

Lei da tv paga: desafios modernos e globais do cinema brasileiro e/ou independente

Ley de tv paga: desafíos modernos y global del cine brasileño y/o independiente

Pay tv law: modern and global challenges of the brazilian cinema and/or independent

Pedro Andrade Caribé

Graduado em comunicação com habilitação em jornalismo pela Universidade Federal da Bahia, mestre e doutorando pelo programa de pós-graduação em comunicação na linha de políticas de comunicação e cultura na Universidade de Brasília
Contato: andradecaribe@gmail.com

Resumo:

O artigo descreve e analisa as relações do cinema brasileiro e/ou independente com a Lei 12.485/2011, mais conhecida como Lei da TV Paga. As ações mais significativas nessa relação estão na ampliação do fomento via Fundo Setorial do Audiovisual e nas garantias de distribuição nos canais da TV por assinatura. Os resultados dos três primeiros anos permitem comprovar a seletividade da cinematografia reconhecida por esse mecanismo regulatório. O artigo busca resgatar as relações dessa seletividade com um ideal moderno e sua reconfiguração na globalização, e encontra no discurso predominante da convergência um entrave político.

Palavras-chave: Políticas de Comunicação. Audiovisual. Lei da TV por Assinatura. Cinema brasileiro.

Resumen:

El artículo describe y analiza la relación del cine brasileño y/o independiente de la Ley 12.485/2011, mejor conocida como la Ley de TV Paga. Las acciones más importantes son la ampliación de la promoción a través del Fondo Sector Audiovisual y la distribución de las garantías en los canales de televisión pago. Los resultados de los tres primeros años de la Ley proporcionan oportunidades para la selectividad de la cinematografía reconocido por este mecanismo de regulación. El artículo trata de rescatar a su selectividad relaciones con un ideal moderno y su reconfiguración en la globalización, y es el discurso predominante de la convergencia en un obstáculo político.

Palabras claves: Políticas de comunicación. Audiovisuales. Ley TV Paga. Cine brasileño.

Abstract:

The article describes and analyses relations of the Brazilian cinema and/or independent, with the Law 12.485/2011, more known as Pay TV Law. The actions more meaningful are in the amplification of the fomentation through the Audiovisual sectorial fund and in the guaranties of distribution in pay TV channels. The results of the first three years of the law allowed to prove the selectivity of cinema recognized by this regulatory mechanism. The article searches to rescue the relations of this selectivity with a modern ideal and its reconfiguration in the globalization, and finds in the predominant speech of the convergence, a political obstacle.

Keywords: Communication's politics. Audiovisual. Pay TV Law. Brazilian cinema.

Introdução

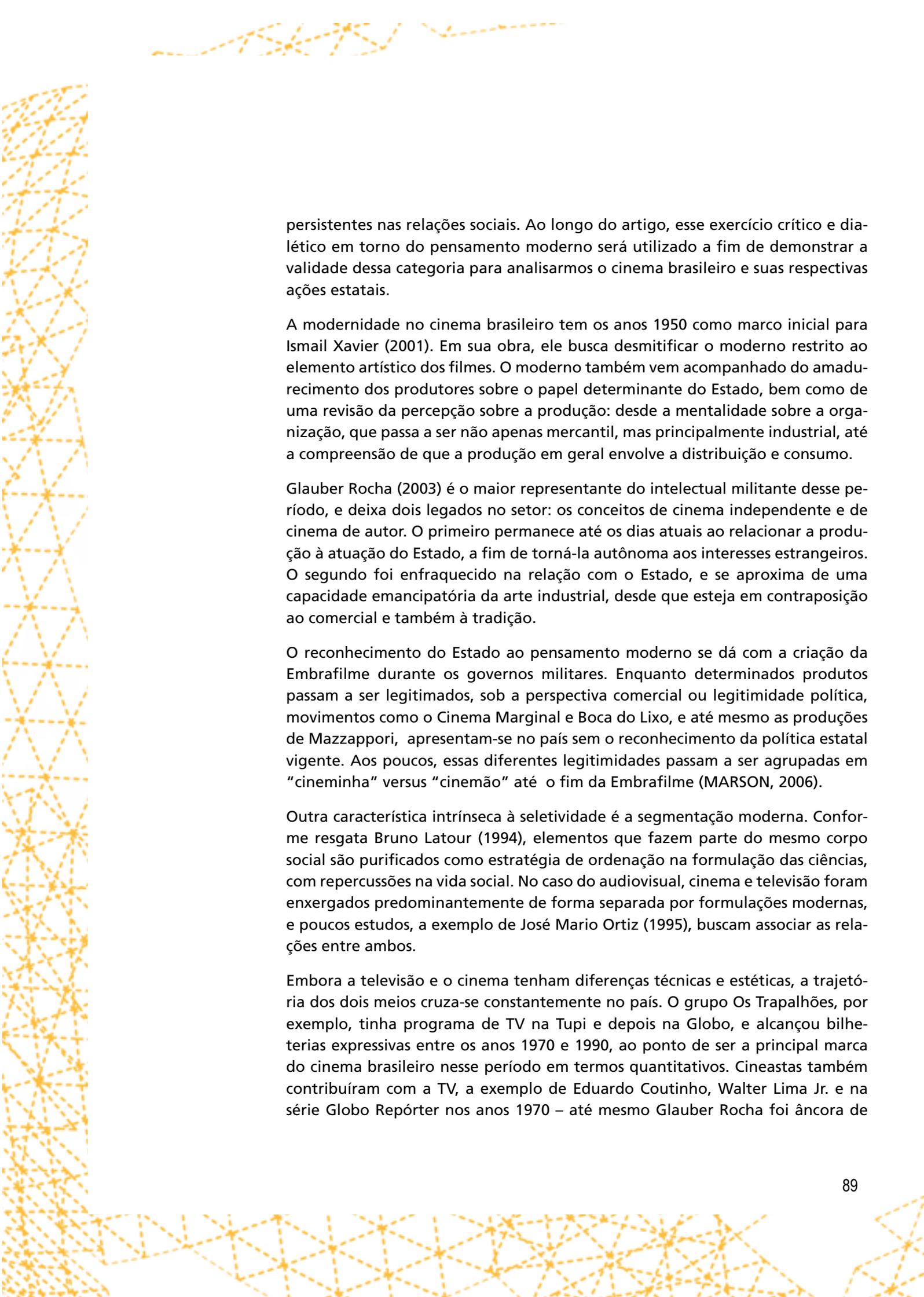
As dificuldades para debater uma ampla lei de mídia no Brasil, resultam, entre outras coisas, em dificuldades de desenvolver uma ação coordenada do Estado nacional em prol do cinema brasileiro. Durante cinco anos, o Congresso Nacional (2007-2011) se deparou com a demanda das operadoras de telecomunicações em unificar as regras da TV por assinatura e, como um castelo de cartas, teve que enfrentar conjuntamente reivindicações envoltas no conteúdo audiovisual oriundas do maior grupo de mídia do país, as Organizações Globo, e também do cinema brasileiro e/ou independente.

O resultado desse ensaio de uma regulação geral das comunicações eletrônicas está expresso na Lei 12.485 (BRASIL, 2011), mais conhecida como Lei da TV Paga. No tocante ao cinema, o dispositivo enfrenta dificuldades históricas nos mecanismos de distribuição e na falta de estabilidade e autonomia nas iniciativas de fomento. Dessa forma, foram instauradas cotas na programação e empacotamento da TV por assinatura, e aumento nas fontes de arrecadação direcionadas ao fomento de caráter público. Além do mais, aplicaram-se novas diretrizes normativas nos direitos autorais a fim de proteger o conteúdo brasileiro e independente.

O problema posto neste artigo é analisar se, e quanto essas medidas representam rupturas ou continuidades no cinema brasileiro. Para isso, vamos recorrer ao debate habitual nas ciências sociais quanto às associações entre as suas formulações e projetos políticos, econômicos e culturais implementados com o aporte dos Estados nacionais. A modernidade, nesse sentido, é uma categoria utilizada com frequência para avaliar historicamente esses processos, e tem no discurso da globalização um mecanismo de reconfiguração dos seus elementos epistêmicos. No caso do cinema brasileiro, veremos como o encontro com a modernidade e globalização estão presentes na sua história e reverberam em reconhecimentos, exclusões e conformidades na Lei da TV Paga.

Do moderno ao global

No resgate das formulações modernas nas ciências sociais, Raewyn Connell (2010) e Gurminder Bhambra (2012) demarcam que esse conhecimento está embutido em um projeto de dominação e colonização. As críticas das autoras não estão endereçadas, necessariamente, à nacionalidade ou origem das formulações, e sim aos modelos epistêmicos adotados, que têm como uma das características construir estruturas de pensamento com teor universalizante, porém lastreadas na seleção de processos e agentes sociais. Bhambra, por sua vez, vai tentar fugir do imobilismo ao reconstruir múltiplas e plurais modernidades, ao reconectar historicamente elementos ocultados nas narrativas das ciências, porém ainda



persistentes nas relações sociais. Ao longo do artigo, esse exercício crítico e dialético em torno do pensamento moderno será utilizado a fim de demonstrar a validade dessa categoria para analisarmos o cinema brasileiro e suas respectivas ações estatais.

A modernidade no cinema brasileiro tem os anos 1950 como marco inicial para Ismail Xavier (2001). Em sua obra, ele busca desmitificar o moderno restrito ao elemento artístico dos filmes. O moderno também vem acompanhado do amadurecimento dos produtores sobre o papel determinante do Estado, bem como de uma revisão da percepção sobre a produção: desde a mentalidade sobre a organização, que passa a ser não apenas mercantil, mas principalmente industrial, até a compreensão de que a produção em geral envolve a distribuição e consumo.

Glauber Rocha (2003) é o maior representante do intelectual militante desse período, e deixa dois legados no setor: os conceitos de cinema independente e de cinema de autor. O primeiro permanece até os dias atuais ao relacionar a produção à atuação do Estado, a fim de torná-la autônoma aos interesses estrangeiros. O segundo foi enfraquecido na relação com o Estado, e se aproxima de uma capacidade emancipatória da arte industrial, desde que esteja em contraposição ao comercial e também à tradição.

O reconhecimento do Estado ao pensamento moderno se dá com a criação da Embrafilme durante os governos militares. Enquanto determinados produtos passam a ser legitimados, sob a perspectiva comercial ou legitimidade política, movimentos como o Cinema Marginal e Boca do Lixo, e até mesmo as produções de Mazzappori, apresentam-se no país sem o reconhecimento da política estatal vigente. Aos poucos, essas diferentes legitimidades passam a ser agrupadas em “cineminha” versus “cinemão” até o fim da Embrafilme (MARSON, 2006).

Outra característica intrínseca à seletividade é a segmentação moderna. Conforme resgata Bruno Latour (1994), elementos que fazem parte do mesmo corpo social são purificados como estratégia de ordenação na formulação das ciências, com repercussões na vida social. No caso do audiovisual, cinema e televisão foram enxergados predominantemente de forma separada por formulações modernas, e poucos estudos, a exemplo de José Mario Ortiz (1995), buscam associar as relações entre ambos.

Embora a televisão e o cinema tenham diferenças técnicas e estéticas, a trajetória dos dois meios cruza-se constantemente no país. O grupo Os Trapalhões, por exemplo, tinha programa de TV na Tupi e depois na Globo, e alcançou bilheterias expressivas entre os anos 1970 e 1990, ao ponto de ser a principal marca do cinema brasileiro nesse período em termos quantitativos. Cineastas também contribuíram com a TV, a exemplo de Eduardo Coutinho, Walter Lima Jr. e na série Globo Repórter nos anos 1970 – até mesmo Glauber Rocha foi âncora de

programa da extinta Tupi, o Abertura. No âmbito regulatório, Orlando Senna (2014) enxerga uma complementação entre as duas plataformas:

A ditadura teve a preocupação de dizer: “Somos modernos. O cinema, a televisão, as estradas. Somos contemporâneos ao que acontece com o mundo inteiro”. Mas a imagem real era desastrosa. Isso não é uma coisa a ser confirmada com provas e documentos, mas a história nos mostrou a complementação dessas duas plataformas no projeto moderno do Estado. Se a ideia era colocar a televisão no Brasil inteiro, tinha que ter conteúdo. Por isso o governo militar se interessou na ideia dos cineastas. Teve complementação porque a Embrafilme foi firmada com muitos recursos e durou muitos anos. Não acho que foi por acaso, o Golbery, o grande intelectual, não faria algo aleatório. Eles estavam dando muito dinheiro para as empresas privadas. (informação verbal).¹

¹ Entrevista oral.

Infelizmente, se tal complementariedade ocorreu, não teve como consequência estimular produções nacionais ao ponto de sobrepujar as salas de exibição, muito menos no espaço reservado aos filmes na programação da televisão. Tal quadro viria a se aprofundar no período a seguir, marcado pelo discurso da globalização.

Para Connell (2010) a globalização é a reconfiguração da modernidade, relacionada com a linguagem midiática e a ação de empresários no crescimento do neoliberalismo. Nesse período, a sociologia retomou a sina de querer falar sobre o mundo inteiro, sendo o caminho mais recorrente a reificação da ideia de globalização como nova forma de sociedade marcada por mudança no sentido do Estado nação, os processos de integração, o fim de fronteiras e a reflexividade entre atores políticos. A autora também destaca que leituras, basicamente oriundas do Sul global, têm produzido outra visão sobre a globalização, a exemplo do pensamento do geógrafo brasileiro Milton Santos.

Santos (2001) defende que a globalização é vendida como fábula por meio de imagens e o mito do fluxo instantâneo de informações; escamoteia-se, assim, a globalização como processo real, perverso, repleto de desigualdades e miséria. A produção dessa globalização para ele tem como prática a separação entre técnica e política.

Considera-se nesse estudo que a gramática recorrente nessa produção da globalização perversa nas indústrias do audiovisual é o discurso da convergência de mídias ou da convergência tecnológica. Ela representa a separação entre técnica e política, em uma apropriação conservadora do postulado original elaborado por Ithiel de Sola Pool (1983). Dessa forma, a convergência passa a subsidiar o discurso de grandes grupos empresariais para a concentração dos mercados, contínua privatização do espaço público e padronização das expressões culturais.

Por outro lado, não se pode perder a perspectiva de encontrar caminhos para enfrentar esse perfil conservador. Milton Santos irá apontar a capacidade de reversibilidade desse quadro com a construção de uma outra globalização, susten-



tada na cultura popular e capaz de produzir maior diversidade e equilíbrio de narrativas.

No audiovisual brasileiro, a década de 1990 começa com o enfraquecimento do Estado Nacional após o fim da Embrafilme e o reposicionamento da indústria estrangeira. Anita Simis (1998) aponta a persistência de problema nevrálgico presente desde os anos 1940: a incidência, particularmente de Hollywood, na exibição e distribuição. Nas salas de cinema, o modelo multiplex é dominado por dois grupos norte-americanos (Cinemax e National Amusement). Quanto à distribuição, Simis descreve que passa a ser dominada por grandes estúdios, então responsáveis por 85% da produção norte-americana (Columbia Pictures, Walt Disney, 20th Century Fox, MGMIPathe, Paramount, MeA/Universal, Warner Bros). Uma diferença substantiva é que dessa vez esses mesmos estúdios também passam a predominar nos canais de filmes e séries da TV por assinatura.

Fragilizado o cinema nacional, o paradigma independente é reoxigenado com profissionais e empresas oriundas do movimento do vídeo independente e suas interseções com a publicidade e televisão, a exemplo da O2 e Conspiração Filmes. Além de se associar ao mercado de televisão, os profissionais dessas produtoras aproveitaram tecnologias de vídeo, presentes no país desde o fim dos anos 1970; e ainda no decorrer da década de 1990 a digitalização facilitou as atividades das empresas com esse perfil.

No mesmo período, pairou uma ilusão liberal sobre os cineastas envolvidos com o Estado, que passam a apoiar políticas sustentadas pela renúncia fiscal (MARSON, 2006). Essas ações, sob condições de produção facilitadas pela digitalização, impulsionaram a produção de longas-metragens. Produtores com décadas de atuação saíram à frente, a exemplo da LC Barreto, liderada por Luiz Carlos Barreto, o Barretão. Utilizando atores, divulgação e por vezes até diretores que mantiveram suas atividades majoritariamente nas novelas da TV, alguns filmes obtiveram público e indicações ou prêmios expressivos tendo como ápice a coprodução internacional *Central do Brasil* (SALLES, 1998).

O debate sobre o caráter independente e o conseqüente apoio estatal era uma condição existencial do cinema brasileiro. Até que no mesmo ano de lançamento de *Central do Brasil*, 1998, a Globo Filmes foi lançada, estimulando uma revisão do paradigma. A proposta inicial era ser distribuidora, e assim comprar filmes independentes e circular internacionalmente, porém o quadro de competição a faz no segundo ano entrar apenas como apoiadora e coprodutora, inclusive propensa a captar recursos por meio da Lei do Audiovisual (BRASIL, 1993).

A sinergia do cinema com a TV Globo vai além dos artistas e divulgação, e tem como marco *O Auto da Compadecida* (ARRAES, 2000). Considerado por Lia Bahia e Tunico Amâncio (2010, p. 122) “um ‘projeto piloto’ da reinvenção do audiovisu-

2 A Globosat se associa a um grupo de produtores nacionais: Luiz Carlos Barreto (Barretão), Zelito Vianna, Marco Altberg, Roberto Farias, Anibal Massaini Neto, Patrick Saretta, André Saddy e Paulo Mendonça.

3 A Lei do Cabo foi formulada antes da privatização da Telebrás, e estabeleceu o conceito de rede pública para autorizar a exploração comercial da tevê a cabo. No tocante à programação, foram implementadas medidas que garantiam canais de interesse público, e, por isso, viabilizou o início dos canais dos poderes legislativo, judiciário, executivo, bem como comunitários, universitários, e um voltado para a produção independente brasileira, o Canal Brasil.

4 Ainda assim, a MP não deixou a Ancine isolada. Ela também estabelece princípios gerais da Política Nacional do Cinema, cria o Conselho Superior do Cinema, institui o Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Nacional - PRODECINE, autoriza a criação de Fundos de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional – FUNCINES, altera a legislação sobre o Condecine e institui novas políticas de cotas na tela nas salas de cinema.

al brasileiro”, envolvendo uma multiplicidade de formatos, primeiro uma minissérie e depois um longa-metragem com a distribuição da Columbia Tri Star (EUA).

Tal conexão entre plataformas no principal grupo de mídia do país é anterior a Globo Filmes, e tem como pedra fundamental o lançamento da Globosat em 1991. O negócio envolvia a operação do serviço e um pacote que abrangia canais de esportes, notícias, shows e filmes em associação com a Paramount, Fox, Universal e MGM. Já a parceria com a produção brasileira e independente se fortalece com o Canal Brasil,² viabilizado a partir de obrigações da Lei do Cabo (BRASIL, 1995).³

Nesse quadro de transformações, as tentativas de reformular a política para o audiovisual estiveram presentes nas movimentações do III Congresso Brasileiro de Cinema (2000). Foi um momento ímpar de articulação de antigos e novos produtores independentes, e resultou num grupo de trabalho governamental responsável por criar a Agência Nacional do Cinema (Ancine), por meio da Medida Provisória 2.228-1/2001, envolvendo atividades de regulação restritas ao cinema e fomento à produção, sem recursos financeiros diretos ou autônomos.⁴ Todavia, a Ancine foi atrofiada por pressões da Globo, a fim de não abarcar a televisão aberta, e das *majors* para não taxar em 11% suas remessas de lucro ao exterior, inclusive com ameaças de recurso à Organização Mundial do Comércio (OMC). Nesse último caso, o governo atendeu com a possibilidade de abater em até 70% do imposto de renda com a realização de coproduções via Lei do Audiovisual (BRASIL, 1993).

Na TV por assinatura, fora o Canal Brasil, havia uma incipiência da associação da produção brasileira e independente nas programadoras estrangeiras. De fato, essa associação era restrita aos mecanismos de “chantagem fiscal” oriundos da MP 2.228-1. As programadoras passaram a deter até 70% no abatimento do imposto de renda para investir em coproduções e ainda mantinham os direitos autorais das obras. Elas se valeram desses mecanismos para se aliar à Globo Filmes nas seis obras mais assistidas em 2003. Ano esse, responsável pelo recorde histórico do conteúdo nacional nas salas de cinema: 22% no *market share*, o que representou 22 milhões de espectadores.

Tabela 1 – Filmes coproduzidos pela GloboFilmes em 2003

FILME	EMPRESA INTERNACIONAL	ESPECTADORES
Carandiru	Columbia	4.693.853
Lisbela e o Prisioneiro	FOX	3.174.643
Maria, Mãe do Filho de Deus	Columbia	2.332.873
Xuxa Abracadabra	Warner	2.214.481
Didi, O Cupido Trapalhão	Columbia	1.758.579
Deus é Brasileiro	Columbia	635.212,00

Fonte: IKEDA, 2011, com adaptações.

Políticas nacionais e internacionais pós-Ancine

As novas associações da produção brasileira e/ou independente na TV por assinatura propiciaram maior expertise dos profissionais nacionais, todavia, não representaram uma visão otimista sobre o conteúdo brasileiro. No primeiro governo Lula (2003-2006), o Ministério da Cultura (MinC) passou a representar com maior intensidade as reivindicações da produção brasileira e independente, muitas das quais fora do padrão moderno até então vigente. A Secretaria do Audiovisual (SAv) era então gerida por Orlando Senna, oriundo da geração do cinema moderno, porém, seguidor de linha de cooperação internacional fora de Hollywood ao ponto de ter dirigido a *Escuela Internacional de Santo Antonio de Lós Baños*, situada em Cuba. Senna também traz experiência de audiovisual sem a segmentação regulatória entre cinema e TV, bem como concepção favorável à comunicação pública e à diversidade cultural. Renata Rocha (2014) resgata que a primeira ação da SAv foi extinguir o canal por assinatura TV Cultura e Arte – exibido pela TV Escola – responsável por quase um terço do orçamento da Secretaria. E, no seu lugar, iniciaram-se as formulações para uma emissora pública de TV e políticas públicas, a começar pelo DocTV. Já em 2014 a proposta de retornar a Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual (ANCINAV) foi rapidamente abortada após as críticas de suposto dirigismo cultural por parte de grandes grupos de mídia nacional e até mesmo por representantes da produção independente.⁵

⁵ Dois depoimentos são emblemáticos deste momento. O primeiro é o artigo “A Tv não é o problema” do então vice-presidente das Organizações Globo, João Roberto Marinho (Folha de São Paulo, 02/09/2004). O segundo é do diretor Cacá Diegues. Ele teceu críticas duras no Jornal Nacional (14/09/2004): “Nós estamos passando um cheque em branco pra qualquer governante que venha no futuro”.

O passo concreto posterior foi interceder no fomento ao criar o Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) por meio da Lei 11.437 (BRASIL, 2006). Regulamentado como categoria específica do Fundo Nacional de Cultura (FNC), o FSA passa a gerenciar os recursos oriundos da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional (CONDECINE), por meio do Comitê Gestor, composto por representantes da sociedade civil e poder público, em especial a Ancine, responsável por secretariar o órgão. O FSA passa a atuar diretamente no estímulo à produção, distribuição e até exibição brasileira e/ou independente, por critérios próprios, representados por suas linhas de ações, se constituindo como via paralela às políticas de renúncia fiscal.

No segundo mandato de Lula (2007-2010), uma medida significativa surge para a distribuição da produção independente na televisão aberta: a Lei 11.652 (BRASIL, 2008). Por meio dela foi criada a Empresa Brasil de Comunicação (EBC) e definidas reservas de 10% de conteúdo regional e de 5% de conteúdo independente na programação semanal da TV Brasil, entre os horários das 6 (seis) às 24 (vinte e quatro) horas. Tal iniciativa buscava refazer um histórico de insuficiência do sistema público de televisão no país, e dessa forma, apresentar outro modelo de programação e relacionamento com o produtor independente.

Nesse cenário de transformações, o maior grupo empresarial das comunicações no país, as Organizações Globo, também se movimentou. No início do primeiro mandato do governo Lula, a Globo passava por grave crise financeira, devido à

6 Foram as rodadas de negociação do Acordo Geral de Tarifas e Comércio (GATT) que resultou na criação da Organização Mundial do Comércio (OMC). Nesse processo, os bens culturais obtiveram tratamento diferenciado em relação às regras de livre comércio predominantes no período.

7 Oi, Telefônica, GVT, Claro, Embratel e Net Serviços foram as principais interessadas nesta alteração.

alta do dólar e também aos altos investimentos na operação da TV por assinatura (POSSEBON, 2009). Num panorama de competição com empresas transnacionais, não vingou o projeto amplo de convergência da Globo, que envolvia a infraestrutura e o transporte, e até as atividades finalísticas do audiovisual, em especial por meio da participação majoritária na Sky e Net Serviços.

Restou então a convergência enquanto sinergia da produção e programação, porém, dessa vez com o temor de perder a disputa no cenário de multiplicidade da oferta para empresas estrangeiras, inclusive aquelas com altos lucros na oferta de serviços de telecomunicações e experiência na produção de conteúdo, a exemplo da Telmex – Telefónos do México, do magnata Carlos Slim, responsável por comprar da Globo 49% das ações da Net Serviços em 2004.

No “Conteúdo Brasil – Seminário de Valorização da Produção Cultural Brasileira” (2004), a empresa reuniu atores, diretores e escritores para alertar o país sobre um suposto risco à soberania. Depois, apoiou projetos de lei no Congresso Nacional a fim de colocar limites à participação do capital estrangeiro na exploração do conteúdo. O objetivo da Globo era manter-se como a principal corporação em atuação no país no audiovisual, apesar de continuar contrária às medidas que pudessem atender diretamente à produção independente, haja vista a tentativa de regulamentar o Art. 221 da Constituição Federal, que prevê a participação da produção regional e independente na radiodifusão. A nível internacional, a posição liberalizante do país, influenciada pela Globo durante o período de expansão na década de 1990, foi revista na construção da Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade Cultural, conforme resgata Giuliana Kauark (2012). A autora contextualiza a importância do audiovisual nos embates protagonizados por França e EUA, até desaguar na tese de “exceção cultural” na Rodada do Uruguai⁶ (1986-1993). Ainda assim, havia fragilidade regulatória para subsidiar os estados nacionais. A partir da Organização das Nações Unidas (UNESCO), o instrumento foi desenvolvido, tendo o Brasil papel estratégico nos embates contra a posição liderada pelos EUA, que, por sua vez, retornava ao órgão desde os conflitos em torno do Relatório MacBride em 1984. Com isso, o estado brasileiro teria mais um instrumento para enfrentar as *majors* estadunidenses, caso ameaçassem procurar a Organização Mundial do Comércio (OMC) para impedir medidas de estímulo ao audiovisual nacional, conforme tinha ocorrido na criação da Ancine. Nesse caso, o instrumento se resume ao aspecto político e propositivo, pois os EUA não são signatários da Convenção e, dessa forma, isentos de seguir suas orientações.

A Lei da Tv Paga

Tramitação da Lei da TV Paga começa com a demanda das empresas de telecomunicações⁷ por meio do Projeto de Lei 29/2007, apresentado na Comissão de

Ciência, Tecnologia e Informática pelo deputado Paulo Bornhausen (DEM-SC). Na Lei 12.485, isso resultou no Serviço de Acesso Condicionado (SeAC) (Art 2º, inciso XXIII), responsável por unificar as regras na TV por assinatura ao consolidar a exploração conjunta da telefonia fixa com a TV a cabo, bem como promover a entrada irrestrita do capital internacional nessas atividades.

Para o SeAC se tornar uma realidade, as teles aceitaram no início das negociações as contrapartidas da Globo. Dessa forma, foram implementadas duras restrições às teles para controlar radiodifusoras, produtoras e programadoras de conteúdo (Art. 5º), bem como contratar artistas e adquirir quaisquer direitos de obras audiovisuais ou de grandes eventos esportivos (Art. 6º). A Globo, por sua vez, se conformou com uma tendência já presente nos seus negócios, e acatou o impeditivo de os radiodifusores controlarem os serviços de telecomunicações (Art. 5º).

Tal acordo, mais conhecido como “Tratado de Tordesilhas”, é um marco no aparato regulatório do país no que tange aos limites à concentração da cadeia produtiva, e tem como cerne conflitos e consensos entre grandes grupos empresariais nacionais e internacionais.

Já as demandas do audiovisual brasileiro e independente foram centralizadas no aumento dos recursos destinados ao fomento da produção e às cotas na programação e empacotamento da TV por assinatura, e foram intermediadas pelo primeiro relator do PL 29, Jorge Bittar (PT-RJ), a partir de articulação envolvendo agentes econômicos, pesquisadores e o staff da Ancine, liderada pelo então diretor-presidente Manoel Rangel. Nesse último caso, a Ancine assumia um papel de formulação da política antes protagonizado diretamente pela estrutura executiva do MinC.

No fomento, os recursos da Condecine foram ampliados por meio do redirecionamento de taxas incidentes sobre as empresas de telecomunicações (Art. 26), a serem repassados para administração exclusiva do FSA e destinados majoritariamente a conteúdos com os direitos autorais pertencentes à produção brasileira e independente, podendo se tornar, de fato, uma alternativa pujante aos mecanismos de renúncia fiscal.

Ainda nesses recursos, duas regras inovadoras foram instauradas no montante da Condecine: I) as regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste passam a ter reservados 30%; II) 10% das obras estimuladas com esse mecanismos devem ter como primeira exibição canais comunitários, universitários e programadoras brasileiras independentes da TV por assinatura (Art. 27).

O fomento não foi motivo para entraves na tramitação, e sim, as cotas, na programação e, mais ainda, no empacotamento do conteúdo distribuído exclusivamente para assinantes, classificado como comunicação audiovisual por acesso condicionado (Art. 2. §IV). O receio das *majors*⁸ era tornar o Brasil uma referência para os demais países latino-americanos e de a Globo perder o protagonismo na-

⁸ São conglomerados do setor audiovisual tradicionalmente originários dos EUA. Esses grupos costumam atuar globalmente, direta ou indiretamente, em diversas etapas da circulação, desde produção à exibição.

9 Art. 2º §XII - Espaço Qualificado: espaço total do canal de programação, excluindo-se conteúdos religiosos ou políticos, manifestações e eventos esportivos, concursos, publicidade, televentas, infomerciais, jogos eletrônicos, propaganda política obrigatória, conteúdo audiovisual veiculado em horário eleitoral gratuito, conteúdos jornalísticos e programas de auditório ancorados por apresentador;

cional. Ao final, apenas o segundo pleito foi atendido e o resultado está expresso no Capítulo V da Lei 12.485/2011. O conceito de espaço qualificado⁹ é chave para a aplicação das cotas. Inspirado no modelo da União Europeia, ele representa basicamente as obras como séries, longa metragens e *reality shows*, sejam ficcionais, documentais ou animação. São produtos com alto potencial de negociação dos direitos autorais num mercado marcado pelo trânsito entre diversas plataformas, formatos, circulação em diversos países e até associação com outras atividades, a exemplo dos brinquedos, roupas e jogos eletrônicos. Dessa forma, na programação, os canais de espaço qualificado são obrigados a reservar ao menos 3h30 (três horas e trinta minutos) semanais do horário nobre para conteúdo brasileiro, sendo metade oriundo de produtora brasileira independente (Art. 16º). No empacotamento, a orientação base é destinar aos programadores brasileiros um terço dos canais de espaço qualificado ofertados (Art. 17º).

O aumento no fomento e as cotas despertaram durante o processo a necessidade de aperfeiçoamento de mecanismos dos direitos autorais. Por isso, um dos pressupostos da Lei é definir o que é produtora brasileira independente. No Art. 2º, inciso XIX, determina-se que radiodifusoras, programadoras e distribuidores não têm poder de controlar suas ações, inclusive por meio de contratos de exclusividade.

A princípio, a Ancine e o FSA poderiam ficar isentos desse problema devido à falta de atualização da Lei de Direitos Autorais (LDA), a Lei 9.610/1998. Ela tem como cerne tratar dos direitos do autor (criador) e conexos (aqueles que possam deter direitos de exploração sobre a obra). No caso das obras audiovisuais, a LDA determina que os direitos econômicos são administrados diretamente pelos produtores, e apenas a radiodifusão é considerada especificamente no Art. 95º.

Ainda assim, a Ancine, desde a sua criação, tentou avançar nas áreas sob sua responsabilidade. A regulamentação na destinação da Condecine, por meio da Lei 10.454 (BRASIL, 2002), avançou na determinação do que é conteúdo e produção brasileira. Na criação do FSA, apresentaram-se novos desafios nesse tema devido à exclusividade da produção independente no Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema (PRODECINE) e no Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Audiovisual (PRODAV).

Somente com a Lei da TV Paga se avançou na delimitação do que é uma produtora e programadora brasileira e independente. O Art 2º, inciso XIX, determina que radiodifusoras, programadoras e distribuidores não têm poder de controlar suas ações, inclusive por meio de contratos de exclusividade.

Os vácuos ainda permaneciam, principalmente na conceituação do direito patrimonial. Assim, era preciso um instrumento que permitisse aos produtores independentes maior incidência sobre um patrimônio peculiar, não proprietário, conforme é possível ver na criação do conceito de Poder Dirigente no inciso XLIX do Art. 7º da IN 100 da Ancine que regulamenta a Lei 12.485/2011. Ele determi-

10 Embora sejam destinados majoritariamente para o fomento à produção, o FSA envolve outras linhas, inclusive para reforma e digitalização das salas de exibição.

na que o produtor independente deve controlar majoritariamente os direitos patrimoniais.

Os primeiros resultados

Os resultados da Lei, aqui analisados na participação do conteúdo brasileiro e/ou independente, estão focados no fomento via FSA e inserção na grade da TV por assinatura. No fomento, o FSA adota uma série de critérios e mecanismos para destinar aos projetos selecionados, contratar e desembolsar os recursos.¹⁰ Tais distinções são chaves para analisar a eficácia da Lei. Nos valores arrecadados nas atividades de telecomunicações, via Condecine, houve aumento abrupto, saltando de R\$ 43 milhões em 2011 para 725 milhões em 2012. Na teoria, esse recurso deveria ser destinado aos projetos do FSA, mas na prática apenas R\$ 142 milhões foram liberados pelo poder executivo para o ano seguinte.

O segundo ponto frágil na aplicação da Lei está no processo de seleção das propostas. O FSA estabelece linhas de ação, dotadas de limites, a exemplo da negativa de financiar obras que tenham a internet como primeiro ambiente de distribuição e exibição, bem como, critérios que atestem a capacidade de execução dos produtores pleiteantes. Dessa forma, os recursos avalizados, os contratos descem para R\$ 86 milhões. Por fim, o desembolso depende dos trâmites com os agentes financeiros do Fundo, bem como do cumprimento dos prazos orientados pelo Comitê Gestor.

Tabela 1 – Recursos do Condecine e FSA (valores aproximados em milhões de Reais)

	ARRECAÇÃO CONDECINE	DESTINADOS/FSA	CONTRATOS/FSA	DESEMBOLSADOS/FSA
2011	R\$ 43	R\$ 80	R\$ 48	R\$ 31
2013	R\$ 725 ¹¹	R\$ 142	R\$ 86	R\$ 47

11 Este valor é relativo à arrecadação em 2012.

12 Disponível em: <<http://fsa.ancine.gov.br/sites/default/files/relatorios-de-gestao/Relat%C3%B3rio%20de%20Gest%C3%A3o%20FSA%202013%20-%20%C3%BAltima%20vers%C3%A3o.pdf>>. Acesso em: 28 jan. 2015.

Fonte: Relatório de Gestão do FSA 2013 e Sistema Integrado de Administração Financeira do Governo Federal – SIAFI, com adaptações próprias.¹²

Já a preponderância da cinematografia no FSA pode ser mensurada entre os projetos selecionados: 78 dos 124 foram restritos à linha de Produção de Cinema, tanto para produção ou distribuição. Os critérios para tal pujança se iniciam nos valores destinados: R\$ 98 milhões, ou seja, 69% do montante disponível para operações do Fundo. Ainda no ano de 2013, foram lançadas comercialmente 24 obras cinematográficas selecionadas pelos editais do FSA, que correspondem a 19% do total de 127 filmes lançados no mercado de salas de exibição. Obviamente, essas obras tendem a representar projetos selecionados majoritariamente em anos anteriores. Ainda assim, duas informações no relatório demonstram uma

13 Disponível em: <<http://fsa.ancine.gov.br/sites/default/files/relatorios-de-gestao/Relat%C3%B3rio%20de%20Gest%C3%A3o%20FSA%202013%20-%20%C3%BAtima%20vers%C3%A3o.pdf>>. Acesso em: 28 jan. 2015.

14 Art. 16 determina que os canais que predominam o espaço qualificado passam a ser obrigados a exibir conteúdo brasileiro por no mínimo três horas e trinta minutos semanais no horário nobre, sendo a metade oriundo de produtora brasileira independente.

15 Disponível em: <<http://www.ancine.gov.br/>>. Acesso em: 2 fev. 2015.

16 Disponível em: <<http://celebridades.uol.com.br/ooops/ultimas-noticias/2015/03/13/na-tv-paga-cartoon-encosta-na-band-sportv-despenca.htm>>. Acesso em: 19 ago 2015.

tendência de articulação do FSA com o mercado distribuidor e exibidor predominante. A primeira é a dificuldade para cumprir a obrigação de distribuir regionalmente os recursos: apenas nove estados tiveram produtoras contempladas em 2013, sendo que Rio de Janeiro e São Paulo juntos somaram 93% do total.¹³ A segunda informação é a porcentagem na renda: esses 24 filmes somaram 52% da renda total dos filmes nacionais.

Essa renda não significa retorno do investimento para o FSA. Foram analisados pela Ancine 17 projetos da Linha A, reservada à Produção para Cinema, e eles obtiveram apenas 13% de recuperação do investimento, ou seja, há um aparente paradoxo a ser explicado pelo Comitê Gestor: são produtos com capacidade de mercado, mas sem retorno direto à fonte pública de investimento. Nesse sentido, faz-se necessário questionar a eficácia dos mecanismos de direitos autorais adotados pela Ancine e FSA, pois eles teoricamente determinam ingerência na comercialização das obras, mas deixam vácuos sobre a participação nos lucros. Na programação,¹⁴ até o fim de 2013, a Ancine¹⁵ contabilizou 98 Canais de Espaço Qualificado (CEQ) ofertados no SeAC, sendo 64 deles originários de empresas dos Estados Unidos. A seguir, a tabela com as dez principais programadoras do país de canais qualificados. Ela representa uma tendência de predomínio das *majors* entre os canais exclusivos do SeAC, algo perceptível desde o início da exploração da TV por assinatura no país. Os dados também demonstram a capacidade de perpetuação da Globosat entre esses canais, mesmo ao assumir um papel relativamente secundário. Todavia, também há de se considerar que o SeAC ratifica o acesso conjunto dos canais abertos no empacotamento, e nesse sentido, a audiência da TV Globo fechou o mês de fevereiro de 2015 como líder, equivalente à soma dos nove canais posicionados de forma subsequentes no índice, abertos e fechados.¹⁶

Tabela 2 – Principais programadoras de CEQ

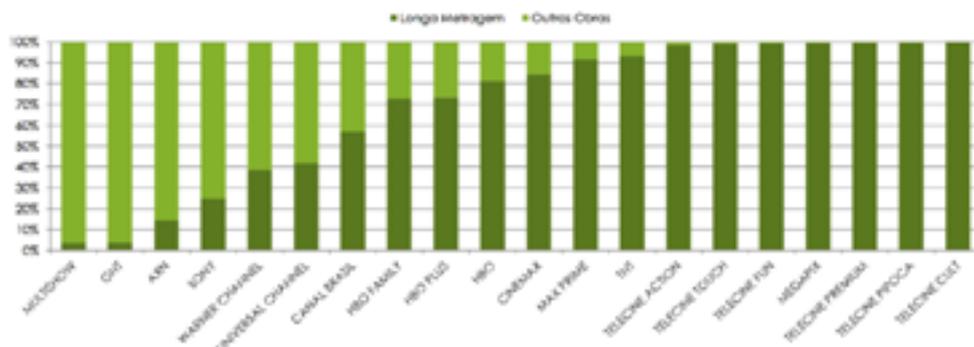
Grupo Controlador/Programadora	Números de Canais	Número de Assinaturas	País
Time Warner	26	180.338.347	EUA
Globo	15	143.968.312	BRA
Discovery	11	93.852.691	EUA
News Corp. (Fox)	8	66.989.289	EUA
Viacom	6	44.100.000	EUA
Sony Pictures Entertainment	3	30.557.000	EUA
Disney	4	28.551.728	EUA
NBC Universal	3	26.817.338	EUA
Gamecorp	1	15.881.413	BRA
Band / Newco	1	12.081.215	BRA

Fonte: Informe da TV Paga, Ancine/SAM. O Mercado de TV por Assinatura no Brasil em 2013. Converge Comunicações; Sistema Ancine Digital, com adaptações.

17 Disponível em: < http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/2014/Programacao/Informe_TvPaga_2014_versaopublicacao.pdf > Acesso em: 7 jul. 2015.

No relatório mais atualizado sobre a TV Paga relativo a 2014, desenvolvido pela¹⁷ Ancine, foram selecionados 20 dos principais canais qualificados dessas programadoras a fim de avaliar o perfil do conteúdo. A participação dos longas-metragens na programação em horas – inclusive no horário nobre – é preponderante em 14 dos 20 canais.

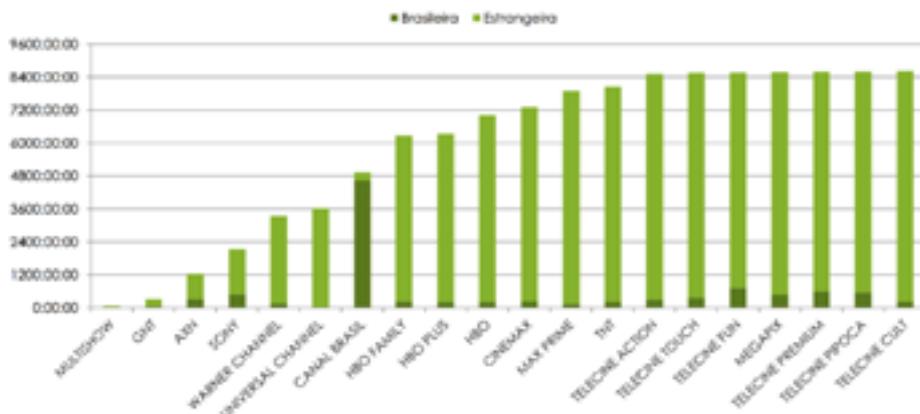
Figura 1- gráfico com o percentual de horas com veiculação de longas-metragens por canal – 2014



Fonte: Informe da TV Paga, Ancine/SAM. O Mercado de TV por Assinatura no Brasil em 2014.

As cotas na programação e empacotamento começaram a ser efetuadas em 2012. Segundo o Art. 23, no primeiro ano (2012) seria de 2/3 (dois terços) do total e, no segundo ano (2013), o 1/3 (um terço) restante. Isso resultou em um aumento proporcional significativo, ano a ano, das obras de longas-metragens brasileiras, porém a própria Ancine reconhece no relatório que o total continua a ser “pequeno” e, mais uma vez, o Canal Brasil é uma exceção entre os analisados, por mesclar um percentual inferior a 60% de longas-metragens na programação, e 93,9% desses serem brasileiros, conforme pode ser mensurado no gráfico abaixo.

Figura 2 – Gráfico com a quantidade de horas de programação de longas-metragens brasileiros e estrangeiros por canal – 2014



Fonte: Informe da TV Paga, Ancine/SAM. O Fonte: Informe da TV Paga, Ancine/SAM. Mercado de TV por Assinatura no Brasil em 2014.

¹⁸ Existem limites metodológicos nesta comparação. Os dados de 2011 não permitem mensurar a quantidade e faixa no horário da programação, bem como o número de repetições de cada obra. Esses dois dados estão presentes no relatório de 2014 e demonstram cumprimento das cotas na faixa horária e repetição equilibrada entre obras brasileiras e estrangeiras.

É na quantidade de longas veiculados que pode se realizar uma análise mais contundente sobre a presença do conteúdo brasileiro, em especial para estabelecer comparativos com o período anterior à Lei da TV Paga. Pode-se iniciar com o ano de 2011, quando a metodologia selecionou 15 canais posteriormente classificados como qualificados e não integrantes do sistema de cotas no empacotamento. Metade desses selecionados exibiu de zero a um filmes brasileiros no ano, situação que demonstra a então inexpressividade das obras brasileiras na TV por assinatura. Paulatinamente, esse número foi crescendo e os relatórios não apontam descumprimento das cotas nesses canais, ao contrário, o aumento persistiu em 2014, quando já tinha atingindo o percentual mínimo. Ainda assim, entre esses 15 canais o percentual de obras brasileiras saltou de 1,20% para 5,25% na programação.¹⁸

Tabela 3 – Participação de longas-metragens brasileiros e estrangeiros em 2011 e 2014

CANAL	2011		2014		2011		2014	
	BRASILEIROS	ESTRANGEIROS	BRASILEIROS	ESTRANGEIROS	BRASILEIROS	ESTRANGEIROS	BRASILEIROS	ESTRANGEIROS
HBO PLUS	0,0%	0	100%	496	4,4%	16	95,6%	445
CINEMAX	0,0%	0	100%	533	4,6%	22	95,4%	940
HBO FAMILY	0,3%	1	99,7%	335	4,0%	12	96,0%	261
HBO	0,2%	1	99,8%	583	5,9%	16	94,1%	549
MAXPRIME	0,0%	0	100%	502	2,9%	15	97,1%	484
SONY	0,0%	0	100%	37	6,7%	53	93,3%	219
TELECINE CULT	0,4%	3	99,6%	797	2,6%	19	97,4%	632
AXN	0,0%	0	100%	89	4,3%	49	95,7%	157
TNT	0,6%	4	99,4%	691	3,1%	27	96,9%	641
TELECINE PREMIUM	4,7%	22	95,3%	449	7,0%	35	93,0%	451
TELECINE TOUCH	2,0%	9	98,0%	456	4,1%	31	95,9%	524
WATNER CHANNEL	0,0%	0	100%	206	3,4%	13	96,6%	219
TELECINE FUN	3,0%	14	97,0%	791	8,6%	31	91,4%	408
TELECINE PIPOCA	5,0%	25	95,0%	473	6,4%	39	93,6%	523
TELECINE ACTION	1,2%	13	98,8%	1064	3,3%	17	96,7%	679
Total por origem	1,20%	92	98,80%	7502	5,25%	395	94,75%	7132

Fonte: Informe da TV Paga, Ancine/SAM. O Mercado de TV por Assinatura no Brasil em 2011 e 2014. Sistematização do autor.

O perfil dos filmes brasileiros que predominam na TV por assinatura é também emblemático sobre a sinergia com o mercado distribuidor e exibidor cinematográfico. O relatório de 2014 selecionou as obras que obtiveram 20 ou mais veiculações nos 20 canais do SeAC mencionados acima. Nesses casos, observou-se “uma tendência de que quanto maior o número de espectadores nas salas, maior a quantidade de veiculações na TV paga”. (ANCINE, 2014, pg 37).

Por fim, ao cruzar os dez filmes com maior número de veiculações em 2014 e as atas de seleção do Fundo Setorial do Audiovisual, é possível averiguar que seis foram contemplados. Também é possível perceber que seis dos dez são co-produções da GloboFilmes e um recebeu apoio na divulgação.

Tabela 4 – Dez filmes brasileiros mais veiculados na TV Paga – 2014

NOME/ANO LANÇAMENTO	PÚBLICO (CINEMA)	EXIBIÇÕES TV PAGA	PARTICIPAÇÃO GLOBO FILME	PARTICIPAÇÃO FSA
Minha mãe é uma peça (2013)	4.600.145	61		Sim
De pernas pro ar 2 (2012)	4.846.273	53	coprodução	Não
Somos tão jovens (2013)	1.715.763	49		Sim
Até que a sorte nos separe (2012)	3.411.137	47	coprodução	Não
Faroeste Caboclo (2013)	1.469.772	46		Sim
Gonzaga – de pai pra filho (2012)	2.729.340	44	coprodução	Não
Vai que dá certo (2013)	1.320.102	43	coprodução	Sim
O concurso (2013)	67.904	41	coprodução	Não
Uma professora muito maluquinha (2011)	206.991	40	apoio	Sim
Diário de Tati (2012)	206.991	40	coprodução	Não

Fonte: Informe da TV Paga Ancine/SAM. O Mercado de TV por Assinatura no Brasil em 2014. Relatório de Gestão do FSA 2013. Sistematização do autor.

Outra vertente das cotas está no empacotamento dos canais. Até janeiro de 2015, foram selecionados¹⁹ 22 Canais Brasileiros de Espaço Qualificado (CBEQ). Ao comparar com o ano de 2012, doze novos CBEQ surgiram. Entre os 22 canais, a Ancine classificou 15 como independentes (CBEQI) que, por sua vez, precisam integrar 1/3 (um terço) dos CBEQ ofertados (Art. 17, §1º). A terceira subdivisão é relativa à regra de ofertar ao menos dois canais que veiculam, no mínimo, doze horas diárias de conteúdo audiovisual brasileiro oriundo de produtora brasileira independente, três das quais em horário nobre, denominado como Canal Super Brasileiro (SB) (Art. 17 §4º). Por fim, a quarta categoria refere-se à obrigatoriedade de uma programadora de um Canal SB não ser controlada, controladora ou coligada à concessionária de radiodifusão (SbsR) (Art. 17º §5º).

¹⁹ Disponível em: <<http://www.ancine.gov.br/sites/default/files/classificacao-canais-programacao/lista-classificacao-canais-08012015.pdf>>. Acesso em: 28 jan. 2015.

Tabela 5 – Configurações dos canais brasileiros na TV paga

CANAIS BRASILEIROS DE ESPAÇO QUALIFICADO	CBEQI	SB	SBRS
+Globosat (Globosat)			
BIS (Globosat)			
GNT (Globosat)			
OFF (Globosat)			
Play TV (Globosat)			
Arte 1 (Band)			
Canal Brasil (Globosat)		X	
Curta!		X	X
CineBrasilTv	X	X	X
Prime Box Brasil	X	X	X
Music Box Brazil	X		
Chef TV	X		
FishTV	X		
Mundo TV	X		
Cennarium TV	X		
Mix TV	X		
Travel Box Brazil	X		
TV Climatempo	X		
Woohoo	X		
TV Rá Tim Bum	X		
Zoomoo Brasil	X		

Fonte: Monitoramento Ancine/SAM, com adaptações.

A vitalidade desses canais é fundamental para desaguar a produção audiovisual brasileira, historicamente. Por isso, a importância de trazer à tona os gargalos de sustentabilidade enfrentados. O primeiro deles é a persistente interferência das operadoras do SeAC nesses canais. No empacotamento, pode-se decidir arbitrariamente entre colocar o Canal Brasil ou o Curta! para cumprirem o espaço do SB num pacote básico. Já o CBEQI pode ser cumprido com canais com conteúdos pouco expressivos, a exemplo daqueles dedicados exclusivamente à pesca (FishTV), meteorologia (TVClimaTempo) e vídeo clipes (Music Box Brasil). Enquanto isso, canais com vocação para conteúdos com maior potencial econômico, como obras seriadas e longas-metragens, a exemplo do CineBrasilTV e Prime Box Brasil, podem ficar de fora dos pacotes mais populares. Para completar, há pouca transparência e controle sobre os contratos das operadoras com as programadoras brasileiras independentes, o que pode resultar em preços baixos repassados.

Considerações Finais

A Lei da TV Paga é um marco no estímulo e na proteção ao audiovisual brasileiro e/ou independente, e isso inclui objetivamente o cinema nas ações de fomento e reserva na programação e empacotamento. Todavia, a representatividade do conteúdo brasileiro protegido pela Lei ainda é restrito às Organizações Globo e à pequena parcela de produtores ou programadoras surgidos ou reestabelecidos na década de 1990. Mais ainda, o predomínio nesse cenário permanece com as *majors* estadunidenses, cabendo ao audiovisual brasileiro presente um papel secundário, inclusive da Globo, pois sua força nas decisões regulatórias e nas particularidades no modelo de programação e empacotamento não se sobrepõe aos negócios *hollywoodianos*. As consequências desse cenário devem ser compreendidas para além da plataforma em destaque, pois a importância da TV por assinatura, nesse sentido, está na capacidade de sintetizar os fluxos na produção e distribuição presentes, inclusive na privatização do espaço público, e não como um modelo estático que irá predominar sobre os demais.

Os parâmetros estabelecidos na Lei da TV Paga são congruentes com a defesa de determinadas modernidades no cinema brasileiro. Estas formulações são balizadas, primeiro, na segmentação entre cinema e televisão; segundo, na defesa de novas formas de produção e de valores para predominar em associação com o Estado nacional. A valorização dessa produção nacional é reconfigurada na década de 1990 por um ideal de globalização predominante, marcado por seletividade dos grupos remanescentes do projeto moderno e ratificação da associação com as *majors*, em especial no aparato regulatório, com apoio da ordem econômica internacional.

As mudanças políticas no comando do Estado nacional nos anos 2000 foram acompanhadas por tentativas de ampliar o reconhecimento à produção independente, em parte, fortalecida por maiores facilidades na produção advindas com a digitalização. Tentativas que se conectaram à valorização da comunicação pública e às iniciativas de cooperação internacional. Dialeticamente, isso se faz por representantes oriundos de uma visão mais abrangente da modernidade no cinema brasileiro, na qual, o cinema independente ainda está imbricado ao cinema do autor; nesse último caso, não por visão de hierarquização das expressões culturais, entre o tradicional e o moderno, e sim por uma releitura que defende a necessidade de valorizar a diversidade presente no país de forma equânime. Por sinal, uma releitura no conceito de cinema do autor pode ser importante para avançar nos mecanismos de garantias dos direitos autorais.

A globalização nessa perspectiva é uma oportunidade para o compartilhamento de uma diversidade maior de experiências no audiovisual, todavia, como já vimos, a Lei da TV Paga está longe de representar plenamente esses anseios.

Referências

BHAMBRA, Gurminder. **Retthinking Modernity: postcolonialism and the sociological imagination**. New York: Palgrave Macmillan, 2007.

BRASIL, Presidência da República. **Lei 12.485 de 12 de setembro de 2011**. Dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado.

IKEDA, Marcelo. **O modelo das leis de incentivo fiscal e as políticas públicas cinematográficas a partir da década de noventa**. 2011. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade Federal Fluminense, Niteroi, 2011.

SIMIS, Anita. Situación del audiovisual brasileño en la década de los noventa. **Comunicación y Sociedad** (DECS, Universidad de Guadalajara), n. 33, p. 93-117, mayo-agosto 1998.

CONNELL, Ranewyn. **Southern Theory: the global dynamic of knowledge in social sciences**. Cambridge: Polity, 2007.

KAUARK, Giuliana. **Oportuna diversidade: a participação do Ministério da Cultura do Brasil durante a negociação da convenção sobre a proteção e a promoção da diversidade das expressões culturais**. 2009. Dissertação (Mestrado em Cultura e Sociedade). Instituto de Humanidades, Artes e Ciências. Universidade Federal da Bahia, 2009.

LATOUR, Bruno. **Jamais fomos modernos: ensaio de antropologia simétrica**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1994.

MARSON, Melina Izar. **O Cinema da Retomada: Estado e cinema no Brasil da dissolução da Embrafilme à criação da Ancine**. Campinas: [s.n.], 2006.

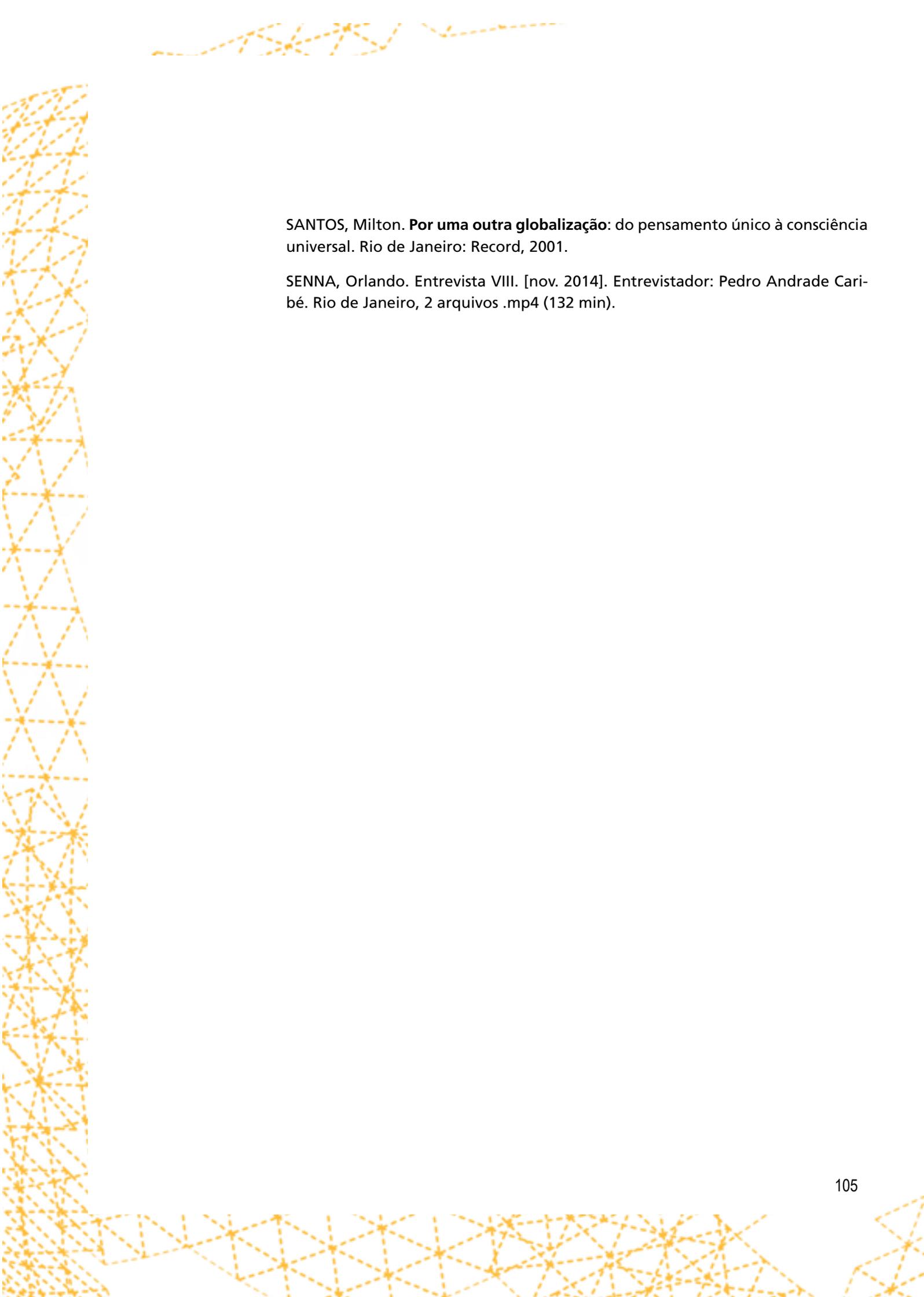
MATTOS, Sergio. **A televisão no Brasil: 50 anos de história (1950-2000)**. Salvador: Ianama, 2000.

POOL, Ithiel de Sola. **Technologies of freedom**. Cambridge: Belknap, 1983.

POSSEBON, Samuel. **TV Por Assinatura: 20 anos de evolução**. São Paulo: Save Produção, 2009.

RAMOS, José Mario Ortiz. **Televisão, publicidade e cultura de massa**. Petrópolis: Vozes, 1995.

ROCHA, Renata. **Políticas culturais e televisão pública: o processo de conformação da Empresa Brasil de Comunicação/Tv Brasil**. 2014. Tese. 283f. (Doutorado em Cultura e Sociedade). Instituto de Humanidades, Artes e Ciências, Universidade Federal da Bahia, 2014.



SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização**: do pensamento único à consciência universal. Rio de Janeiro: Record, 2001.

SENNÁ, Orlando. Entrevista VIII. [nov. 2014]. Entrevistador: Pedro Andrade Caribé. Rio de Janeiro, 2 arquivos .mp4 (132 min).