

“Pernambuco é coisa de cinema”? um estudo sobre a influência da regulação na ação do produtor de filmes

José Roberto Ferreira Guerra (DCA/UFPE) - j.roberto.guerra@gmail.com

Fernando Gomes de Paiva Júnior (UFPE) - fernando.paivajr@gmail.com

Resumo:

No contexto brasileiro, o setor da produção cultural vive em contínua tensão com as políticas culturais do Estado e o marco regulatório decorrente da ação pública. Esse cenário também é observado na produção de filmes em Pernambuco resultando no aumento da produção local. A questão norteadora do estudo é: como o marco regulatório voltado para a produção de cinema influencia a ação dos realizadores do setor em Pernambuco? Buscamos descortinar relações possíveis de compreensão dos avanços do campo da produção cultural frente ao debate da regulação no campo da cultura. Como forma de acessar o campo, foram realizadas entrevistas semi-estruturadas com seis produtores locais de cinema e a análise dos dados deu-se com o suporte da análise do discurso. Utilizamos a categoria analítica do campo discursivo para mapearmos os discursos emergentes e sua articulação com a ação do produtor cultural. Por fim, destacamos que as principais implicações para os produtores versam sobre a necessidade de pensar sua atuação para além da produção e vislumbrar possibilidade de fazer os filmes circularem de forma a romper as tradicionais barreiras encontradas no tocante à distribuição. Quanto aos formuladores de política pública, o foco da atuação deveria incluir e abordar os mecanismos relacionados com o consumo e com a distribuição dos filmes a fim de rompermos com o fato de que já é possível realizar um filme no país, mas não sabemos se esse filme alcançará sua plateia.

Palavras-chave: *Regulação. Cinema de Pernambuco. Produtor de Filmes. Análise do Discurso.*

Área temática: *GT-17 Organização, Política e Cultura*

“Seção I
Dos Princípios

Art. 2º A promoção, o fomento e o incentivo ao audiovisual pelo Estado de Pernambuco, em todas as suas atividades, serão norteados pelos seguintes princípios:

- I – liberdade de expressão e criação artística, vedada qualquer espécie de censura;
- II – expressão da diversidade cultural;
- III – inovação;
- IV – transparência nos processos de seleção dos produtos incentivados e na destinação dos recursos para o audiovisual; e
- V – respeito à igualdade de gênero, raça e etnia, e inclusão das diferenças.”

(PERNAMBUCO, 2014, p. 1)

1. Introdução

A abertura desse trabalho apresenta um recorte do texto da Lei 15.307 de 04 de junho de 2014, conhecida como Lei do Audiovisual, que indica quais os princípios norteadores para a execução das políticas culturais voltadas para a área em Pernambuco. Esse mecanismo tornou possível a institucionalização de uma série de práticas e lutas dos atores que compõem o cenário do audiovisual no Estado. Essas lutas remontam da tentativa de organizar o setor por meio de uma série de articulações políticas que resultaram no crescimento e consolidação de Pernambuco como um dos polos de cinema mais destacados do Brasil.

Esse cenário destaca o papel do Estado no esforço indutor para a criação e manutenção de mecanismos de fomento à produção cultural, como podemos observar no estudo de Arruda (2003)¹. Por outro lado, esse papel tem sido relacionado à formulação de políticas de governo e não necessariamente de Estado, dessa forma, a continuidade de projetos e ações públicas voltadas para a cultura apresentam vigência máxima atrelada a cada mandato (SIMIS, 2006). Outro agravante dessa situação é o fato de que a relação entre políticas públicas para a cultura e a gestão pública ainda não foi totalmente explorada pela academia. No entanto, alguns estudos já discutem o envolvimento direto do governo no financiamento das artes e a postulação de determinantes políticos que criam novos fundos para a área cultural por meio do processo legislativo, gerando resultados positivos para a dinamização da produção cultural tanto no contexto brasileiro, como no internacional (BERTELLI, CONNOLLY, MASON, CONOVER, 2014; BOTELHO, 2001).

Antes de avançarmos com a apresentação da problemática do estudo acerca do papel do Estado e da regulação que ele exerce, cabe discutir brevemente o histórico do “cinema produzido em Pernambuco” a fim de compreendermos por que ele se tornou um dos mais representativos do atual momento do cinema brasileiro. Ao longo do Século XX, Pernambuco conheceu ciclos de produção cinematográfica que colocaram o Estado como um dos mais importantes polos produtores do país. Nos anos vinte, foi o “Ciclo do Recife” que gerou visibilidade para a produção local e que “além de ter sido o primeiro grande movimento cinematográfico na história do cinema pernambucano, foi o mais produtivo dos ciclos regionais do início do século XX no Brasil” (CUNHA FILHO, 2006, p. 7), tendo produzido ao todo 33 filmes e se unindo a outras cidades brasileiras na constituição de um ciclo de produção descentralizado geograficamente (CUNHA FILHO, 2010; BERNARDET, 2008). Durante a fase do “Ciclo do Recife”, começou a surgir um grande número de salas de exibição na cidade, nas quais existia um ritual de ir ao cinema marcado pela presença de bandas tocando ao vivo as canções que acompanhavam os filmes mudos e a mobilização de diversas formas de propaganda para anunciar os lançamentos.

O público dessa produção se orgulhava de assistir os filmes produzidos na própria “terra”. Apesar das precárias condições técnicas e econômicas da época, filmes como “Aitaré da

¹ A autora destaca também que os esforços do Estado no incentivo à produção cultural culminaram na criação de um mercado de bens culturais alicerçado na “boa regularem de mercado” e na “ação disciplinadora do Estado” (ARRUDA, 2003). Dessa forma, o fazer da política cultural está atrelado aos princípios neoliberais que regeram as políticas macro-econômicas de países pioneiros na discussão acerca da Economia Criativa, a exemplo da Inglaterra.

Praia” (1925, diretor Gentil Roiz) e “A Filha do Advogado” (1926, diretor Jota Soares) alcançaram destaque local e são considerados dois de seus clássicos. O contexto desse ciclo se alinha ao estilo da produção internacional, tanto que Recife passa a ter o status da *Hollywood* nordestina. O Ciclo do Recife encerra suas atividades devido à falta de distribuição adequada na capital pernambucana, à chegada dos filmes sonoros e à ausência de incentivos e financiamentos públicos.

Por sua vez, Os filmes em “super 8” produzidos nas décadas de setenta e oitenta obteve grande êxito nos festivais de curtas-metragens que foram criados em todo o país, no entanto, a recepção desses filmes ficou restrita a espaços pequenos e de acesso limitado a uma parcela da população que nutria um interesse especial pelo cinema local, o que acarretou um distanciamento entre essa produção e o grande público (CARVALHO, 2006; FIGUEIRÔA, 2000). Essa geração de realizadores compartilhou uma “estrutura de cooperação” que possibilitou a união de pessoas por afinidade para a produção de filmes, característica recorrente e presente até hoje nas parcerias realizadas no estado (NOGUEIRA, 2009). Durante esse período, cerca de 200 filmes foram produzidos (curtas, longas e médias metragens) e circularam por festivais importantes de Super 8 no país, exibindo filmes que contradiziam a (imaginada) “cidade real” do Recife daquela época (FIGUEIRÔA, 1994; CUNHA FILHO, 2014). Títulos como “Valente é o Galo” (1974, diretor Fernando Spencer), “O Palhaço Degolado” (1976, diretor Jomar Muniz de Brito) e “Esses Onze Aí” (1978, diretores Geneton Moraes Neto e Paulo Cunha) são lembrados como sendo alguns dos mais emblemáticos desse ciclo.

Na década de 1990, Pernambuco volta às telas do cinema depois de um hiato de quase 18 anos sem lançar um filme de longa-metragem. Esse retorno tem relação com o movimento *Manguebeat* que, em meados dessa década, [re]conecta a produção artística pernambucana ao meios de comunicação de massa. A produção contemporânea de filmes pernambucanos de longa-metragem tem como marco zero o filme “Baile Perfumado” (1996, diretores Lírio Ferreira e Paulo Caldas). O *Árido Movie*, movimento atual, tem como influência o *manguebeat* musical (FONSECA, 2006), pautado no esforço coletivo de produzir filmes marcados pela “brodagem” (NOGUEIRA, 2014), neologismo que demonstra o espírito de coletividade que permeia o grupo de realizadores e “configura uma tecnologia social de gestão ancorada na cooperação e na confiança” (GUERRA, PAIVA JÚNIOR, 2011, p. 89).

Destacam-se desse período, filmes como “O Rap do Pequeno Príncipe Contra as Almas Sebosas” (2000, diretores Paulo Caldas e Marcelo Luna), “Amarelo Manga” (2002, diretor Cláudio Assis) e “Cinema, Aspirinas® e Urubus” (2005, diretor Marcelo Gomes). Na década seguinte, juntam-se novos realizadores a essa grupo e os filmes lançadas continuam com o alcance e visibilidade internacional e nacional. São exemplos desse período, os filmes “Pacific” (2009, diretor Marcelo Pedroso), “O som ao redor” (2012, diretor Kléber Mendonça Filho), “Eles voltam” (2012, Marcelo Lordello), “Amor, Plástico e Barulho” (2012, direção de Renata Pinheiro), “Tatuagem” (2013, diretor Hilton Lacerda), “A História da Eternidade” (2014, direção Camilo Cavalcante) e “Boi Neon” (2015, diretor Gabriel Mascaro).

Como forma de aprofundarmos a compreensão sobre as condições que possibilitaram o ressurgimento dessa produção e sua manutenção, cabe abordamos o cenário político nacional e local e os marcos regulatórios que legitimam a ação pública voltada para o cinema e contribuiu para o avanço do setor. Essa preocupação se dá por conta do imbricamento da dinâmica política e regulatória com os aspectos mercadológicos envolvidos na dinâmica do campo do cinema, a exemplo da produção, da distribuição e da exibição/consumo de filmes.

Elencamos como o sujeito do estudo o produtor de cinema, uma vez que desde o início da produção de cinema no Brasil, o desenvolvimento do setor esteve associado com a vocação e o esforço individual para transformar ideias em filmes. Em Pernambuco, essa relação não seria diferente e também pode ser observada tanto com o esforço dos pioneiros da atividade no estado

(FIGUEIRÔA, 2000; NOGUEIRA, 2009), como nas relações pautadas na amizade e no capital social dos realizadores contemporâneos (GUERRA; PAIVA JÚNIOR, 2014; SALDANHA, 2009). No entanto, as mudanças ocorridas na política cultural voltada pra o cinema culminaram na criação de empresas do setor do audiovisual voltadas para a produção de filmes que podem gozar atualmente do fomento na ordem de R\$ 11.000.000,00, regido por uma lei estadual (Lei No 15.3070 de quatro de junho de 2014), acarretando na diversificação de projetos e de filmes que chegam às telas. Somam-se, ainda, o mérito artístico dos filmes produzidos no estado assim como a circulação desse cinema em importantes festivais nacionais e internacionais. Desta forma, este estudo tem como orientação a seguinte pergunta de pesquisa: **como o marco regulatório voltado para a produção de cinema influencia a ação dos realizadores do setor em Pernambuco?**

2. A Regulação da Política do Cinema no Brasil

A articulação entre diversas instituições políticas e oriundas da sociedade civil possibilitou o fortalecimento da retomada no cinema realizado em Pernambuco. O papel do Estado foi fundamental nessa mudança por meio de ações realizadas tanto em âmbito federal, quanto no âmbito estadual. Esse modelo atual de fomento à produção cultural também é adotado por outros países (CUNNINGHAM, 2004; LOBATO, 2010; WAI, 2006; WANG, 2004), mas ainda requer modificações e ajustes às carências e especificidades do setor cultural, a considerar seu impacto direto na sociedade, conforme sugerido por Hesmondhalgh e Pratt (2005) e Serra e Fernandez (2014).

O desenvolvimento de tais mecanismos e instrumentos de apoio à produção cultural viabilizou o fomento de produtos e negócios culturais operacionalizados por meio dos fundos de suporte às artes, resultando numa tentativa de organização dessa produção cultural guiada por instrumentos de regulação com o fim de criar as condições de possibilidade para um espaço de produção mais inclusivo. Utilizando-se de retóricas que manifestam o caráter democrático de tais mecanismos, o Estado aloca esses recursos estruturadores do setor da cultura atuando mais como agenciador de interesses de grupos específicos, a exemplo de conglomerados empresariais. Dessa forma, o distanciamento do Estado de uma agenda que contemple as necessidades específicas do setor realça a disfunção de seu papel de mediador na tensão entre os interesses econômicos mais gerais e as demandas próprias da arena da cultura (BOLAÑO, 2003; LIMA, 2014).

O contraste entre a elaboração de tais mecanismos públicos para o setor e a sua efetiva operação delineia uma crescente economização do campo da cultura o que leva à premência de discutirmos a ação do Estado indo além dos mecanismos por meio dos quais a dimensão econômica determina a política. Bolaño (2003) esclarece que esse movimento de compreensão acerca das políticas culturais (da regulação ao fomento) é um avanço em relação ao quadro de categorias marxistas tipicamente utilizadas para analisar o papel e a relação do Estado com o mercado. Para o autor, o movimento de derivação do Estado ante à economia culminou em um segundo movimento de derivação: o do binômio Estado/economia ante à cultura, o qual poderia ser [re]unido por meio do Capital, o elemento integrador dessas dimensões.

No âmbito da dinâmica descrita a cima, a atuação do Governo Federal, por meio da atuação do MinC – Ministério da Cultura e dos órgãos relacionados com o cinema, como a ANCINE – Agência Nacional de Cinema e a Secretaria do Audiovisual, gerou ações afirmativas do cinema brasileiro no tocante à dinamização de sua produção. As mudanças ocorridas nas políticas culturais do Brasil durante os governos do ex-presidente Luís Inácio Lula da Silva demarcam uma orientação para a descentralização de recursos e o aumento da participação de produtores culturais localizados fora do eixo Rio-São Paulo. Além disso, houve também um movimento crescente de escuta dos próprios produtores para que a elaboração das políticas públicas de cultura estivesse cada vez mais próxima da(s) realidade(s) dos produtores localizados em todo o território nacional.

Esse contexto está relacionado com as políticas culturais voltado para o audiovisual criadas no Brasil desde a década de 1990. Foi a partir desse momento, que o Estado brasileiro voltou a apoiar a produção cinematográfica, ressaltando sua importância social, política e econômica. O cinema brasileiro passou ser representativo de uma estratégia direcionada para a conformação da identidade cultural nacional, sendo considerado como uma atividade industrial a ser regulamentada pelo Estado (FORNAZARI, 2006). Esse movimento buscou suprir a necessidade de reestruturar o setor após o fechamento da Embrafilme, principal responsável pela produção e comercialização dos filmes nacionais, fechada no governo Collor e cujas consequências e extensas repercussões negativas ainda estão presentes no setor de audiovisual (AZULAY, 2007). O Quadro 1 apresenta os mecanismos criados para dar suporte a essa nova orientação durante a década de 1990.

Década	Órgão/Lei	Característica
1990	Lei Federal de Incentivo à Cultura (1991)	Ainda no governo Collor, foi aprovada a Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei nº 8.313/91), conhecida como a Lei Rouanet por ter sido redigida pelo então Secretário de Cultura, Paulo Sérgio Rouanet. A lei introduz maior rigor no controle dos incentivos fiscais, criação de processos de prestação de contas e a necessidade de aprovação prévia dos projetos culturais, com base na análise de seu mérito, pela Comissão Nacional de Incentivo à Cultura (CNIC).
	Lei do Audiovisual (1993)	Dois anos depois, já no governo Itamar Franco, entra em vigor a Lei do Audiovisual (Lei 8685/93) que continua a regulamentar os incentivos fiscais e possui um papel importante na formação de uma cinematografia sólida, competente e profissional, ao possibilitar um montante de recursos destinados à sua produção.

Quadro 1 – Políticas Públicas para o Cinema no Brasil (1990)

Fonte: Adaptado de Matta (2010) e Brasil (2006, 2001).

Esse modelo de apoio adotado pelo Estado requer, ainda, modificações e ajustes às carências e especificidades do setor. Por ser uma atividade de impacto direto na sociedade devido ao seu cunho ideológico, o cinema nacional demanda do Governo um papel proativo numa posição que oportunize projetos de excelência para o setor no âmbito nacional, a ponto de colocá-la em oposição relativamente equânime (ou a salvo) do avanço da indústria de entretenimento norte-americana. Nesse sentido, a intervenção do Estado contempla a produção cinematográfica como setor economicamente produtivo, rentável e estratégico do ponto de vista da manutenção da identidade nacional, contribuindo para a formação de cidadãos mais conscientes e críticos de sua realidade. Segundo Azulay (2007), essa atitude implicou agregar ao Estado o conceito da *cultura cinematográfica*, conforme concebida nas suas diversas vertentes tecnológicas, de modo a garantir o bem-estar estruturante, individual e coletivo.

Na década seguinte, o debate sobre o papel do Estado se expande e o governo federal deu início a uma série de ações que visam à consolidação do setor. A criação da Agência Nacional de Cinema (ANCINE) e do Conselho Nacional de Cinema (CNC) integram esse conjunto de iniciativas. O Quadro 2 apresenta as principais ações realizadas pelo governo federal na década de 2000 para o cinema.

Década	Órgão/Lei	Característica	
2000	Grupo Executivo de Desenvolvimento da Indústria do Cinema – GEDIC (2000)	Grupo criado no último ano do governo de Fernando Henrique Cardoso que elaborou um pré-projeto de planejamento estratégico para a indústria cinematográfica. Composto por representantes de nove ministérios, da produção, distribuição, exibição e televisão. Entregue em 2001, o texto do projeto resulta na criação da ANCINE, concebida primeiramente nos termos de ação da ANCINAV, que englobaria os diversos ramos do audiovisual sob a mesma égide.	
	MP N° 2.228-1 de 6 de setembro de 2001	Agência Nacional de Cinema - Ancine (2001)	Órgão responsável pelo fomento, regulação e fiscalização das atividades relacionadas com cinema. Dotado de autonomia administrativa e financeira, ele consiste numa agência independente na forma de autarquia especial, vinculada ao Ministério da Cultura no dia 13 de outubro de 2003.
		Conselho Superior de Cinema – CSC (2001)	Criado a partir do projeto do GEDIC, o conselho opera junto à definição da política nacional de cinema e na função de aprovar as diretrizes a serem executadas pela ANCINE. É composto por nove ministérios e 18 representantes do setor audiovisual e da sociedade civil.
		Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional – Condecine (2001)	Gerada a partir da veiculação, produção, licenciamento e distribuição de obras cinematográficas e videofonográficas publicitárias com fins comerciais.
	Proposta de criação da Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual - Ancinav (2004)	O governo do presidente Lula amplia o debate em torno da criação da ANCINAV que deverá substituir a ANCINE. A minuta do anteprojeto de criação da ANCINAV foi entregue aos representantes da sociedade civil e do setor audiovisual que fazem parte do Conselho Superior de Cinema. Nove ministérios também avaliaram o texto. Ela refletiu uma visão abrangente e contemporânea sobre um setor estratégico para o desenvolvimento do país, em termos culturais, sociais e econômicos.	
	Proposta da Lei Geral de Comunicação Eletrônica de Massa (2004)	Essa proposta de lei foi o último avanço do governo Lula na direção de formalizar uma política de Estado que regule o setor do audiovisual. O projeto de lei enseja os ramos do setor da <i>comunicação social</i> e constitui uma tentativa de contornar o impasse criado a partir da apresentação do projeto da ANCINAV. No entanto, os projetos semelhantes de lei já vinham sendo formulados na esfera federal desde o governo de Fernando Henrique Cardoso.	

Quadro 2 – Políticas Públicas para o Cinema no Brasil (2000)

Fonte: Adaptado de Matta (2010), Guerra e Paiva (2009), Fornarazi (2006) e Brasil (2006, 2001).

Um desdobramento dessa nova perspectiva para o setor do audiovisual no Brasil foram os programas para a área contidos na Lei N° 11.437 de 28 de dezembro de 2006 que visam dinamizar as formas de captação financeira para o setor. O Quadro 3 resume os programas contidos nessa Lei, incluindo o Fundo Setorial do Audiovisual (FSA).

	Programas	Característica
Lei Nº 11.437 de 28 de dezembro de 2006	Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Audiovisual Brasileiro – Prodav (2006)	“Destinado ao fomento de projetos de produção, programação, distribuição, comercialização e exibição de obras audiovisuais brasileiras de produção independente”.
	Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Nacional – Prodecine (2001)	Responsável pelo fomento de projetos de produção independente, distribuição, comercialização e exibição por empresas brasileiras.
	Programa de Apoio ao Desenvolvimento da Infra-Estrutura do Cinema e do Audiovisual – Pró-Infra (2006)	“Destinado ao fomento de projetos de infra-estrutura técnica para a atividade cinematográfica e audiovisual e de desenvolvimento, ampliação e modernização dos serviços e bens de capital de empresas brasileiras e profissionais autônomos que atendam às necessidades tecnológicas das produções audiovisuais brasileiras”.
	Fundo Setorial do Audiovisual – FSA (2006)	Regulamentado pelo Decreto nº 6.299, de 12 de dezembro de 2007, o FSA é uma categoria de programação específica do Fundo Nacional de Cultura (FNC) e foi lançado em dezembro de 2008. Seus recursos são oriundos da própria atividade econômica, principalmente da Condecine e do Fundo de Fiscalização das Telecomunicações (FISTEL).

Quadro 3 – Programas para o Audiovisual contidos na Lei Nº 11.437 (28/12/2006)

Fonte: Adaptado de Brasil (2006, 2001).

Podemos perceber ao longo dos quadros apresentados uma mudança significativa no modo como o Estado orientou a formulação de políticas públicas para o cinema, partindo da atuação orientada para a criação de uma indústria até a posição de investidor e agente da cadeia produtiva. Nesse sentido, o deslocamento do Estado representa uma transformação do papel intervencionista e controlador, passando pela regulação, até o estágio de agente investidor.

2.1 A Regulação da Política do Cinema em Pernambuco

No tocante ao Governo Estadual, uma das consequências das mudanças ocorridas durante o mandato do ministro da cultura Gilberto Gil (2002-2007) foi o aumento da autonomia das secretarias estaduais de culturais. Em Pernambuco, essa mudança pode ser sentida com o fortalecimento da FUNDARPE – Fundação do Patrimônio Histórico e Artístico de Pernambuco e a criação e solidificação do FUNCULTURA – Fundo Pernambucano de Incentivo à Cultura nos últimos anos. No Estado, o audiovisual ganhou um edital próprio que no biênio 2014/2015 teve um valor total de R\$ 11.335.010,04² milhões. Esses investimentos garantiram o aumento e consolidação da produção da local, bem como uma crescente visibilidade dos filmes produzidos pelas produtoras pernambucanas, além do apoio às áreas de formação, pesquisa, difusão e aos cineclubes. O Quadro 4 sintetiza os resultados do Edital do Programa de Fomento à Produção Audiovisual de Pernambuco 2014/2015 por área de atuação e indica também os valores captados por produtores locais junto ao FSA, indicando o fato de que tais mecanismos de fomento estão sendo utilizados de maneira conjunta no tocante à produção de longa-metragem e produtos para TV.

² O resultado final e detalhado do Edital pode ser acessado no link: http://www.cultura.pe.gov.br/wp-content/uploads/2014/11/resultado-Funcultura-Audiovisual-2014_2015.pdf

Categorias		Valores Aprovados (R\$)
Desenvolvimento do Cineclubismo		265.000,01
Revelando os Pernambucos		320.000,00
Curta-metragem		1.300.000,00
Difusão		1.550.010,02
Formação e Pesquisa		1.000.000,00
Produtos para TV	Funcultura	2.200.000,01
	FSA	3.420.000,01
Longa-metragem	Funcultura	4.700.000,00
	FSA	5.130.000,00
Total	Funcultura	11.335.010,04
	FSA	8.550.000,01

Quadro 4- Valores Aprovados Funcultura Audiovisual 2014/2015

Fonte: Elaboração própria (2015)

A criação do Funcultura Audiovisual é fruto de uma articulação política dos realizadores locais que culminou na entrega do documento “Programa Pernambuco Audiovisual: proposta dos profissionais do audiovisual ao governo de Pernambuco” entregue ao então governador do estado Eduardo Campos no ano de 2007. O documento sintetizou os avanços e ganhos que o setor havia alcançado e propôs linhas de atuação específicas para se trabalhar o edital de fomento para a área. O alcance do edital inclui o aumento significativo dos filmes produzidos no Estado e um esforço também qualitativo dos produtores e artistas. Além do Edital voltado para as peculiaridades do setor, tal articulação dos realizadores contribuiu também para o governo de Pernambuco sancionasse a Lei Nº 11.437 de 28 de dezembro de 2006, citada anteriormente, tornando o fomento e apoio ao audiovisual não apenas uma política de governo, mas do Estado.

Mesmo com todos os avanços e mudanças trazidos pelas novas políticas culturais no Brasil, o setor ainda carece de mecanismos que garantam a circulação das obras. Nesse sentido, podemos perceber o papel importante de outros canais de circulação de filmes que compõem o setor: a) Festivais de cinema: ganharam nos últimos anos como principais vitrines e até mesmo arenas de negócios para filmes que não teriam inserção na mídia por outros meios; b) Cineclubes: ganharam um papel de destaque em relação à formação de plateia e à exibição de filmes mais restritos, mesmo que eles não configurem uma ação mercadológica; c) Internet: por maior que sejam as discussões sobre direitos autorais e lucros, a livre circulação de material artístico na rede garante o acesso do público a vários filmes que não obtiveram condições de circular nas salas de cinema. Destacamos ainda a inserção de filmes pernambucanos em serviços de streaming com alcance mundial a exemplo de “Doméstica” (2012, diretor Gabriel Mascaro) e “O Som ao Redor” (2012) que integram o catálogo do Netflix®.

O desenvolvimento do setor necessitou também do aumento de pessoas especializadas nas áreas técnicas que compõem a produção do filme. Sob esse aspecto, a ação de entidades públicas fomentou a criação de centros de formação com cursos profissionalizantes que garantissem a composição de um quadro de pessoal especializado no Recife. Esse cenário é bem diferente do que foi visto no final da década de 1990, quando muitos dos técnicos que participaram da produção do filme *Baile Perfumado* eram oriundos de outras cidades. Iniciativas como a criação do CANNE – Centro Audiovisual Norte-Nordeste, vinculado à Fundação Joaquim Nabuco, e a abertura do Curso

de Bacharelado em Cinema na Universidade Federal de Pernambuco garantiram o aumento de pessoal qualificado em um curto espaço de tempo.

Embora não possamos ver um conjunto coeso de perspectivas temáticas e estilísticas dos realizadores pernambucanos, reconhecemos que as bases materiais comuns à maior parte dessas produções estão envoltas de um projeto coletivo de fazer cinema, numa perspectiva crítica em relação à realidade local. O papel do Estado e das políticas culturais voltadas para a área demarcam a necessidade crescente de profissionalização do setor, o aumento de práticas organizativas semelhantes àquelas vivenciadas em empresas de setores tradicionais da economia e a presença direta do Governo como responsável pelo fomento e estruturação do setor (SANTOS; DOURADO, 2014).

3. A Regulação do Mercado no Contexto de Pernambuco

No interior do documento “Programa Pernambuco Audiovisual: proposta dos profissionais do audiovisual ao governo de Pernambuco”, a sessão que tratava do cenário do audiovisual no estado foi intitulada de “Pernambuco é coisa de cinema” e reforçava o número de prêmios concedidos aos realizadores locais em festivais nacionais e internacionais, além do número de filmes que haviam sido realizados no estado no período da retomada do cinema brasileiro. Essa retórica contribuiu para alavancar a notoriedade de tal produção e buscar a formalização os instrumentos públicos que garantissem o fomento e continuidade da atividade, mas será que o estado de fato conseguiu assegurar condições ótimas para a realização desse projeto? A presente sessão busca apresentar uma discussão sobre os cenários do cinema produzido em Pernambuco a partir do tripé que sustenta o mercado de cinema: a produção, a distribuição e a exibição.

Quanto à produção, a busca pelo fortalecimento da produção local reflete uma pluralidade de filmes sendo produzidos, assim como a tentativa de fortalecer as produtoras que já trilham o caminho da profissionalização. No estudo de Paiva Júnior, Guerra e Almeida (2012), podemos identificar que as perspectivas de crescimento do setor na opinião de produtores locais relacionam-se com demandas internas das próprias produtoras e com a busca da formalização e profissionalização do setor. Tal perspectiva culmina em diferentes modos de produção relacionados com 1) a lógica de produzir de cada produtora e 2) com os modelos de inserção de seus produtos no mercado.

A defesa pelo cinema autoral e o embate com o cinema hegemônico também são pontos de destaque nas representações desses produtores segundo o estudo de Paiva Júnior, Almeida e Guerra (2012). Sobre esses aspectos, é importante frisar que a ideia de unidade ou movimento embutida em estudos que tratam do tema (SALDANHA, 2009; NOGUEIRA, 2009) é repelida pelos próprios produtores. Nesse sentido, falamos de um “cinema feito em Pernambuco” e não de “um cinema pernambucano”.

A busca da definição do perfil do produtor de cinema como um dos eixos principais para o fortalecimento do setor é expressa no seu olhar com respeito a qualidades e/ou habilidades desejadas em um profissional de um perfil mais técnico, mas ao mesmo tempo atento às questões artísticas. Guerra e Paiva Júnior (2014) salientam que o produtor deve estar focado em questões organizacionais e mercadológicas, além dos aspectos artísticos presentes nos projetos

A seu turno, a distribuição dos filmes é um dos principais gargalos enfrentados pelas produções locais, ou seja, o esforço de articulação necessário para fazer com que os filmes circulem em diferentes janelas, territórios e formatos (SILVA, 2010). A distribuição de um título contribui para que o filme consiga alcançar o maior número possível de espectadores e aliada à exibição pode representar o início de uma trajetória de sucesso para o filme nas demais atividades cinematográficas (LUCA, 2009).

No estudo de Silva (2010), podemos observar a proposição de uma tipologia básica para o

modo como se reflete a respeito dos modelos de distribuição de filmes brasileiros. A autora apresenta quatro tipos básicos: o filme para grande escala, o filme de nicho, o filme médio e o filme para exportação³. Essa nomenclatura é seguida de exemplos que ilustram tal modelo de distribuição e no tocante ao filme para exportação o caso discutido é o do filme “Cinema, Aspirinas® e Urubus”, lançado e premiado em festivais internacionais o que legitimou sua absorção no mercado local dentro das salas de exibição voltadas para filmes autorais ou do circuito dos "filmes de arte".

A concentração das salas de exibição restritas aos *shopping centers* presentes na Região Metropolitana do Recife (RMR) gera barreiras econômicas e sociais de acesso às salas de cinema, prejudicando a exibição dos filmes locais lançados no circuito comercial. Algumas dessas barreiras estão relacionadas com a carência e falta de diversidade de empresas distribuidoras de filmes e com o sistema de salas de cinemas *multiplex*, já congestionado por títulos que geram renda para conglomerados transnacionais, os quais controlam boa parte das salas de cinema no Brasil (GATTI, 2007). Como forma de verificarmos a concentração geográfica/econômica das salas de cinema na RMR e a presença das multinacionais do ramo de exibição, podemos analisar os dados contidos no Quadro 5, que elenca as salas de cinema em atividade na RMR.

³ Para exemplificar e debater cada tipo de modelo de distribuição, Silva (2010) elencou um filme nacional, assim o modelo de filme para grande escala foi discutido a produção "Os dois filhos de Francisco" (2005, diretor Breno Silveira), para o tipo filme de nicho foi escolhida a obra "Cabra-cega" (2004, diretor Toni Venturi). O tipo filme médio foi exemplificado com as obras "Cidade Baixa" (2005, diretor Sérgio Machado) e "Casa de areia" (2005, diretor Andrucha Waddington). Essa tipologia busca lançar luz sobre os modelos mais utilizados de lançamento e comercialização de filmes no Brasil, possibilitando a realização de estudos comparativos acerca do resultado comercial obtido pelos filmes nacionais.

Criação	Nome	Lotação	Bairro	Proprietário
1952	Cinema São Luiz	992	Boa Vista	Fundação do Patrimônio Histórico e Artístico de Pernambuco – FUNDARPE (a partir de 2008)
1988	Cinema da Fundação	322	Derby	Fundação Joaquim Nabuco
1998	UCI Kinoplex Recife Shopping	2169 (10 salas)	Boa Viagem	<i>United Cinemas Internacional</i> Brasil - UCI
1998	UCI Kinoplex Shopping Tacaruna	1.376 (8 salas)	Santo Amaro	<i>United Cinemas Internacional</i> Brasil - UCI
2000	Apolo	284	Bairro do Recife	Prefeitura da Cidade do Recife
2003	Multiplex Boa Vista	869 (6 salas)	Boa Vista	Grupo Severiano Ribeiro
2004	Cinépolis Shopping Guararapes	2.492 (12 salas)	Piedade (Jaboatão dos Guararapes)	Cinépolis Brasil
2004	Moviemax Rosa e Silva	381 (3 salas)	Aflitos	PMC Cinemas
2008	UCI Kinoplex Plaza Casa Forte Shopping	1.063 (5 salas)	Casa Forte	<i>United Cinemas Internacional</i> Brasil - UCI
2012	Cinemark Rio Mar Recife	2.336 (12 salas)	Pina	Cinemark
2014	UCI Kinoplex de Lux Shopping Recife	659 (4 salas)	Boa Viagem	<i>United Cinemas Internacional</i> Brasil - UCI
2015	Cinema do Museu	166	Casa Forte	Fundação Joaquim Nabuco
2016	Cinesystem North Way Shopping	1.084	Centro (Paulista)	Cinesystem Cinemas

Quadro 5 – Salas de cinema da Região Metropolitana de Recife

Fonte: Elaboração própria (2016), atualizando Carvalho (2006).

OBS: As salas grifadas são mantidas por órgãos públicos e os cinemas Cinépolis Shopping Guararapes e Cinesystem North Way Shopping funcionam em cidades da Região Metropolitana de Recife, Jaboatão dos Guararapes e Paulista, respectivamente.

A lógica da exibição dos cinemas *multiplex* constitui um padrão de consumo pautado nos avanços tecnológicos expressos na produção e nos aparatos físicos das salas de cinema, desconsiderando o conteúdo das obras (CARVALHO, 2006). Esse formato de distribuição e exibição repercutiu no mercado exibidor pernambucano, alicerçado nas salas presentes nos *shopping centers*. O resultado dessa inversão de valores em relação ao consumo de filmes implicou na exploração comercial desse tipo de produto (ESTEVES; VIEIRA; FERASSO, 2016).

A negociação de espaços tanto de produção, como de consumo está vinculada à necessidade das obras circularem na sociedade e encontrarem oportunidades para gerar diálogo com o público. Nesse sentido, a plateia que se formou durante os últimos anos teve seu gosto formatado de acordo com padrões internacionais e também assimilou uma acomodação interpretativa diante do avanço e hegemonia nacional da televisão como principal distribuidor de conteúdo audiovisual (AZULAY, 2007).

A oposição estabelecida com os cinemas *multiplex* traz consigo uma memória que de cinema

como sendo um ritual de celebração artística que sucumbiu à centralização das salas de exibição de filmes no interior dos *shopping centers*. Essa mudança de localização geográfica repercute na perda de acesso que grupos minoritários tiveram quando os cinemas, no caso da cidade de Recife, encerraram suas atividades no centro da cidade e em muitos bairros de subúrbio, passando a existir quase que exclusivamente no sistema *multiplex*. O fato de esses cinemas serem controlados por conglomerados de mídia transnacionais estabelece uma rígida política de exibição na qual o filme que fica por mais tempo na programação dos exibidores é aquele que gera mais bilheteria, ocupando boa parte das salas em “estreias espetáculos” onde se impõe uma única opção de filme para o público.

Esse cenário de dominação econômica acentua o imperativo de uma participação ativa do Estado voltada para o interesse coletivo, uma vez que a atividade pública apenas reguladora fica à mercê dos imperativos do mercado (LORÊTO; PACHECO, 2007; DICKINSON; HARVEY, 2005). Compreendemos que nas políticas culturais o ideal a ser buscado “não é a imposição de ações por parte do Estado, mas seu planejamento e execução a partir das demandas das próprias comunidades” (LIMA, 2014, p. 126), rompendo com as perspectivas tradicionais acerca da implementação de políticas culturais atreladas ao paradigma *top-down* de política pública (TURINO, 2009).

A discussão dos mecanismos de governança que habilitam a produção cultural brasileira torna-se imperativa tanto no que tange a fatores indutores, quanto aos restritivos à dinâmica própria dos produtores culturais. Destacam-se aspectos como o acesso a recursos que potencializam a efetivação de novos projetos voltados para o desenvolvimento do setor, para a transparência nas destinações financeiras e na democratização do processo decisório com a escuta dos empreendedores culturais. Essa busca por recursos e legitimidade política desses atores reforçaria o caráter coletivo, inesgotável e não excludente da cultura, “restaurando a integridade da cadeia de produção/consumo [dos bens culturais] e destacando o seu resultado como benefício social”, de modo a protagonizar a perspectiva da “cultura como fenômeno vivo e dinâmico a animar a vida econômica e simbólica da sociedade, originada em toda parte.” (DÓRIA, 2009, p. 135).

4. Procedimentos metodológicos

O tratamento dos dados do estudo está no bojo da abordagem qualitativa de cunho interpretativo (MINAYO, 2014) e se reveste de uma análise do discurso, conforme as orientações de Maingueneau (1997, 1998) e Charaudeau e Maingueneau (2004). A partir da leitura dos textos que servem como fundamento para o estudo, foram identificadas problemáticas para cuja análise considerou-se ser apropriada a aplicação da categoria de campo discursivo a partir da orientação dos autores.

A noção de **campo discursivo** partilha do princípio da importância do interdiscurso sobre o discurso. “O campo discursivo não é uma estrutura estática, mas um jogo de equilíbrio instável” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2004, p. 92), isto é, um conjunto dos discursos que interagem em dado contexto, no interior dos quais formações discursivas e/ou posicionamentos discursivos estão em relação de embate. Essa relação é fundamental para a criação de fronteiras e limite entre posições dominantes e dominadas, centrais e periféricas que se organizam num mesmo campo discursivo e adotam configurações contingentes. Seguindo a orientação de Charaudeau e Maingueneau (2004), devemos deixar claro que não se estuda a totalidade de um campo discursivo, mas os pesquisadores devem trabalhar analiticamente com subconjuntos de um campo discursivo no qual, pelo menos, dois posicionamentos discursivos estejam relacionados.

Dessa forma, a ação do produtor cultural está imersa nos aspectos objetivos e concretos da realidade social que estruturas sustentam o referencial de sentidos compartilhados pelo grupo no qual atua (HALL, 2008). A escolha da análise do discurso como suporte analítico para esta tese deu-

se por meio das orientações contidas nos estudos de Du Gay et al. (2013), Foucault (2005) e Barker e Galasinski (2001) que alertam para o fato de que cada vez mais os processos econômicos se constituem formações discursivas.

A coleta dos dados consistiu numa composição de seis entrevistas semi-estruturadas, realizadas com produtores de audiovisual que atuam na produção cinematográfica em Recife. A escolha dos empreendedores culturais se deu por meio de uma pesquisa exploratória que incluiu a elaboração de um mapeamento com 54 produtoras de audiovisual de Pernambuco com foco na produção de filmes. Num segundo momento, as seis entrevistas semi-estruturadas foram transcritas e preparadas para o trabalho de análise. Participaram do estudo os produtores de cinema João Júnior (REC Produtores Associados), Renata Pinheiro (Aroma Filmes), Mannuela Costa (Plano 9 Produções), Marcelo Pedroso (Símio Filmes), Pedro Severien (Orquestra Cinema) e Camilo Cavalcanti (Aurora Cinema). Suas produtoras realizam filmes lançados comercialmente e com projeção no circuito de festivais nacionais e internacionais. Ao longo do próximo capítulo, a análise dos dados será apresentada contendo trechos das transcrições das entrevistas. Para cada entrevistado, criamos uma sigla contendo as suas iniciais. Dessa forma, as siglas JJ, RP, MC, MP, PS e CC representam cada entrevista elencada no quadro anterior.

5. O impacto da Regulação na produção de filmes: a constituição de um campo discursivo

Iniciamos a discussão acerca da regulação tratando da interface do discurso do **agenciamento público** voltada para a construção do campo discursivo, ou seja, os efeitos da *burocratização* e da *dependência*, decorrentes da crescente profissionalização e organização do setor de produção de cinema em Pernambuco. Tais mudanças ocorreram, sobretudo, para adequar as estruturas das empresas produtoras de cinema para a nova realidade que se construía. Dessa forma, o ajustamento dos mecanismos e processos referentes à ampliação do fomento por parte do Estado gerou uma estruturação do setor voltada para cumprir as “regras do jogo” impostas pelo poder público de acordo com o apontado com Santos e Dourado (2014). Nesse sentido, podemos perceber a presença e os efeitos da *burocratização* do fomento quando os produtores constroem ao redor de si uma estrutura organizacional necessária para responder às normas impostas. Por outro lado, há ainda uma postura de tratar do agenciamento público e seus mecanismos de controle como o único caminho possível para continuar produzindo. Alguns recortes que tratam da burocratização estão dispostos a seguir:

“o produtor executivo precisa saber é legislação audiovisual, porque como a gente trabalha muito com renúncia fiscal o produtor tem que conhecer muito sobre a legislação audiovisual [...] Mas legislação do audiovisual, se você trabalha com renúncia fiscal, você não pode fazer besteira se não você não faz um segundo projeto [...] porque as regras são muito rígidas pra utilização do dinheiro da renúncia fiscal” (JJ).

“qualquer coprodução no Brasil tem que passar pela Ancine... é uma burocracia terrível” (RP).

A burocratização expõe duas dificuldades operacionais que passaram a ser constitutivas dos formatos de organização que essas produtoras tiveram que elaborar pra si. Um deles é a profissionalização e formação continuada de pessoas especializadas em lidar com os editais públicos de fomento e a dinâmica a eles associada, a exemplo da prestação de contas e das ações de “desprodução”, como é chamado no meio todas as ações referentes ao fechamento/encerramento de um projeto de produção de filme. O segundo problema é a lentidão que alguns projetos enfrentam para serem viabilizados por conta de calendários nem sempre seguidos pelos órgãos de fomento, assim como, o fato de que esses editais podem inviabilizar a agilidade às vezes demanda para a execução de um projeto.

Por seu turno, o efeito *dependência* pode ser compreendido como mais uma linha tênue entre os discursos construídos em torno da ação do produtor cultural. Por um lado, observamos o posicionamento a favor do fomento público, por outro os efeitos da burocratização e da dependência ora por conta dos mecanismos de controle e governança, ora por conta da falta de interesse da iniciativa privada em investir nesses projetos. Abaixo alguns recortes que abordam esse efeito:

“Porque mesmo quando é uma empresa privada, ela normalmente está fomentando por renúncia fiscal. É muito raro que ela faça um marketing direto, então acaba sendo público” (JJ).

“E os editais de financiamento são 100% públicos” (PS).

“Mas sem isso aí [editais públicos de fomento] a movimentação de trabalho na produtora cairia pela metade” (CC).

O efeito da dependência também pode ser lido como constitutivo de certa “mendicância institucional” por parte de alguns produtores que dependem única e exclusivamente da verba pública para a elaboração, realização e distribuição de suas obras. Esse tipo de produtor convive em tensão com as produtoras mais estruturadas que já acessam mecanismos privados e voltados para o nicho do cinema autoral ou comercial ou independente a exemplo que é produzido em Pernambuco.

Os dois próximos discursos dialogam acerca do impacto da lógica de mercado que opera no interior do mercado audiovisual. O **imperativo mercadológico** associado ao avanço dos conglomerados de mídia no setor de exibição ou da televisão brasileira que expande cada vez mais seus produtos para a sala de cinema demanda do produtor o desenvolvimento de estratégias próprias para superar tais barreiras a fim de fazer seus filmes circularem, buscando modelos de distribuição alternativos a exemplo do que é discutido por Silva (2010).

“a gente tá com poucos distribuidores no Brasil e todos são meio que multinacionais, então eles vão privilegiar filmes que tem o formato americano, que não é o nosso. [...] É praticamente exigência do mercado isso.” (RP)

“É que o circuito exibidor de cinema está cada vez mais voltado para interesses mercantis [...] é uma janela que está aberta para filmes que sejam comercialmente rentáveis” (MP).

“a gente tá com poucos distribuidores no Brasil e todos são meio que multinacionais, então eles vão privilegiar filmes que tem o formato americano, que não é o nosso” (MC).

O imperativo mercadológico engendra uma série de normas e táticas comerciais que impedem que o filme produzido no Estado consiga alcançar um número de salas de exibição que dê destaque ao filme ou facilite o acesso do público local. Por conta desse aspecto, há em Recife um fortalecimento da imagem das salas de cinema mantidas pelo poder público, assim como as salas de pequenos grupos locais ou regionais que também miram nesse segmento de mercado, gerando uma disputa pelo público afeito aos filmes classificados como “de arte”.

Elencamos mais um discurso emergente nas análises e relacionado com a regulação do mercado: a dificuldade de driblar os **gargalos da circulação**. Os números relacionados com o público pagante é uma preocupação constante na fala de alguns produtores. Tal preocupação se esboça tanto em relação aos números (ao quantitativo) de espectadores, quanto em relação à dificuldade de algumas produtoras conseguirem gerar um ciclo sustentável de suas produções com o arrecadado em bilheteria. Abaixo duas passagens que exemplificam essa preocupação com a distribuição.

“[...] mas a distribuição e o fato das pessoas não conseguirem ver os filmes é o grande tormento de quem faz filme no Brasil atualmente” (MP).

“se a produção não é mais obstáculo o grande gargalo hoje que a gente enfrenta é a distribuição, talvez 90% dos filmes que são produzidos no Brasil não conseguem chegar ao seu público” (MP).

Contemplamos essa discussão tanto em relação às salas de cinema, como as empresas distribuidoras que são responsáveis pelo planejamento da comercialização do filme. Esse desafio esbarra ora na verticalização do setor junto a empresas multinacionais estrangeiras, ou na falta de recursos das empresas brasileiras que atuam no ramo e distribuem filmes de nicho em obterem cópias do filme, publicidade e inserção na mídia para a divulgação dos lançamentos.

Um dos discursos que permeiam o campo e indicam uma forma de articulação dos produtores para impulsionar a tanto a produção, como a circulação dos filmes é o **impacto tecnológico** que contribui para uma readequação de forças no tocante à organização do setor. Estabelecer a aproximação com as ferramentas tecnológicas contribuiu com a dinamização da produção no tocante ao acesso a materiais e equipamentos que democratizaram o acesso à realização de filmes. Abaixo constam alguns exemplos do modo como a tecnologia emergiu no debate com os produtores:

“Primeiro você teve a migração de uma plataforma que era antes do cinema na película para o cinema digital [...] o cinema digital é uma realidade que veio para baratear os custos de produção” (MP).

“A internet nós temos usado muito, nossos curtas, uns 5 curtas que a gente fez, todos já foram disponibilizados na internet depois de fazerem a carreira de festivais” (MP).

“[...] um formato de projeção digital de alta qualidade. Hoje é tipo um padrão mundial para projeção de alta definição” (PS).

Na outra ponta da circulação de um filme, a tecnologia digital possibilitou ainda o barateamento da realização de cópias dos filmes e a ampliou as possibilidades dessas obras circularem. Nesse sentido, o imperativo tecnológico reverbera ainda na dinâmica da produção e do consumo. Interessante notar que a apropriação de ferramentas tecnológicas de ponta, assim como a inserção em novas janelas de exibição projetadas para e na Internet contribuem para que filmes produzidos em locais como Pernambuco alcancem audiências que o sistema tradicional de distribuição não pudesse alcançar.

6. Considerações Finais

Como forma de destacar aspectos conclusivos emergentes deste estudo, voltamos ao questionamento central desse estudo: **como o marco regulatório voltado para a produção de cinema influencia a ação dos realizadores do setor em Pernambuco?**

Na leitura do campo discursivo descrito anteriormente, os discursos “agenciamento público”, “imperativo mercadológico”, “imperativo tecnológico” e “gargalos de circulação” expõem o fato de que a produção cultural é um espaço de tensão contínua entre as forças estruturantes do Estado e do Mercado e as necessidades e idiosincrasias do produtor cultural, exercendo sua ação em meio a redes de parceiros, informação e capitais. Esse campo expõe as significações representativas de dado contexto sócio-histórico de uma comunidade de produtores culturais. Essa consciência com respeito à própria experiência faz com que um conjunto de elementos locais seja reinterpretado, culminando na existência de focos de resistência à dominação cultural que busca saídas alternativas para que o local possa ser ouvido e interagir em âmbito global.

A ação dos produtores culturais analisados indica a sobreposição do indivíduo com o aparato institucional do setor, repercutindo na geração e distribuição de capitais por meio do fortalecimento de relacionamentos e na mobilização dos capitais envolvidos na produção de bens culturais. Nesse sentido, avançamos com a discussão acerca da produção cultural ao lançar luz sobre os aspectos centrais emergentes dessa ação no contexto da produção de cinema. Outro aspecto importante é o

diálogo estabelecido entre os campos da produção cultural e com os Estudos Organizacionais buscando estabelecer uma agenda política que traz a dinâmica da cultura como um *locus* privilegiado para discutir formatos organizacionais alternativos no campo da Administração. Avançamos ainda com a leitura discursiva sobre o fenômeno analisado ancorado na perspectiva das políticas culturais e do seu impacto na elaboração de um marco regulatório que possibilitou a [re]constituição do setor de produção de cinema em Pernambuco.

Os achados deste estudo geram indícios que podem contribuir tanto com a ação do produtor cultural, como dos próprios formuladores de política pública para a área. Quanto aos produtores as principais implicações versam sobre a necessidade de pensar sua atuação para além da produção e vislumbrar possibilidade de fazer os filmes circularem de forma a romper as tradicionais barreiras encontradas no tocante à distribuição. Por sua vez, aos formuladores de política pública, o foco da atuação deveria incluir e abordar os mecanismos relacionados com o consumo e com a distribuição dos filmes a fim de rompermos com o fato de que já é possível realizar filmes no país, mas não sabemos se esse mesmo filme alcançará sua plateia.

Referências

- ARRUDA, M. A. do N. A Política Cultural: regulação estatal e mecenato privado. **Tempo Social**, v. 15, n. 2, nov., 2003, p. 177-193.
- AZULAY, T. J. Por uma política cinematográfica brasileira do século XXI. In: MELEIRO, A. **Cinema no mundo: indústria, política e mercado**. São Paulo: Escrituras, 2007. v. II. América Latina. p. 65-97.
- BARKER, C.; GALASINSKI, D. **Cultural Studies and Discourse Analysis: a dialogue on language and identity**. Londres: Sage Publications, 2001.
- BERNARDET, J-C. **Historiografia Clássica do Cinema Brasileiro: metodologia e pedagogia**. 2. ed. São Paulo: Annablume, 2008.
- BERTELLI, A. M.; CONNOLLY, J. M.; MASON, D. P.; CONOVER, L. C. Politics, management, and the allocation of arts funding: evidence from public support for the arts in the UK. **International Journal of Cultural Policy**, v. 20, n. 3, 2014, p. 341-359.
- BOLAÑO, C. Da derivação à regulação: para uma abordagem da Indústria Cultural. **Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación**, v. 5, n.3, set./dez., 2003, p. 6t0-96.
- BOTELHO, I. As dimensões da cultura e políticas públicas. **São Paulo em Perspectiva**, v. 15, n. 1, 2001, p. 73-83.
- BRASIL. **Medida Provisória No 2.228-1**, de 6 de setembro de 2001.
- BRASIL. **Lei No 11.437**, de 28 de dezembro de 2006.
- CARVALHO, L. A. **Pressões ambientais e mudanças institucionais no campo do cinema em Pernambuco**. 2006. 151f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Administração, UFPE, Recife, 2006.
- CHARAUDEAU, P.; MAINGUENEAU, D. **Dicionário de análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2004.
- CUNHA FLHO, P. C. Apresentação. In: _____. (org.) **Relembrando o Cinema Pernambucano: dos arquivos de Jota Soares**. Recife: Editora Massangana, 2006, p. 7-13.
- _____. **A Utopia Provinciana**: Recife, Cinema, Melancolia. Recife: Editora Universitária da UFPE, 2010.
- _____. **A imagem e seus labirintos: o cinema clandestino do Recife (1930-1964)**. Recife: Nektar, 2014.
- CUNNINGHAM, S. The creative industries after cultural policy: a genealogy and some possible preferred futures. **International Journal of Cultural Studies**, v. 7, n. 1, 2004, p. 105-116.

- DICKINSON; M.; HARVEY, S. Film policy in the United Kingdom: New Labour at the movies. **The Political Quarterly**, v. 76, n. 3, jul., 2005, p. 420-429.
- DÓRIA, C. A. Teses (Equivocadas ou Não) sobre o Estado e a Cultura Brasileira. In: CRIBARI, I. (org.) **Economia da Cultura**. Recife: Editora Massangana, 2009, p.100-129.
- DU GAY, P.; HALL, S.; JANES, L.; MACKAY, H.; NEGUS, K. **Doing Cultural Studies: The Story of the Sony walkman**. 2. ed. Londres: SAGE Publications, 2013.
- ESTEVES, P. S.; VIEIRA, L. M. M.; FERASSO, M. As Estratégias e Tendências nas Salas de Exibição no Brasil. **RELICI - Revista Livre de Cinema**. v. 3, n. 2, mai/ago, 2016, p. 22-36.
- FIGUEIRÔA, A. **O Cinema Super 8 em Pernambuco: do lazer doméstico à resistência cultural**. Recife: FUNDARPE, 1994.
- _____. **Cinema Pernambucano: uma história em ciclos**. Recife: Fundação de Cultura Cidade do Recife, 2000.
- FONSECA, N. A. **Da lama ao cinema: interfaces entre o cinema e a cena mangue em Pernambuco**. 2006. 125f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, UFPE, Recife, 2006.
- FORNAZARI, F. K. Instituições do Estado e Políticas de Regulação e Incentivo ao Cinema no Brasil: o Caso ANCINE e ANCI NAV. **Revista de Administração Pública – RAP**, v. 40, n. 4, jul./ago., 2006, p. 647- 677
- FOUCAULT, M. **A Ordem do Discurso**. 9. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2005.
- GATTI, A. O mercado cinematográfico brasileiro: uma situação global? In: MELEIRO, A. **Cinema no Mundo: indústria, política e mercado**. v. II, América Latina. São Paulo: Escrituras Editora, 2007, p. 99-142.1617
- GUERRA, J. R. F.; PAIVA JÚNIOR, F. G. A Ação Indutora do Estado e os Incentivos para o Cinema: uma reflexão sobre políticas públicas no setor do audiovisual. In: AGUIAR, S. M. B. (Org.). **Gestão Pública: Práticas e Desafios**. Recife: Bagaço, v. 2, p. 471-494, 2009.
- _____. Empreendedorismo Cultural na produção cinematográfica: a ação empreendedora de realizadores de filmes pernambucanos. **RAI - Revista de Administração e Inovação**. v. 8, n. 3, jul./set., 2011, p. 78-99.
- _____. O Empreendedorismo no campo da produção cultural: analisando a dimensão privada da ação empreendedora no audiovisual. **RELICI - Revista Livre de Cinema**. v. 1, n. 2, mai./ago., 2014, p. 55-73.
- HALL, S. **Da Diáspora: identidades e mediações culturais**. 2. reimp. rev. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008.
- HESMONDHALGH, D.; PRATT, A. C. Cultural industries and cultural policy. **International Journal of Cultural Policy**. v.11, n. 1, 2005, p. 1-13.
- LIMA, L. P. B. As políticas culturais como espaço de intervenção crítica dos estudos culturais. In: GRIMSON, A. (org.) **Culturas Políticas y Políticas Culturales**. Buenos Aires: Fundación de Altos Estudios Sociales, 2014, p. 117-131.
- LOBATO, R. Creative industries an informal economies: lessons from Nollywood. **International Journal of Cultural Studies**. v. 13, n. 4, 2010, 337-354.
- LORÊTO, M. S. S.; PACHECO, F. L. A inserção da lógica de mercado no campo cultural: a relação entre as instituições bancárias e a cultura em Recife. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 5, n. 4, dez., 2007, p. 1-14.
- LUCA, L. G. A. **A Hora do Cinema Digital: democratização e globalização do audiovisual**. São Paulo: Imprensa Oficial, 2009.
- MAINGUENEAU, D. **Termos-Chave da Análise do Discurso**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.
- _____. **Novas Tendências em Análise do Discurso**. 3. ed. Campinas, SP. Pontes: Universidade Estadual de Campinas, 1997.

- MATTA, J. P. R. Políticas Públicas Federais de Apoio à indústria Cinematográfica brasileira: um histórico de ineficácia na distribuição. In: MELEIRO, A. (org.) **Cinema e Mercado**. São Paulo: Escrituras, 2010.
- MINAYO, M. C. S. **O desafio do Conhecimento**: pesquisa qualitativa em saúde. 14 ed. São Paulo: HUCITEC, 2014.
- NOGUEIRA, A. M. C. **O novo ciclo de cinema em Pernambuco**: a questão do estilo. Recife: Editora da UFPE, 2009.
- _____. **A Brodagem no Cinema Em Pernambuco**. 2014. 235f. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, UFPE, Recife, 2014.
- PAIVA JÚNIOR, F. G.; GUERRA, J. R. F.; ALMEIDA, S. L. A Dimensão Pública da Ação do Empreendedor Cultural na Produção de Cinema. **Cadernos de Estudos Sociais**, v. 27, n. 1, 2012, p. 155-170.
- PERNAMBUCO. **Lei Nº 15.307**, de 4 de junho de 2014.
- SALDANHA, G. L. **Geração Árido Movie**: o cinema cosmopolita dos anos noventa em Pernambuco. 2009.142f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-graduação em Multimeios, UNICAMP, Campinas, 2009.
- SERRA, N.; FERNANDEZ, R. S. Economia Criativa: da discussão do conceito à formulação de políticas públicas. **Revista de Administração e Inovação**, v. 11, n. 4, out./dez., 2014, p. 355-372.
- SILVA, H. C. **O Filme nas Telas**: a distribuição do cinema nacional. São Paulo: Editora Terceiro Nome, 2010.
- SIMIS, A. Cinema e Democracia: rimas e contrastes. **Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación**, Dossiê Especial Cultura e Pensamento, v. 2 - Dinâmicas Culturais, dez., 2006, p. 59-69.
- TURINO, C. **Ponto de Cultura**: O Brasil de Baixo para Cima. São Paulo: Anita Garibaldi, 2009.
- WAI, M. K. In search of the marketing in China: the regional dimension of Hong Kong's creative industries. **International Journal of Cultural Studies**. v. 9, n. 3, 2006, p. 333-345.
- WANG, J. The global reach of a new discourse: how far can 'creative industries' travel? **International Journal of Cultural Studies**. v. 7, n. 1, 2004, p. 9-19.