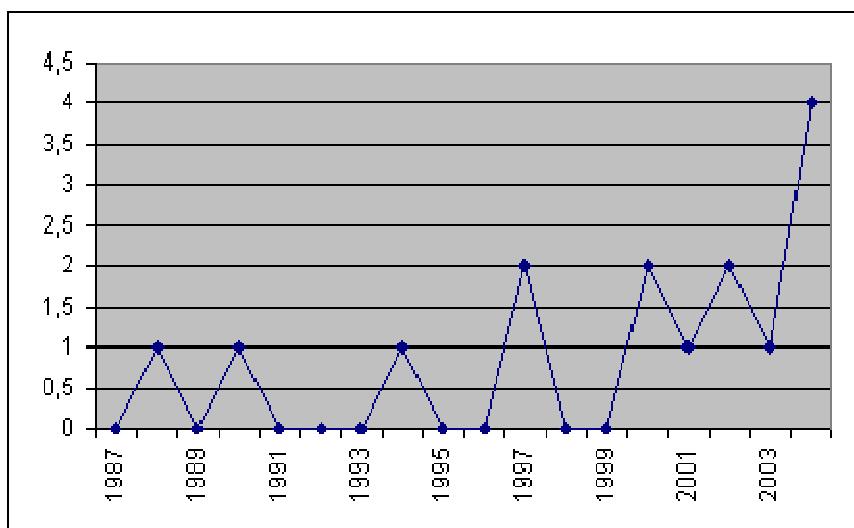
Gráfico 5



Analisando as informações da tabela e do gráfico abaixo concluímos que a implantação da LIC-RS impacta de forma positiva a produção de longas-metragens no Rio Grande do Sul. Comparando seus nove anos de existência com mesmo período anterior observa-se que a oferta de filmes saltou de 4 produções para 12. Incremento de 200%. A média de produções que no período 1987 a 1995 foi de 0,44 ao ano saltou, no período seguinte, 1996 a 2004, para 1,33 ao ano. Cabe ressaltar que destes 12 filmes somente nove captaram pela LIC-RS, o que ajustaria a média de produção para 1 filme por ano, e o incremento do período para 125%. Mesmo assim são números expressivos.

Tabela 4 e Gráfico 6: Impacto da LIC-RS na produção de longas

Ano	nº longas
1987	0
1988	1
1989	0
1990	1
1991	0
1992	0
1993	0
1994	1
1995	0
1996	0
1997	2
1998	0
1999	0
2000	2
2001	1
2002	2
2003	1
2004	4



Fonte: Fundacine (www.fundacine.com.br)

Obs: A tabela e o gráfico acima foram elaborados pelo autor com base em informações obtidas no sítio da Fundacine.

Longas-metragens: 1988 – O Mentiroso, 1990 – Nostalgia, 1994 – Rocky e Hudson, 1997 – Anahy de las Missiones/Lua de Outubro, 2000 – Harmonia/Tolerância, 2001 – Netto Perde sua Alma, 2002 – Houve uma Noite dois Verões/A Festa de Margarete (prod. Filmik – recursos próprios), 2003 – O Homem que copiava, 2004 – Meu Tio Matou um Cara (Lei do Audiovisual)/Concerto Campestre/Noite de São João/O Cárcere e a Rua (documentário).

Quando finalizada, a produção nacional passa por mais um drama que consiste em conseguir espaço nas salas de exibição. O Brasil possui apenas 1997 salas de exibição.

Segundo o Sindicato das Empresas Distribuidoras Cinematográficas do Município do Rio de Janeiro (SEDCMRJ), de 66 longas brasileiros com exibição cadastrada entre novembro de 2000 e outubro de 2001, a metade havia sido finalizada em 1998 ou 1999.

Enquanto isso, dos 84 longas metragens finalizados nos dois últimos anos, 32 ainda não foram lançados porque não encontraram salas para exibição. Mesmo com poucas produções, o filme brasileiro não tem mercado suficiente onde possa ser mostrado. É comum filmes brasileiros estarem fazendo boa bilheteria, mas os exibidores o tiram de cartaz por terem o compromisso em lançar um filme de uma determinada distribuidora. Outro problema que os exibidores enfrentam é que muitas vezes há procura por produções nacionais mas não conseguem cópias com as distribuidoras da maioria dos títulos.

Anualmente, as salas faturam R\$ 400 milhões por ano e, dentro desta estatística, o cinema nacional fica com uma minúscula fatia que corresponde apenas a 10% deste faturamento, ocupando 7% das salas de exibição.

Em relação à média nacional o Rio Grande do Sul apresenta uma situação ligeiramente melhor. Relativamente há mais salas por habitantes. Com 5,9% da população brasileira o Rio Grande do Sul possui 7,8% das salas de exibição, o que representa uma média de habitantes por sala 30% inferior que a média brasileira. Porém, estes números escondem outra situação problemática para todo o Brasil, aqui exemplificada pelo caso de Porto Alegre que com 13% da população gaúcha reúne 40% das salas de exibição. Isto reflete a concentração das salas de exibição em grandes centros urbanos.

Tabela 5: Salas de cinemas no Brasil e no RGS

	População	Salas exibição	Hab. por sala
Brasil	181.581.024	1.997	90.927
Rio G. do Sul	10.726.063	155	69.200

2.2 – Demanda

Como este trabalho versa sobre os aspectos econômicos da produção cinematográfica, deve-se considerar que, em economia, toda a oferta tem como objetivo atender a demanda. Aliás, somente há oferta quando há demanda, ou seja, nenhum produtor objetiva produzir para formar estoque por tempo extremamente longo, ou até mesmo para sempre. No caso em questão considera-se demanda o público consumidor que vai espontaneamente aos cinemas e pagam pelo seu ingresso.

Devido às características do mercado cinematográfico esta lógica fica prejudicada, pois o caminho entre a produção e o consumidor final passa por vários intermediários, cada qual com uma racionalidade diferente a fim de maximizar seu próprio ganho.

No Brasil, o público de cinema vem crescendo a cada ano, principalmente após a chegada do multiplex (segundo definição da empresa FilmeB trata-se de conjuntos com 6 a 12 salas e entrada pelo mesmo hall) e da retomada do cinema brasileiro. De 2003 a 2004 o público geral de cinema no Brasil cresceu 11% e nos últimos cinco anos teve crescimento de 58%. Já o público do cinema nacional também apresenta tendência de crescimento, porém com irregularidade. Como pode se notar no gráfico abaixo, após um pico em 2003, registrou queda em 2004 em torno de 25%, mas mesmo assim o público foi 125% maior do que o registrado em 2002.

Tabela 6: Público nos cinemas brasileiros

Ano	Geral	Nacional
2000	72.000	7.207
2001	75.000	6.978
2002	90.865	7.299
2003	102.958	22.055
2004	114.733	16.410

Gráfico 7



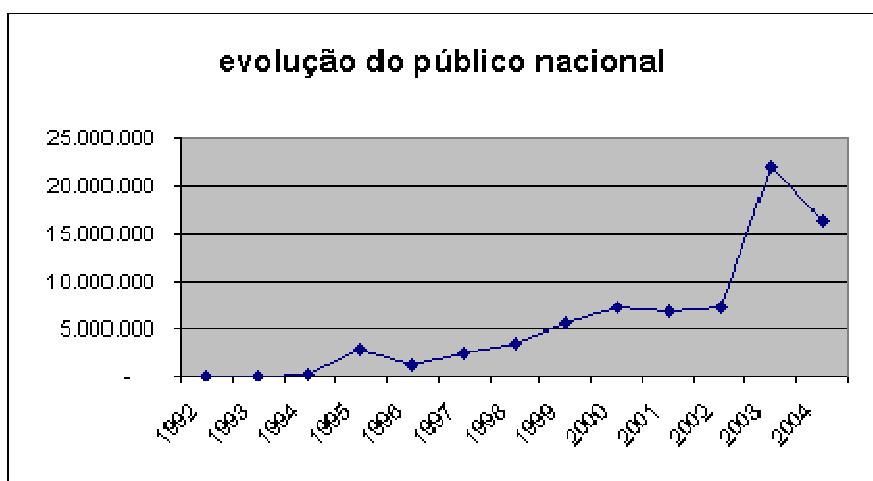
Fonte: Filme B

Essa grande irregularidade do filme brasileiro em seu mercado acontece porque sua política institucional nestes \'ltimos anos está concentrada em incentivos fiscais para o setor de produ o, sem nenhum investimento ou planejamento na \'rea de distribui o.

O gráfico abaixo mostra a expressiva expansão do público para filmes nacionais evidenciando aquilo que convencionou se chamar de cinema da retomada iniciada em 1994 com a regulamenta o das leis de incentivo.

Tabela 7 e Gráfico 8: Evolu o do público nacional

Ano	públ. Cine nac.
1992	36.093
1993	69.290
1994	292.036
1995	2.966.239
1996	1.227.220
1997	2.401.959
1998	3.608.279
1999	5.715.914
2000	7.207.654
2001	6.978.717
2002	7.299.790
2003	22.055.249
2004	16.410.957



Fonte: Filme B

Com base no gráfico e tabela acima notamos que tanto o público geral como o nacional cresceram nos últimos anos. No entanto, cabe ressaltar que o público nacional cresce em ritmo mais lento. Deve-se observar também que a participação do público nacional é de apenas 14,3% do total. Levando-se em conta o número de lançamentos, a produção nacional correspondeu em 2004 a 51 filmes, ou 17% do total, enquanto os estrangeiros corresponderam a 251 ou 83%. Por estes números pode-se pensar que a relação não é tão desfavorável como se diz, no entanto, deve-se ponderar que poucas produções nacionais atraem grandes públicos, tendo peso expressivo nestas estatísticas produções protagonizadas por Xuxa e Renato Aragão tidas como mais comerciais. Outras produções do tipo “Carandiru” e “Cazuza” que conseguiram atrair público acima de um milhão de expectadores constituem exceções. Das produções que captaram pela LIC-RS o maior público até final de 2004 foi “O Homem que Copiava” com 664.651 expectadores.

Na tabela abaixo se nota que mais de 80% das produções têm público inferior a 300 mil expectadores, o que praticamente inviabiliza a maior parte das produções, tornando-as dependentes das leis de incentivo dado o alto custo de produção, lançamento, divulgação e distribuição.

Tabela 8: público concentrado em poucas obras.

Faixa de público Mil ingressos	2004 Total de Títulos	% do Total
<100	38	75%
100-300	04	7%
300-500	01	2%
500-800	00	0%
800-1000	03	6%
1000-2000	01	2%
2000-3000	02	4%
3000-4000	02	4%
>4000	00	0%

Fonte: Filme B

Embora o público venha aumentando, fica evidente a falta de demanda capaz de viabilizar a maior parte das produções nacionais. Esta escassez de demanda tem origem em vários fatores, entre elas pode-se citar a má fama do cinema nacional apontado por muitos como de má qualidade (muitos ainda não assistiram nenhum filme da retomada para atestar melhorias substanciais), falta de familiaridade com a linguagem do cinema não-hollywoodiano, etc. Algumas iniciativas já foram e estão sendo tomadas para amenizar o problema. O presidente Fernando Henrique Cardoso, baseado em uma lei fixada em 1992, assinou um decreto que obriga os cinemas brasileiros a exibirem uma cota anual de filmes nacionais. O maior questionamento dos exibidores, no entanto, está justamente relacionado ao número de produções com atrativo suficiente para levar o público aos cinemas.

Há também outras iniciativas por parte do poder público ou de empresas privadas sempre com o objetivo de viabilizar o acesso da população e criar espaços alternativos de exibição. Podemos citar exemplos como o projeto da rede Cinemark de exibir apenas filmes brasileiros em todas as suas salas pelo preço promocional de R\$ 1,00 para comemorar o Dia do Cinema Nacional. O próprio Cinemark ainda tem o projeto Escola, que promove sessões de filmes brasileiros a preços promocionais agendados especialmente

para escolas. Os filmes são selecionados de acordo com temas que possam ser posteriormente discutidos em sala de aula.

A Petrobrás, através do projeto Cinema BR em Movimento, leva filmes gratuitamente às universidades. Após as sessões são realizados debates com o objetivo de ressaltar o valor cultural das produções e de contribuir para a formação de platéias do cinema nacional. O projeto também realiza sessões em comunidades como escolas, igrejas e presídios. No Rio Grande do Sul tem-se o projeto Rodacine com objetivo semelhante.

Tabela 9: Dados Comparativos Brasil-RGS-P.Alegre

	Em milhares				
	Brasil	Rio G. Sul	% Brasil	P. Alegre	% Brasil
PIB (R\$)	1.346.028	104.451	7,76	10.876	0,81
PIB p/c	7,6	10,0	X	7,8	X
População	176.391	10.398	5,89	1.383	0,78
Públ cine	114.733	6.935	6,04	3.897	3,40
mkt share %	X	6,3		3,6	
salas cine	1997	155	7,76	65	3,25
Habit. p/ sala	90,9	69,2	X	21,8	X
Renda Total	766.939	46.326	6,04	23.780	3,10
ingressos p/c	0,6	0,6	X	2,75	X

Fonte: IBGE/FEE/FILMEB

Obs: Tabela elaborada pelo autor.

Dados econômicos referentes ao ano-base de 2002.

Dados do cinema referentes ao ano-base de 2004.

Com base na tabela acima podemos dimensionar o mercado cinematográfico gaúcho e porto-alegrense no Brasil. Começando pelos números sócio-econômicos (ano-base 2002) constata-se que o Rio Grande do Sul responde por 7,76% do PIB brasileiro e Porto Alegre por 0,81%. A população gaúcha representa 5,89% dos brasileiros e os porto-alegrenses 0,78%. O PIB per capita dos gaúchos é de R\$ 10 mil ao ano, enquanto que dos porto-alegrenses é de R\$ 7,8 mil. Os dados sobre cinema mostram que tanto o Rio Grande do Sul quanto Porto Alegre estão acima da média nacional

no quesito número de habitantes por sala de exibição. Enquanto a média brasileira é de 90.924 habitantes por sala, o Rio Grande do Sul tem 69.200 e Porto Alegre 21.790, o que evidencia o grande número de salas de exibição no estado em relação ao restante do país. Para 5,89% da população brasileira o Rio Grande do Sul tem 7,76% das salas do Brasil. Nesta relação, Porto Alegre se destaca ainda mais com 0,78% da população nacional tem 3,25% das salas do país.

Esses dados mostram que a renda não explica totalmente a demanda por cinema. No caso do Rio Grande do Sul, com 7,76% da renda nacional (PIB), participa somente com 6,04% da renda do cinema no Brasil. Enquanto Porto Alegre com 0,81% do PIB responde por 3,10% da renda do cinema no Brasil, mesmo com renda per capita inferior a do estado (R\$ 7,8 mil para a capital contra R\$ 10,0 mil para todo o estado). No entanto, uma outra variável pode ajudar a explicar esse comportamento da demanda por cinema no Brasil, a taxa de analfabetismo. O Brasil tem taxa de 10,9% de analfabetos, o Rio Grande do Sul de 5,8% e Porto Alegre de 3,5%. Este é um indicativo de uma política direcionada, via educação, pode ser mais eficiente no objetivo de formar público para o cinema.

Infelizmente não foi possível desmembrar a renda total do cinema no Brasil, entre cinema geral e cinema nacional, para os estados e municípios. Assim poderíamos identificar quais os estados e municípios assistem mais cinema brasileiro e tentar inferir o porquê. Sabemos que o cinema nacional representa apenas 14,3% do mercado cinematográfico com renda de R\$ 110 milhões, mas não sabemos como está distribuído entre estados e municípios.

A análise e os exemplos acima deixam claro a necessidade do poder público atuar também do lado da demanda por filmes nacionais que estão encalhados no gargalo da distribuição e exibição. Em artigo publicado

na revista eletrônica Ciberlegenda edição nº 11-2003 no sítio www.uff.br/mestcii/ciber11 Ronaldo Rosas Reis comenta.

“Nesse sentido, percebo que o debate em torno da questão da presença social do cinema brasileiro deve ser abordado igualmente à luz de uma economia política que leve em conta a necessidade urgente de formação de platéias como um movimento a ser realizado de forma sistemática e intencional na escola, nos movimentos sociais, nos sindicatos”.(Reis, 2003)

3 – SUGESTÕES

Esta sessão tem o objetivo de levantar sugestões para aprimorar as políticas públicas para o setor, bem como incentivar o debate sobre o tema. Ela se divide em dois eixos, sugestões para a pesquisa e sugestões para políticas públicas. Obviamente trata-se de uma contribuição, estando longe de constituir-se uma lista exaustiva e definitiva de propostas.

O novo campo de pesquisa que começa a ser explorado no Brasil sobre Economia da Cultura é enorme. Este trabalho constitui uma pequena amostra, e mesmo assim já permite vislumbrar uma infinidade de temas, aspectos e abordagens que poderiam ensejar pesquisas mais profundas. Muitos destes temas, embora citados, não puderam ser esmiuçados no corpo deste texto para não fugir do assunto central. Pode se citar como pesquisas importantes:

- aspectos trabalhistas da economia da cultura;
- formular um modelo de equilíbrio parcial para mercados culturais;
- calcular o efeito multiplicador dos investimentos em cultura;
- elaborar estudo sobre os custos das produções culturais;
- identificar quem/quanto são e onde estão os fornecedores para saber quanto da LIC-RS é gasta no estado;

- analisar o que leva as empresas a investirem em cultura;
- entre outras.

A continuidade da promoção de prêmio para pesquisas sobre economia da cultura chama a atenção de novos pesquisadores para o tema. Interessante seria que a participação nestes concursos fosse aberta a todos, independente da formação, assim como uma divulgação mais ampla e direcionada.

No entanto, para que estes estudos sejam realizados será necessário que o poder público, leia-se principalmente a SEDAC-RS, construa e disponibilize estatísticas. Isto porque um pesquisador isolado enfrenta dificuldades para acessar informações. Como, por exemplo, cito este trabalho quando tentei reunir dados sobre como foram destinados os recursos captados pela LIC. Os dados existem, pois pela LIC há a obrigação, por parte daqueles que captaram através da lei, de preencher uma planilha bem detalhada com tais informações. Estes números poderiam ser mais bem trabalhados e seriam muito úteis para o aprimoramento da política cultural do estado.

Outra forma de se conseguir estatísticas poderia ser através de um censo declaratório respondidos por todos os agentes culturais que tenham se beneficiado da LIC. Também poderia ser feito uso de enquetes e/ou pesquisas de opinião, ou de perfil para se conhecer melhor a demanda. Sindicatos e outras organizações afins também poderiam auxiliar alimentando um banco de dados gerido pela SEDAC. Os recursos de informática para tal fim são simples e baratos, não sendo necessários grandes aportes estruturais e de mão-de-obra. Tentar incluir o item cultura na matriz insumo-produto do estado elaborada pela Fundação de Economia e Estatística (FEE) seria um grande avanço, mas reconheço as limitações técnicas para fazê-lo.

Tendo em vista que um dos grandes problemas do cinema nacional está na distribuição e na exibição, caberia ao poder público destinar

parte destes recursos com vistas a desfazer estes gargalos. Algumas alternativas seriam destinar mais verbas para divulgação e lançamento e menos para a produção, promover mais festivais, ampliar a exibição de tais produções em TV's estatais.

A formação de público para o cinema nacional é fundamental, visto que grande parte de todo o problema reside na falta de demanda, portanto uma política cultural associada a uma política educacional é vital para tal objetivo.

Alterações na LIC no sentido de criar uma mentalidade empreendedora nos produtores culturais, ou seja, instituir um pouco de risco na atividade. Assim como, transformar a LIC num instrumento de política cultural de longo prazo para que a realização de um longa-metragem deixe de ser um evento isolado e transforme-se em uma indústria permanente.

A LIC deveria estar inserida dentro de uma política de longo prazo para a área cultural que visasse transformá-la em atividade econômica geradora de renda. Caso este não seja o objetivo da política cultural, então pode se desconsiderar tudo que foi escrito neste trabalho, pois trata-se da premissa principal. Uma sugestão é transformar a LIC, ou dotá-la em parte, de um caráter de financiamento/empréstimo para produção, ou seja, a LIC anteciparia os recursos que seriam reembolsados ao erário com a renda da bilheteria.

Uma grande contribuição que poderia ser acrescentada à LIC é direcioná-la para o incremento da demanda. Sem demanda pelo cinema nacional a produção audiovisual bancada em sua quase totalidade por recursos públicos é apenas transferência de renda de outros setores, pois se ela não gera renda para subsistir deve estar drenando renda das atividades rentáveis.

Associada a questão acima seria recomendável uma articulação de políticas culturais, entre união, estados e municípios no sentido de

melhorar a distribuição e aumentar a exibição, reduzindo a dependência de distribuidores multinacionais.

Um assunto pouco agradável, mas que deve ser levantado é a necessidade de auditoria na prestação de contas da LIC. Se necessário deve-se inclusive alterar a legislação em vigor. O objetivo seria buscar o melhor uso dos recursos públicos, o cumprimento dos prazos legais e certificar-se que está tendo o destino para o qual foi aprovado. Também poderia-se incluir na legislação (lei ou resoluções) dispositivos que visassem reduzir os custos.

Em síntese, essas mudanças levam em conta o objetivo de se transformar a produção cinematográfica em uma nova atividade econômica. Obviamente elas devem ser implementadas gradativamente dentro de uma perspectiva de longo prazo para não se repetir o equívoco do governo Collor.

4 –LIC ESTADUAL

Esta sessão analisa os resultados até o momento das produções cinematográficas que captaram recursos pela LIC-RS. Apresentar-se-á duas tabelas que buscam esclarecer um pouco da problemática do setor, a saber, sua viabilidade econômica. Entende-se por viabilidade econômica, na sua forma mais simples, a capacidade de gerar receita suficiente com a venda do produto capaz de pagar seus custos de produção, distribuição, marketing e venda.

O intuito da tabela abaixo é destacar o peso das leis de incentivo na produção cinematográfica gaúcha. Considerou-se somente os filmes sobre os quais conseguiu-se as informações sobre seu orçamento total. A coluna 3 do percentual de recursos públicos no orçamento total da produção mostra que estes representam mais de três quartos das fontes de financiamento das produtoras. A coluna 5 da relação entre renda de bilheteria e orçamento total que mostra o retorno do investimento evidencia a

inviabilidade das produções se auto-financiarem. Nota-se que somente o filme “O Homem que Copiava” financiaria sua produção com a renda da bilheteria. Mesmo assim não foram computados custos como de distribuição e lançamento. Para isso foi necessário um público de mais de 600 mil expectadores, número superado somente por 10% das produções nacionais. A coluna 6 da relação entre bilheteria e incentivos mostra a eficiência dos recursos públicos, caso o objetivo seja produzir filmes nacionais para serem assistidos por brasileiros. Esta coluna deixa claro que o objetivo em questão ainda não foi atingido, pois se gasta muito para exibição a um público restrito.

Tabela 10: Relação Custos/Bilheteria/Leis de Incentivo

	1	2	3	4	5	6	Em R\$
	Orçam. Total	Incentivo Total*	%Recursos Públicos	Renda de Bilheteria	Rel.% Bilh./Orçam	Rel.% Bilh./Incent.	
Lua de Outubro	2.500.000,00	2.115.000,00	84,6	114.351,00	4,6	5,4	
Tolerância	2.653.561,59	1.135.450,32	42,8	497.953,00	18,8	43,9	
Houve 1 vez 2 Verões	999.890,34	758.000,00	75,8	384.212,00	38,4	50,7	
O Homem que Copiava	4.000.000,00	3.153.886,00	78,8	4.692.436,00	117,3	148,8	
Concerto Campeste	4.480.000,00	3.864.000,00	86,3	67.205,00	1,5	1,7	

Fontes: Produtoras, FilmeB

*Inclui outros incentivos fiscais, inclusive federais.

Obs: Tabela elaborada pelo autor.

A tabela seguinte não deixa dúvidas sobre a importância da LIC-RS para possibilitar a produção, os elevados custos destas produções e o pequeno público atingido.

Além disso fica claro que além de aumentar a demanda pelas produções nacionais deve-se também conhecê-la melhor, pois disso depende a estratégia de lançamento e de distribuição do filme. Por exemplo, o filme “Noite de São João” fez apenas 5 cópias e portanto teve um custo reduzido para esta finalidade, no entanto conseguiu um público também reduzido, 1071 expectadores por cópia, em média. Por outro lado, o filme “Tolerância” fez 90

cópias e portanto um grande custo, e embora tenha obtido um público maior do que “Noite de São João”, em termos absolutos, em média fez apenas 940 expectadores por cópia. Ainda tem outro aspecto, por exemplo, “Anahy de las Missiones” tem uma ótima relação cópia/público (8.733), porém atingiu um público insuficiente para gerar a renda necessária para cobrir todos os custos. Os números da tabela podem levar a conclusão de que somente fazendo-se muitas cópias viabiliza-se a produção. No entanto, isto está equivocado, pois somente será verdadeiro se houver público. Além disso, devemos levar em conta que quando o público viabiliza economicamente a distribuição (cópias e outros custos) e a exibição, também gera receita para o produtor, porque este último não arcou com o custo da produção que foi bancada por recursos públicos.

Tabela 11: Peso da LIC na produção gaúcha

	Orçam Total*	LIC-RS aprov.	LIC-RS captado	cópias	custo cópias**	Públ-cine	Renda
Lua de Outubro	2.500.000,00	800.000,00	451.000,00	17	340.000,00	33.894	114.351,00
1997 - Henrique F. Lima					-		
					-		
Anahy de las Missiones		439.000,00		15	300.000,00	131.000	492.560,00
1997 - M. Schmiedt					-		
					-		
Tolerância	2.653.561,59	500.000,00		90	1.800.000,00	84.620	497.953,00
2000 - Casa de Cinema					-		
					-		
Harmonia***		110.000,00	96.000,00		-		
2000 - Infoco Poss					-		
					-		
Netto perde sua Alma				22	440.000,00	41.479	187.837,00
2001 - Piedra Sola					-		
					-		
Houve 1 vez 2 verões	999.890,34	115.000,00	115.000,00	11	220.000,00	68.487	384.212,00
2002 - Casa de Cinema					-		
					-		
A Paixão de Jacobina		1.442.000,00	1.442.000,00	43	860.000,00	146.062	682.110,00
2002 - NGM Produções					-		
					-		
O Homem que copiava	4.000.000,00	1.300.000,00	1.300.000,00	70	1.400.000,00	664.651	4.692.436,00
2003 - Casa de Cinema					-		
					-		
Concerto campestre	4.480.000,00	1.000.000,00	1.000.000,00	12	240.000,00	13.010	67.205,00
2004 - Henrique F. Lima					-		
					-		
Noite de São João		1.137.000,00	630.000,00	5	100.000,00	5.355	25.704,00
2004 - NGM produções					-		
					-		
Meu tio matou um cara****	5.429.877,86		em exibição	121	2.420.000,00	570.406	4.039.353,00
2004 - Casa de Cinema					-		

Obs: Os filmes "Extremo Sul" e "Diário de um Novo Mundo" não haviam sido lançados até o final deste trabalho.

*As informações sobre os orçamentos totais dos filmes foram solicitados às produtoras, mas nem todas informaram.

**Os valores foram calculados considerando o preço médio de cada cópia em R\$ 20.000,00.

***O filme Harmonia ainda não havia sido lançado comercialmente até o final deste trabalho.

****O filme "Meu tio Matou um Cara" não captou através da LIC-RS.

5 – CONCLUSÃO

Este trabalho fez uma análise do mercado cinematográfico no Brasil e principalmente no Rio Grande Sul, destacando seu funcionamento e

identificando seus gargalos. Observou-se preferencialmente os efeitos da LIC-RS sobre a produção de longas metragens.

Uma análise mais completa ficou prejudicada pela ausência ou inconsistência da base de informações, por isso foi sugerido que se melhorasse os dados que pudessem ajudar a compreensão econômica do setor cultural.

O texto trabalhou com duas hipóteses, sendo a primeira referente ao incremento na oferta de filmes em decorrência da LIC. Os números analisados, tanto para o Brasil como para o Rio Grande do Sul, confirmaram a hipótese. Há evidência de que a LIC fez ressurgir a produção cinematográfica no estado, retomando uma atividade quase extinta no período anterior.

A segunda hipótese refere-se aos pontos de estrangulamento do mercado. Freqüentemente, aponta-se problemas na distribuição e na exibição, mas o grande problema é que não há demanda suficiente para viabilizar o mercado. Neste sentido, ao induzir o aumento da oferta de produções nacionais através de lei de incentivo, o Estado está subvertendo a ordem natural da racionalidade econômica que prega que para toda demanda haverá oferta. Neste caso está se incrementando a oferta sem o respectivo incremento da demanda, gerando assim aumento do estoque (excesso de oferta) que significa, do ponto de vista econômico, falha na alocação dos recursos. A hipótese se confirma ao analisarmos o número de espectadores alcançados pelas produções nacionais que mostra que uma minoria pagaria seus custos.

Outro problema que podemos notar é o alto custo das produções e neste sentido o mecanismo da LIC contribui para inflacionar o mercado. Os produtores poderiam comprometer-se a ajudar a viabilização econômica de suas produções reduzindo seus custos, criatividade não lhes falta. Em nenhum outro lugar encontraremos pessoas mais criativas do que no meio cultural.

As sugestões feitas apontam no sentido de direcionar a atuação do poder público também para solução dos gargalos, principalmente fomentando a demanda. Se houvesse uma demanda maior o mercado atrairia recursos naturalmente, ou alternativamente, geraria seus próprios recursos, tornando-se assim uma atividade econômica auto-sustentável.

6 – REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FILME B. CD-ROM. Database Brasil 2004.

GALDINI, A.P. Pensando o Cinema. 2002.
www.cinemando.com.br/200211/consumo.

REIS, R. R. Cinema Brasileiro e Públco: o que a educação tem a ver com isso? 2003. www.uff.br/mestcii/ciber11.

7- LEITURA SUGERIDA SOBRE ECONOMIA DA CULTURA

BAUMOL, William L e BOWEN, Willian. Performing arts, the economic dilemma. A study of problems common to theater, music, and dance. Cambridge: MIT, 1966.

COELHO, T. O que é indústria cultural. 1996. Ed. Brasiliense. São Paulo.

COWEN, Tyler. In Praise of Commercial Culture. Cambridge: Harvard University, 1998.

DA MATTA, R. Sociedade civil, desenvolvimento e cultura. in: Cultura e Desenvolvimento. 2000. Funarte. Rio de Janeiro.

FISCHER, Ernst. A Necessidade da Arte. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987.

HERSCOVICI, Alain. Economia da Cultura e da Comunicação. Vitória: Fundação Cecílio Abel de Almeida/UFES, 1995.

- IGLESIAS, E. La vinculación desarrollo/cultura. in: Cultura e Desenvolvimento. 2000. Funarte. Rio de Janeiro.
- MALAGODI, M. E. e CESNIK, F. S. Projetos Culturais. Escrituras. 2000. São Paulo. 3^aed.
- MOISÉS, J. A. e SASNOWSKI, S. Uma cultura para a democratização no Brasil. in: Cultura e Democracia vol. 2. 2001. Funarte. Rio de Janeiro.
- SALVO, M. Viabilidade Econômica da Produção Cultural. In: Uma Nova Relação entre Estado, Sociedade e Economia no Brasil. Edunisc. 2004. Santa Cruz do Sul.
- SARAVIA, E. Política e estrutura institucional do setor cultural na Argentina, Bolívia, Chile, Paraguai e Uruguai. Cultura e Democracia vol. 1. 2001. Funarte. Rio de Janeiro.
- SARNEY, J. Incentivo à cultura e sociedade industrial. in: Cultura e Desenvolvimento. 2000. Funarte. Rio de Janeiro.
- SODRÉ, N. W. Síntese da história da cultura brasileira. Civilização Brasileira. 1996. Rio de Janeiro. 18^aed.
- THIRY-CHERQUES, H. R. Estrutura institucional: práticas democratizantes. Cultura e Democracia vol. 1. 2001. Funarte. Rio de Janeiro.
- TORAL, Hernán Crespo. Nuevas perspectivas a las relaciones entre la cultura y el desarrollo. in: Cultura e Desenvolvimento. 2000. Funarte. Rio de Janeiro.
- WILLIAMSON, Oliver. The economic institutions of Capitalism. New York: Free Press, 1985.