

Entrevistado: Alexander P. Galvão
Entrevistador: Micael Herschmann

entrevista



Desafios e perspectivas para o audiovisual

Neste número da revista trazemos uma entrevista com o pesquisador e assessor da Agência Nacional do Cinema (Ancine), **Alexander Patez Galvão**, que comenta as dificuldades enfrentadas pela indústria do audiovisual, os desafios que se colocam no horizonte para o setor com o desenvolvimento da sociedade da informação e do conhecimento e, em especial, analisa as mudanças que têm sido feitas em nível de políticas públicas no país para fomentar a diversidade e a produção local.

Micael Herschmann

E: Como você analisa o deslocamento das fronteiras no campo do audiovisual e a emergência de novos segmentos de mercado? Qual é o peso da dimensão política e da dimensão tecnológica neste processo?

AG: A indústria audiovisual, como qualquer outro segmento econômico, busca se expandir continuamente desde o seu nascimento. Nasce enquanto indústria cinematográfica, baseada na produção, distribuição e exibição de filmes. A venda de ingressos começa a diminuir logo em seguida à II Guerra Mundial, nos Estados Unidos, e na década de 1950 nos países europeus. Esse mesmo fenômeno só vai acontecer no Brasil na década de 1980. Então, a indústria audiovisual precisava encontrar novas fontes de receitas para continuar se expandindo. Essas receitas começaram a vir, nos anos 1960 da publicidade e das taxas de licença, que sustentaram o aparecimento e crescimento da televisão aberta, respectivamente, nos Estados Unidos e na Europa. Mas mesmo as receitas de televisão tiveram um influxo na década de 1970. A grave crise desta década afetou a publicidade em solo norte-americano e, na Europa, as taxas cobradas para sustentar a televisão aberta começaram a pesar no bolso dos contribuintes. A década de 1970 foi muito ruim para a indústria audiovisual mundial. Refiro-me a esta década como um período de dinâmica exógena, pois os meios de

financiamento para a produção audiovisual situavam-se fora da própria indústria audiovisual. A luz no fim do túnel só veio com as novas janelas de exibição. A televisão por assinatura – inicialmente a cabo – e o vídeo doméstico constituíram novos segmentos de mercado na década seguinte e o dinheiro dos consumidores voltou a afluir para a produção audiovisual, retroalimentando toda a cadeia produtiva. A indústria audiovisual retomou então uma dinâmica endógena de crescimento – tal como nos seus primórdios –, buscando diretamente no bolso dos consumidores a maior parte dos meios para o financiamento da produção de filmes e de conteúdo para TV. Essa dinâmica prosseguiu na década de 1990 com a televisão por assinatura via satélite e se firma em nossos dias com a busca de novas janelas de exibição. Os aparelhos móveis e o vídeo por demanda, especialmente na Internet, são a fronteira e constituirão novos segmentos de mercado. A dinâmica endógena de crescimento da indústria audiovisual, prevalecente das duas últimas décadas, está baseada em três pilares. O primeiro deles diz respeito à evolução tecnológica. Sem os avanços tecnológicos nas áreas de bens eletrônicos de consumo e nas telecomunicações não existiriam as novas janelas e, portanto, não existiriam os novos segmentos de mercado consolidados nas décadas de 1980 e 1990. O segundo está relacionado com a mudança nos hábitos de consumo que influenciou decisivamente a economia mundial a partir da década de 1970. Esse fenômeno se refletiu na indústria audiovisual com a desmassificação da audiência televisiva e a segmentação crescente dos canais de TV por assinatura. Neste sentido, o vídeo por demanda representa a personalização do consumo audiovisual. A política constitui o terceiro pilar da dinâmica endógena de crescimento da indústria audiovisual na medida em que as determinações no campo da política norte-americana influenciaram decisivamente na constituição dos conglomerados econômicos da indústria audiovisual de alcance mundial. Sobre o discurso das superestradas da informações, abriu-se toda uma estratégia de *policy making* que deu musculatura às grandes empresas norte-americanas do audiovisual. O ponto culminante dessa estratégia pode ser situado no Telecom Act de 1996.

E: Como a globalização e as novas tecnologias vêm afetando o campo do audiovisual? Por um lado, assistimos a processos de concentração vertical e horizontal envolvendo os conglomerados do audiovisual/entretenimento; por outro, podemos identificar algumas experiências bem-sucedidas nos circuitos independentes.

AG: A indústria cinematográfica, desde os seus primórdios, teve

vocação internacional. Os franceses, tendo à frente empresas como a Pathé, foram os primeiros a perceber isso e, nos primeiros anos do século XX, teceram uma rede mundial de distribuição e exibição de filmes. Tinham estrutura verticalizada no âmbito da produção cinematográfica e fabricavam também as máquinas filmadoras e para a exibição de filmes. As duas guerras mundiais em solo europeu deslocaram o centro produtor mundial para o outro lado do Atlântico, e os grandes estúdios norte-americanos, verticalmente integrados, passaram a atuar fortemente nos mercados internacionais com seus braços na área da distribuição. Os conglomerados norte-americanos do audiovisual surgidos nas últimas décadas têm entre seus ativos as máquinas de produção e distribuição dos grandes estúdios surgidos no início do século passado. Têm agora, adicionalmente, os canais e os meios para fazer com que seus produtos audiovisuais cheguem até os mais remotos cantos do planeta, através das tecnologias eletrônicas. Contudo, as mudanças tecnológicas possibilitam que novos agentes econômicos possam disputar mercado. Em algum momento da década passada, achou-se que as empresas de telecomunicações teriam papel fundamental na indústria audiovisual. Hoje, essa afirmação é relativizada. Parece que mais importante do que deter as redes de telecomunicações é o domínio sobre a comercialização dos direitos de exibição dos produtos audiovisuais. De todo modo, o barateamento das tecnologias de captação e edição de imagens em movimento, assim como a avidez pelo consumo de imagens diferentes (despadronização crescente do consumo), abrem amplas possibilidades para a produção e o consumo de produções audiovisuais diferenciadas em termos temáticos e estéticos. Existem nichos para essas produções, nichos globais que podem sustentar produções diversas. A questão que se coloca é como acessar esses nichos globais.

E: Nos últimos anos, o que vem mudando no plano das políticas públicas direcionadas ao campo do audiovisual no Brasil?

AG: Creio que no âmbito das políticas públicas para o audiovisual há mudanças substantivas que podem ser creditadas ao atual governo. Em primeiro lugar, de forma inédita, se colocou em discussão a necessidade de um marco regulatório geral para o audiovisual no país. O projeto original da Ancinav, com seus acertos e erros, foi amplamente discutido pela sociedade organizada e melhorado após processo de consulta pública. Mesmo tendo o texto lapidado, sequer chegou ao Congresso Nacional, onde deveria ter sido apreciado, melhorado ou descartado. Houve um claro bloqueio que impediu essa apreciação pelo Poder Legislativo. Outras iniciativas, que também podem ser creditadas ao atual governo,

são os vários programas capitaneados pela Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura, tais como o DOC-TV, Revelando os Brasis, o Olhar Brasil – programa dedicado a implantação de núcleos regionais de apoio a capacitação e produção –, o reforço da Cinemateca Brasileira e do Centro Técnico Audiovisual. Contudo, creio que o maior mérito desse governo foi ter aberto à sociedade as possibilidades de construção de uma política efetivamente pública para o audiovisual brasileiro, o que envolve o debate e a construção de uma política pública de comunicação social eletrônica. A “caixa de Pandora” foi aberta e não creio que será possível fechá-la novamente.

E: No Brasil a cultura continua sendo vista como *gasto* e não uma *oportunidade*. O que falta para que um debate mais profícuo sobre *economia da cultura* se instaure efetivamente no país?

AG: Novamente devo creditar à atual gestão do Ministério da Cultura um deslocamento do debate sobre a cultura no país. O potencial econômico das atividades culturais esteve presente nos discursos e nas ações da atual gestão do MinC. Recentemente foi divulgada uma publicação do IBGE a respeito dos indicadores culturais brasileiros. Ao que parece, dados mais acurados sobre as atividades culturais no país serão revelados nos próximos anos, em decorrência dessa parceria entre MinC e IBGE. No âmbito do audiovisual, a preocupação de conferir maior sustentabilidade às atividades cinematográficas redundaram em linhas de financiamento com o BNDES, na estruturação dos Funcines, na articulação dos programas de exportação com a APEX e na construção de um projeto de lei, recém-aprovado, da criação do Fundo Setorial para o Audiovisual. O debate sobre economia da cultura tem encontrado, de forma inédita, espaço na imprensa e na academia, e creio que este espaço, em alguma medida, foi influenciado pelas opções tomadas pela atual gestão do Ministério da Cultura. Espero que mais pesquisadores se debrucem sobre o tema.

E: Alguns pesquisadores apostam que as instituições públicas do setor audiovisual poderiam atuar como pólos aglutinadores e dinamizadores da produção independente. De fato, isso é viável no Brasil?

AG: É possível e desejável que as várias instituições do setor público venham a atuar de maneira mais articulada na dinamização e estruturação da indústria audiovisual brasileira. Essa possibilidade se relaciona, de vários modos, com a discussão sobre a reformulação do papel do Estado no Brasil, tornando-o mais articulador e aglutinador da potencialidade empreendedora dos brasileiros.

É um debate que seguirá nos próximos anos. Nos últimos anos, BNDES, APEX, IBGE e outras instituições, capitaneadas pelo MinC, têm conseguido orquestrar ações para o desenvolvimento da indústria audiovisual brasileira. Contudo, ainda falta muito a ser feito. No âmbito federal, por exemplo, seria importante que as TVs públicas se envolvessem mais no desenvolvimento da produção independente. No âmbito estadual e municipal, por sua vez, um amplo espaço se abre para as *film commissions*, que dependem da articulação de várias instâncias de poder para atrair e facilitar produções audiovisuais.

MICAEL HERSCHMANN é professor do Programa de Pós-Graduação da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO/UFRJ) e editor da ECO-Pós.

ALEXANDER PATEZ GALVÃO é economista, doutor pelo Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro e assessor da presidência da Agência Nacional do Cinema (Ancine).