

As políticas de exceção cultural na era do capitalismo financeiro

Perspetiva sobre o audiovisual europeu

Dissertação para obtenção do grau de Mestre em Gestão Cultural

Escola Superior de Artes e Design das Caldas da Rainha

Joana Fernandes Louzado

Orientação do prof. Rui Matoso

Caldas da Rainha, setembro de 2024

Agradecimentos

Devo começar por agradecer aos meus pais e irmã, pelo apoio que sempre me deram na escolha deste caminho académico e profissional, e pela confiança que inculcaram em mim.

Às muitas vozes que influenciaram o meu percurso, estimularam a minha curiosidade, e incentivaram uma força de vontade que nem sempre vem naturalmente.

Aos professores e professoras que encontrei ao longo de quase duas décadas de escolaridade, assim como todas as figuras não docentes que tornaram mais especiais as instituições de ensino por onde passei.

Um agradecimento especial ao professor Rui Matoso, pelo interesse que demonstrou numa ideia ainda muito jovem, e pela paciência e lucidez com que a elevou ao trabalho que hoje aqui apresento.

Aos meus amigos e amigas pelo constante acompanhamento, preocupação, e sentido de humor. Obrigada também à minha turma – a nossa união deu-me alento para continuar uma jornada que não teve falta de peripécias.

Aos meus avós e restante família, e às comunidades rurais onde cresci, por terem moldado a minha perceção deste mundo e os valores que me guiam.

Obrigada por todo o vosso apoio para mais uma etapa concluída.

Resumo

Esta investigação procura analisar os desafios enfrentados pelo setor audiovisual no contexto de alterações estruturais na economia global – nomeadamente em resultado da inovação tecnológica e financeirização. Com o foco no setor audiovisual europeu, em especial na sua indústria cinematográfica, o estudo visa compreender as linhas de resposta existentes e viáveis a nível de política cultural.

Numa fase inicial, pretende-se esclarecer o papel das políticas de “exceção cultural” (historicamente defendidas pelo bloco europeu, em oposição ao liberalismo americano) para a construção do projeto europeu. Neste âmbito, será relevante examinar diferentes noções de diversidade cultural, assim como algumas particularidades da criação audiovisual na Europa.

De seguida, será necessário compreender como as novas dinâmicas de criação e consumo cultural alteram o paradigma do setor cultural na UE. Esta investigação implica pensar conceitos como o capitalismo digital ou capitalismo financeiro, e olhar para os fenómenos do *streaming* e da crescente importância da propriedade intelectual.

A dissertação adota as metodologias da análise bibliográfica, análise documental, e análise comparativa.

Palavras-chave: Política cultural | Diversidade cultural | Capitalismo financeiro | Protecionismo | Audiovisual

Abstract

This investigation seeks to analyze the challenges faced by the audiovisual sector in the context of structural changes in the global economy – namely as a result of technological innovation and financialization. Focusing on the European audiovisual sector, and especially its film industry, the study aims to understand the existing and viable lines of response at a cultural policy level.

Firstly, we intend to clarify the role of “cultural exception” policies (historically defended by the European bloc, in opposition to American liberalism) in the construction of the European project. For this purpose, it will be relevant to examine different notions of cultural diversity, as well as some unique features of audiovisual creation in Europe.

Subsequently, it will be necessary to understand how the new dynamics of cultural creation and consumption impact the paradigm of the EU’s cultural sector. This involves reflecting on concepts such as digital capitalism or financial capitalism, and looking at the phenomena of streaming and the growing importance of intellectual property.

The dissertation adopts the methodologies of bibliographic analysis, document analysis, and comparative analysis.

Keywords: Cultural policy | Cultural diversity | Financial capitalism | Protectionism | Audiovisual

ÍNDICE

Agradecimentos	I
Resumo	II
Abstract.....	III
Abreviaturas.....	V
Índice de Figuras.....	V
Capítulo 1 – Introdução	1
1.1 Problemática	1
1.2 Objetivos e metodologias.....	4
1.3 Estrutura.....	6
Capítulo 2 – Contextualização da “exceção cultural”	7
2.1 Emergência e consolidação das políticas de “exceção cultural”	7
2.2 A “exceção cultural” como ferramenta social e geopolítica.....	16
2.2.1 Afirmação do poder europeu.....	16
2.2.2 Suporte da criação de cultura contemporânea.....	20
2.2.3 Diferentes interpretações de “diversidade cultural”.....	23
Resumo	29
Capítulo 3 – O modelo europeu.....	30
3.1 Políticas europeias para o cinema e audiovisual.....	30
3.1.1 Promoção de obras audiovisuais europeias.....	33
3.1.2 Questões de financiamento	42
3.2 As especificidades do cinema europeu	47
Resumo	58
Capítulo 4 – A era do capitalismo financeiro.....	59
4.1 Definição.....	59
4.2 O crescimento do <i>streaming</i> e da propriedade intelectual.....	66
4.3 A União Europeia e as novas forças do audiovisual.....	77
4.3.1 Oportunidades e estratégias dos serviços VoD na Europa.....	78
4.3.2 Iniciativas de natureza não legal	80
4.3.3 Audiovisual e <i>soft power</i>	83
Resumo	86
Capítulo 5 – Conclusão	87
Boas práticas e recomendações para investigações futuras	88
Referências e Bibliografia	91

Abreviaturas

AVMSD – Audiovisual Media Services Directive

CNC – Centre national du cinéma et de l'image animée

GATT – General Agreement on Tariffs and Trade

IP – Intellectual Property

UE – União Europeia

VoD – Video on demand

Índice de Figuras

Tabela 1 – Mapeamento de regras nacionais para a promoção de obras europeias em cinco países europeus.....	37
Tabela 2 – Filmes com maiores receitas de bilheteira, global, 1980-1989.....	64
Tabela 3 – Filmes com maiores receitas de bilheteira, global, 2010-2019.....	64
Figura 1 – Subscritores Netflix, global, 2013-2024.....	69
Figura 2 – Preço das Ações NFLX, 2013-2024 (mensal, USD).....	69
Tabela 4 – Produção cinematográfica da Warner Bros., 1993-2023.....	71
Tabela 5 – Filmes distribuídos pela Neon em cinemas, 2023.....	73

Capítulo 1 – Introdução

1.1 Problemática

Na última década, o debate em torno da indústria do audiovisual, em particular do cinema e televisão, tem sido dominado pelos temas interligados da digitalização e da globalização. Dos diversos fatores que provocam choques e mudanças no ecossistema de produção, distribuição e exibição de audiovisual, a competição entre plataformas de *streaming* para o domínio do mercado global é o que tem produzido as consequências mais drásticas. Nos planos da academia e da decisão política, reúne-se o consenso de que as políticas culturais para o audiovisual devem ter em consciência as óticas socioeconómicas e criativas do fenómeno do *streaming*; esta sensibilidade fundamenta-se na proteção da diversidade de expressões culturais no contexto de uma indústria globalizada.

Efetivamente, a globalização dos *media* produz receios de homogeneidade das representações culturais por submissão ao lucro de corporações multinacionais – como as que dominam a indústria audiovisual global. Neste sentido, a hegemonia da cultura popular norte-americana é vista como uma ameaça às identidades nacionais e regionais de outros territórios (Sand, 2019).

Crane (1992) explica que a tendência das indústrias criativas para desenvolverem oligopólios conduz ao enfraquecimento da inovação – que, por sua vez, enfraquece a diversidade de expressões – como estratégia de minimização do risco. Fatores inerentes à natureza do setor, por exemplo, elevados investimentos iniciais e economias de escala, fazem com que a indústria cinematográfica não seja exceção à regra, afirma Kawashima (2011); a utilização de fórmulas narrativas e talentos comprovados, e a proliferação de sequelas são ilustrativas da estandardização de produtos de cinema e televisão. Apenas em momentos de competição acentuada existe incentivo para as empresas oligopolistas diversificarem os produtos e serviços que oferecem (Crane, 1992) – e esse momento chegou com a ascensão das plataformas de *video-on-demand*, produzindo ondas de choque de efeito universal.

Esta disrupção torna imperativas as respostas ao nível da política cultural, nomeadamente com a aplicação de medidas de natureza protecionista, ancoradas numa visão excecionalista dos conteúdos audiovisuais – pela sua importância para a identidade dos territórios, e pelas dinâmicas ímpares do seu consumo. Como sumarizam Heilbrun & Gray (2001):

“A arte é tida como um ‘gosto adquirido’, no sentido em que é necessário ser-se exposto a ela para desenvolver o gosto, e talvez exposto sob as circunstâncias certas e por um período longo de tempo. Portanto, para estimular o consumo, por este raciocínio, devemos ajudar as pessoas a adquirir o gosto tanto tornando a arte acessível como estimulando a exposição direta. A cultura do gosto é uma questão interessante e importante na economia da arte e da cultura (...)”¹

No setor do cinema e televisão, existindo uma indústria *mainstream* de elevada robustez comercial – englobada no termo Hollywood –, a promoção de expressões culturais fora desta esfera apresenta desafios consideráveis. A emergência das plataformas de *streaming* veio reforçar a acessibilidade e exposição às produções de Hollywood, e a competição intensa entre as empresas oligopolistas do audiovisual asfixia cada vez mais as expressões minoritárias. Simultaneamente, no plano financeiro, assistimos a uma urgência cada vez maior de crescimento no curto prazo; o fenómeno global de financeirização do sistema capitalista acelera os desenvolvimentos das indústrias criativas e dificulta a eficácia de políticas de longo prazo, que Heilbrun & Gray (2001) consideram fulcrais.

Enquadramento

O estudo foca-se particularmente na indústria do cinema e audiovisual da União Europeia – um setor que emprega cerca de 490 milhares de pessoas² e é central à identidade e valores do projeto europeu. São aprofundadas diferentes perspetivas sobre os meios e fins da política cultural europeia, e apresentados os principais eixos de mudança no ramo em questão. O apoio público ao cinema que encontramos no continente europeu é o mais

¹ Tradução da autora.

² Informação retirada de <https://hal.science/hal-04571315/document> (p. 4) (consultado 15/07/2024).

antigo e mais abrangente no mundo (Film i Väst Analysis, 2022); para além disto, a convergência e articulação europeias neste âmbito são essenciais para contrariar a hegemonia norte-americana (Miranda & Santos, 2024). Por estes motivos, e entendendo o projeto europeu como um bloco (mais ou menos) unido, foi tomada a decisão de centrar a investigação nas realidades da União Europeia e não de um ou mais países singulares.

Não obstante esta abordagem supranacional, as realidades históricas e económicas do setor cultural da França ocuparão uma posição de destaque em várias partes da dissertação. Isto deve-se ao facto de ser a política francesa para o audiovisual a origem da “exceção cultural” que serve de fio condutor à investigação; como resumido por O’Shaughnessy (2011): “Qualquer cartografia de resistências ao domínio de Hollywood e à influência do neoliberalismo na esfera do cinema colocaria inevitavelmente a França perto do seu centro.”

A interseção da revolução do *streaming* com a crescente autoridade dos mercados financeiros traz-nos a um momento em que o protecionismo é reforçado ao nível legal (sendo a AVMSD de 2018 o principal instrumento a examinar) mas perde força enquanto doutrina económica. O argumento da diversidade, anteriormente (e em teoria, ainda) central à política cultural europeia, perde terreno para a preocupação com o crescimento económico (Sand, 2019). No setor do cinema, esta mudança traduz-se em maiores expectativas de sustentabilidade e autonomia financeira – que por sua vez dão azo à aposta nas coproduções, conteúdo transnacional, e reforço da produção regional. Oportunidades, assim como desafios, que obrigam a uma mutação da “exceção cultural” que a UE tem vindo a adotar na sua política para o audiovisual, desde pelo menos a década de 1990.

No universo académico e na imprensa, não há escassez de textos que abordem o impacto do *streaming*, da propriedade intelectual, e da competição oligopolista na indústria cinematográfica; a rápida evolução dos fenómenos obriga ao seu acompanhamento constante. O que se pretende com a presente dissertação é integrar estes textos nas bases teóricas das indústrias culturais e economia da cultura, olhando para a construção das políticas culturais como ponte entre o estrutural e o circunstancial na União Europeia.

1.2 Objetivos e metodologias

A investigação visa responder à questão:

Que desafios apresenta a era do capitalismo financeiro – e os fenómenos subjacentes da crescente importância do *streaming* e da propriedade intelectual – para o setor audiovisual europeu, e que respostas de política cultural são possíveis ou recomendáveis?

Os seguintes objetivos estão enquadrados na investigação deste problema:

- Descrever mecanismos e tendências globais nos processos de produção, distribuição e exibição de cinema e audiovisual.
- Explorar as intenções e repercussões políticas, económicas, e identitárias das políticas de “exceção cultural” na União Europeia.
- Relacionar noções divergentes de diversidade cultural com tradições distintas de políticas culturais.
- Encontrar consensos e/ou incongruências na literatura (académica ou não-académica) existente sobre o tema.
- Definir possibilidades de ação no domínio da gestão cultural para a sustentabilidade da indústria audiovisual.

A investigação é realizada seguindo os pressupostos aqui apresentados:

- A política cultural da União Europeia segue geralmente um princípio intervencionista de “exceção cultural”, privilegiando na sua ação o incentivo à diversidade de expressões culturais.
- A regulamentação do audiovisual é um ato político, moldado por objetivos de poder *hard* e *soft* (Vlassis, 2023).
- A indústria do cinema e audiovisual é inerentemente propensa à formação de oligopólios.

- Pela sua natureza oligopolista, o livre mercado na indústria do cinema e audiovisual ameaça a diversidade de expressões culturais.
- A pandemia de Covid-19 agiu como um acelerador de tendências já em curso no setor audiovisual, não como modificadora do seu trajeto.

A investigação visa esclarecer, entre outras, as hipóteses abaixo enumeradas:

- O intervencionismo da política de “exceção” combate a formação de oligopólios no cinema europeu, priorizando a criação de oportunidades em detrimento das economias de escala.
- O progresso tecnológico tende a desfazer as políticas culturais nacionais através dos efeitos da digitalização, inevitavelmente conduzindo à disseminação de uma cultura global.
- A disrupção causada pela emergência das plataformas de *streaming* veio provocar mudanças estruturais nos processos de produção, distribuição e exibição de obras audiovisuais no continente europeu.

Para atender a estes objetivos, foram utilizados primariamente métodos qualitativos, com destaque para a análise bibliográfica, análise documental, e análise comparativa. A informação de caráter qualitativo foi complementada com recurso a gráficos e tabelas combinando métodos quantitativos. Quando relevante, foram igualmente conduzidos breves estudos de caso, observando exemplos particulares de produções cinematográficas de interesse ao problema de investigação.

1.3 Estrutura

Este documento conta com cinco capítulos, incluindo o primeiro (Introdução) e o último (Conclusão). O corpo da dissertação está dividido entre três capítulos principais; cada um destes capítulos é fechado por uma secção de conclusões intitulada ‘Resumo’.

O Capítulo 2 – *Contextualização da “exceção cultural”* faz a contextualização do cenário histórico, económico e sociológico que conduziu à consolidação desta filosofia na política cultural europeia; sintetiza o seu papel na construção do setor cultural da UE.

No Capítulo 3 – *O modelo europeu*, são expostas as realidades de apoio público ao audiovisual na UE, sendo para este fim adotada uma abordagem comparativa e crítica. É também neste capítulo que são discutidas algumas especificidades do cinema europeu – estéticas, narrativas e operacionais.

Por último, o Capítulo 4 – *A era do capitalismo financeiro* enquadra o momento atual da indústria cinematográfica global no paradigma do sistema capitalista, destacando a forma como o fenómeno da financeirização influencia a produção e consumo. A relação da União Europeia com as novas forças do audiovisual é aprofundada.

2.1 Emergência e consolidação das políticas de “exceção cultural”

Emergência

A expressão “exceção cultural” remete-nos para um paradigma político e económico em que bens e serviços culturais são considerados diferentes dos restantes produtos comercializáveis, e conferidos um estatuto especial. No cerne desta distinção, justificando que seja excluída do mercado livre, está a relevância social da cultura, enquanto atividade distintamente ligada ao território.

A ideia de atribuir um estatuto diferenciado a bens e serviços culturais ganhou destaque na ronda de negociações de comércio internacional do Uruguai em 1993, onde criou controvérsia e tensão, acabando por ser introduzida, com largas cedências, no GATT (Acordo Geral de Tarifas e Comércio) atualizado³.

O confronto foi lançado pelos Estados Unidos da América, que denunciaram as iniciativas já colocadas em prática por países excecionalistas como uma violação das normas de comércio livre e competição justa. Algumas medidas de incentivo ao cinema nacional aplicadas nas décadas anteriores, nomeadamente em França, incluíam uma taxa adicional por cada bilhete de cinema, cobrada desde 1948, cujas receitas são mais tarde distribuídas pelo Estado a produções cinematográficas nacionais (atualmente, a taxa está fixa em 10,72%⁴). A taxa afeta todos os títulos, independentemente do país de origem, pelo que, na perspetiva norte-americana, filmes americanos (e, por consequência, empresas americanas) estariam a financiar filmes e empresas francesas.

Do lado da liberalização do mercado, a delegação norte-americana tencionava reverter as medidas protecionistas e impedir que fossem aplicadas novas. Em contraste, o objetivo final do lado pró-exceção seria a aplicação de regulamentos comerciais protecionistas que

³ Disponível em https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/06-gatt_e.htm (cons. 10/03/2024).

⁴ Informação retirada de <https://www.cnc.fr/web/en/about> (cons. 10/03/2024).

apoiassem as indústrias nacionais. A França foi o principal dinamizador desta posição, e continua hoje a ser o país mais intimamente associado com políticas de exceção cultural.

Desde este momento inicial, a exceção cultural tem sido mais particularmente relacionada com a indústria do cinema e audiovisual. As razões para este foco são diversas – ser uma forma de arte relativamente recente e em constante evolução; o seu elevado grau de comercialização, comparado a outras expressões artísticas; as características únicas do seu mercado internacional, fortemente dominado pela produção norte-americana; as potencialidades da sua utilização para fins identitários ou de propaganda simbólica; o reconhecimento da crescente importância dos conteúdos audiovisuais enquanto meios de comunicação. Em França, o argumento adquire ainda uma profundidade acrescida, pelo facto de ser o país de nascimento do cinema, o que confere mais impacto à sua valorização enquanto património cultural e histórico.

Podemos ver os argumentos a favor da exceção cultural como tripartidos. No que diz respeito à significância cultural, os excecionistas defendem a ideia de que trabalhos de cinema e audiovisual constituem obras de arte e herança cultural de valor simbólico para os territórios e as populações que o produzem (Crane, 1992). Aqui, distanciam-se da visão norte-americana, segundo a qual filmes e séries televisivas são meramente produtos da indústria do entretenimento, que por sua vez não é diferente nem merece tratamento distinto das outras indústrias.

Do ponto de vista económico, um dos raciocínios utilizados pela facção excecionista, da qual faziam também parte o Canadá e a União Europeia, referia-se ao mercado global de cinema como um falso mercado, um oligopólio de empresas norte-americanas – as atuais Big Five, compostas pelos grandes estúdios Universal Pictures, Paramount Pictures, Warner Bros., Walt Disney Studios, Sony Pictures, e respetivas subsidiárias.

No centro do confronto, porém, estavam motivações políticas. Frau-Meigs (2003) identifica este momento como um dos primeiros confrontos que testou a aliança entre países atlânticos depois do fim da Guerra Fria; um dos primeiros momentos em que a hegemonia política, estratégica, e cultural norte-americana foi questionada. A autora vê a posição liderada pela França como uma estratégia de resistência experimental contra a

influência e o magnetismo da cultura americana, correspondendo desta forma também ao primeiro verdadeiro choque entre a ideia de globalização e “americanização”.

Durante a ronda do Uruguai, os defensores da exceção cultural afirmaram o direito de cada país de apoiar as indústrias culturais domésticas através de políticas nacionais, e de aplicar apoios públicos à produção de arte e cultura, sem que isso implique estabelecer uma “cortina de ferro” cultural – uma preocupação oportuna, considerando o contexto histórico. Certas vezes trouxeram ainda à atenção a existência de um protecionismo norte-americano: o país defensor da liberalização do comércio internacional de cinema importava menos de 1% da produção cinematográfica internacional.

Consolidação

As negociações culminaram na assinatura de um acordo em 1994, que enquadrava produções cinematográficas e audiovisuais na lista de “serviços”, sujeitos a um conjunto diferente de normas do GATT. Um compromisso insuficiente para as duas partes, mas que permitiu à União Europeia (em geral proponente da ideia de “diferenciação”, mais moderada do que a exceção francesa) preservar a sua perspectiva, aplicar diretivas de incentivo à produção audiovisual, e evitar restrições. Frau-Meigs (2003) descreve os termos deste acordo como flexíveis e pouco definidos, de modo a que cada nação poderia interpretá-los a seu favor; uma estabilidade frágil.

A década que se seguiu à assinatura do GATT de 1994 assistiu à cristalização dos argumentos e intensificação das posições, evidenciando as questões de identidade envolvidas no confronto. A exceção cultural passou a ser vista menos como um combate entre dois poderes e mais como uma visão socialmente consciente da globalização – ao excluir ou diferenciar bens e serviços culturais da competição livre, promove-se a distinção e preservação das identidades minoritárias e regionais, não só nos países atlânticos, mas em todos os países do mundo. Frau-Meigs (2003) reitera que, enquanto o cinema é o objeto principal da discussão, a liberdade é o valor central reivindicado por ambos os campos, o que por vezes conduz a argumentos reversíveis e confere à discussão uma certa incoerência.

No processo de mobilização diplomática que se desenrolou a partir da ronda do Uruguai, as duas fações adotam argumentos extremos – uma estratégia, segundo a autora, que procura facilitar a formulação de consensos. Frau-Meigs (2003) afirma que apenas o ponto de partida difere – sociocultural para os países europeus, económico para os norte-americanos – mas os objetivos são os mesmos: competitividade internacional, equilíbrio comercial, preservação do emprego, desenvolvimento das indústrias culturais, descentralização da produção artística. Essa divergência inicial, contudo, é uma barreira que parece impossível de ultrapassar.

Na opinião pública, a noção de exceção cultural tem vindo a ser substituída pela de diversidade cultural, com a identidade nacional em destaque. O cinema e audiovisual é apresentado, em par com outras formas de arte, como uma ferramenta de ancoragem, inserção, e coesão social; objetivos que não podem ser atingidos e são mesmo dificultados pela aculturação por parte de produções norte-americanas. A crescente atenção prestada à diversidade cultural constituiu o que a autora chama de um “desvio semântico” como estratégia diplomática. Esta traz a vantagem de afastar acusações de elitismo, e de encorajar o apoio a minorias culturais; mas tem a desvantagem de enfraquecer a posição pró-exceção, expondo-a a denúncias de nacionalismo e isolamento cultural.

No entanto, Frau-Meigs (2003) põe a descoberto a dimensão menos evidente da exceção cultural: mais do que conservar a herança existente, é um método de valorizar a cultura contemporânea. O país que aplica medidas de exceção está menos preocupado com a qualidade da produção artística e mais com a coesão social; fomentar a continuidade da criação visa evitar interrupções no processo criativo, que excluem artistas e desabitua audiências, ameaçando a coesão dos territórios. Neste sentido, a exceção cultural tem-se provado eficaz, como evidenciado pelos números da indústria francesa do cinema: na década de 2000, foram produzidos em média cerca de 45% mais filmes franceses face à década anterior⁵; a França é um dos poucos países do mundo em que filmes não norte-americanos representam a maioria das admissões ao cinema; e a indústria cinematográfica francesa é a mais autossuficiente da Europa⁶.

⁵ Informação retirada de <https://www.cnc.fr/web/en/statistics/sectoral-statistics> (cons. 15/03/2024)

⁶ Informação retirada (cons. 15/03/2024) de https://web.archive.org/web/20061001074804/http://www.skillset.org/film/knowledge/article_5076_1.asp

2.1.1 Breve enquadramento histórico

Pré-2ª Guerra Mundial

Para compreender os argumentos utilizados pelo campo europeu na discussão da exceção cultural, afirma Liehm (1996), é fulcral entender que os Estados Unidos da América e a Europa chegam a este momento por tradições e histórias fundamentalmente distintas. No continente europeu, diz o autor, a arte sempre foi financiada por e distribuída entre uma certa elite; por outro lado, a produção cultural norte-americana foi desde o início partilhada entre as massas, como resultado da rápida expansão do território, levada a cabo por um povo imigrante e diverso. Enquanto na Europa antiga e fracionada as expressões nacionais, regionais, e locais eram preservadas, no novo continente barreiras linguísticas e culturais eram ultrapassadas na urgência de criar comunidade e proclamar pertença. Ostendorf (2001) corrobora esta teoria, destacando as divergências entre as duas sociedades no que diz respeito à legitimação da cultura: na Europa, o processo desenrola-se tradicionalmente por estruturas hierárquicas, criando uma correspondência entre preferências culturais e estatuto social; na América, pelas palavras do autor, “a ideologia populista do homem comum nega qualquer privilégio cultural à elite” (Ostendorf, 2001) – é favorecido um denominador comum em detrimento de um denominador de elite.

Assim, desde os seus primeiros dias, a cultura de massas norte-americana distingue-se pela sua capacidade de apelar à maior quantidade de pessoas pelo mundo inteiro – tem um denominador comum extremamente baixo, a começar pela utilização da língua inglesa, e consegue integrar as suas diversas confluências no *mainstream*. O cinema e a televisão, que desde os seus primórdios foram destinados às massas, constituem a forma de entretenimento popular mais autenticamente norte-americana, da mesma maneira que o ballet e a música clássica são autenticamente europeus. Na Europa, defende Liehm (1996), a cultura (ou culturas, plurais e imiscíveis) de massas possui um denominador comum demasiado elevado, uma herança da sociedade estratificada que produziu as grandes obras de referência pré-modernas; por consequência dessa falha fatal, nunca será capaz de traduzir a realidade e os sonhos de todos, ou evitar provocar aquilo a que o autor chama um complexo de inferioridade (talvez o mesmo que conduz a acusações de

pretensiosismo relativas ao cinema europeu). Tentativas de baixar o denominador comum resultam numa desleigante falta de autenticidade, e, portanto, a produção cultural europeia (em particular as formas narrativas e orais, em resultado da barreira linguística) está condenada a ter um apelo muito mais específico – socialmente, e geograficamente.

Do pós-guerra à ronda do Uruguai

É na França que encontramos muito do rastro que conduziu ao debate de 1993. O Ministério da Cultura francês, um dos primeiros no sentido moderno, foi criado em 1959 sob o nome de *Ministère des Affaires Culturelles* e encabeçado por André Malraux. O seu decreto fundador declarava como papel do Ministério “tornar acessíveis as obras capitais da humanidade, e em primeiro lugar da França, ao maior número possível de franceses, assegurar a maior audiência ao nosso património cultural e favorecer a criação de obras de arte e do espírito que as enriqueça”⁷, assinalando o princípio de democratização cultural que guiou muita da política cultural francesa, até ao mandato de Jack Lang na década de 1980.

A fundação do Ministério, e o abraçar desta missão, enquadra-se no processo de consolidação política levado a cabo pelas nações europeias após o fim da 2ª Guerra Mundial; o Estado francês foi pioneiro no reconhecimento da importância da cultura para a reconstrução nacional e a renovação da influência do país no palco global. Frau-Meigs (2003) interpreta a sucessão de decisões francesas desde 1959 como o evidenciar de um dos principais factos culturais da era pós-2ª Guerra Mundial: a utilização dos produtos culturais (em particular os *media*) para políticas de identidade. Esta identidade, continua a autora, significa no caso europeu uma visão do mundo moldada pela religião católica – por oposição aos valores que evoluem da religiosidade protestante (Frau-Meigs, 2003).

A estratégia de democratização cultural conduzida pelo Ministério da Cultura francês e outros países europeus não produziu os resultados esperados. Não obstante a coordenação de medidas, abrangendo diversos ramos da cultura e segmentos da população, a sua lógica

⁷ Tradução da autora. Decreto retirado de <https://www.culture.gouv.fr/Nous-connaitre/Decouvrir-le-ministere/Histoire-du-ministere/L-histoire-du-ministere/Creation-du-Ministere> (cons. 15/03/2024)

provou-se falaciosa e pouco praticável. Botelho (2016) resume: “essa política não resolveu seu maior objetivo: incorporar novos setores sociais no mundo das práticas eruditas”. Ao invés, os efeitos observáveis do processo de democratização cultural foram uma intensificação da frequência dos espaços culturais apenas por parte dos setores da população que já antes consumiam essas práticas “eruditas”, e o alargamento da base social dos públicos da cultura foi reduzido ou nulo.

Benhamou (2006) explica que o fracasso da democratização cultural conduziu a dois desvios de política cultural: em primeiro, o deslocamento em direção ao multiculturalismo; em segundo, o abraçar das indústrias criativas. A economia cultural tornou-se, defende a autora, numa questão de difusão, e o Ministério da Cultura num ponto de encontro de clientes (artistas, produtores, e outros agentes culturais) cujos interesses só ocasionalmente convergem.

No que diz respeito à dificuldade do financiamento das artes na Europa, que conduziu efetivamente à necessidade da exceção cultural, Frau-Meigs (2003) e Liehm (1996) oferecem perspectivas diferentes: Frau-Meigs refere que o decréscimo do mecenato privado na sociedade moderna evidenciou uma falha do mercado e obrigou o Estado a fomentar a produção cultural; Liehm propõe que os mecenas da cultura – governantes, cidades, a Igreja – sempre foram, de certa forma, instituições públicas, concluindo que o financiamento público é uma das principais tradições culturais europeias. Em qualquer caso, num ponto concordam: os públicos são incapazes de financiar as artes e a performance, e este é um problema que tende a agravar-se na sociedade contemporânea (o que pode ser explicado, entre outras causas, pela doença de custos de Baumol⁸). Na Europa, o fenómeno é inflacionado pelo carácter multifacetado e multilingue da produção cultural, exigindo mais apoio e, em especial, mais ajuda pública para assegurar a sua sobrevivência.

A necessidade europeia de proteger a produção de cultura nacional através de medidas concretas intensificou-se num contexto de uma globalização acelerada e cada vez mais

⁸ A doença de custos proposta por Baumol e Bowen explica como indústrias mais suscetíveis ao atraso de produtividade (como a educação, as artes performativas, e outras que utilizem relativamente pouca tecnologia) vêm os seus custos reais aumentar, em resultado do aumento dos salários (que visa assegurar a sua competitividade no mercado de trabalho) e relativa estagnação dos níveis de produtividade.

digital. Na década de 1980, desenvolvimentos tecnológicos sucessivos (por exemplo, o *boom* da indústria de videocassetes, ou o aparecimento dos primeiros computadores pessoais) tornaram evidentes as imensas possibilidades dos meios audiovisuais para diversos fins culturais, artísticos, e de comunicação. Foi com a consciência de que o audiovisual seria o formato dominante para as décadas vindouras que o campo europeu procurou assegurar o seu direito à exceção cultural, aplicada a este domínio.

A exceção cultural tem, então, um foco interno; está longe de querer competir contra o poderio de Hollywood. Pelos vários motivos já explorados – linguagem, denominador comum, especificidades estéticas – a produção cinematográfica e televisiva europeia não será capaz de produzir nos E.U.A. o mesmo impacto comercial e cultural que as produções norte-americanas produzem na Europa. E é precisamente esse facto que justifica a necessidade da exceção: o audiovisual europeu não pode sobreviver se depender unicamente do mercado livre.

Neste aspeto, o princípio da exceção cultural é radicalmente distinto do da democratização cultural. Ao passo que esta última se foca no acesso ao consumo, a primeira centra-se na oportunidade de produção. Recordemos a declaração de fundação do Ministério da Cultura francês, que se propunha a “tornar acessíveis as obras capitais da humanidade (...) ao maior número possível de franceses”. Liehm (1996) denuncia este compromisso como irrealista e mesmo irrelevante, afirmando que, historicamente, a cultura erudita sempre esteve limitada a uma porção minúscula da população, o que não diminui o seu impacto artístico e importância histórica. Aplicar critérios e expectativas da cultura de massas (entenda-se a cultura de massas norte-americana) à produção cultural europeia e aos seus mercados atomizados, defende o autor, coloca-nos no caminho da mediocridade e da repressão da excelência; e por baixos que pareçam os números do acesso a espaços culturais e conteúdos audiovisuais, o seu alcance é, em termos relativos, muito mais significativo do que alguma vez foi nos largos séculos de produção de cultura erudita na sociedade europeia. O importante é, então, para este autor, possibilitar a criação artística sem nos rendermos às imposições do mercado.

Pós-GATT 1994

No momento da ronda do Uruguai, o plano da exceção cultural foi apresentado pela França com o apoio do Canadá e, em menor escala, do restante bloco europeu; contudo, a sua instrumentalização para a construção de uma política cultural europeia coesa tornou-se o seu aspeto mais marcante ao longo das décadas que se seguiram à assinatura do GATT 1994. Frau-Meigs (2003) resume:

“A hesitação do debate em declarar-se a si mesmo deve-se, sem dúvida, à dificuldade da Europa em apresentar uma frente unida nessa altura (estava envolvida em discussões sobre termos de governação, entrada de novos membros, detalhes de moeda única, etc.) e tomar uma posição como não-Americano, enquanto também evitando o anti-Americanismo.”⁹

Atualmente, podemos constatar que a exceção cultural francesa se insere num *framework* cultural europeu que é também, com determinadas variações, excecionalista. Interpretações divergem sobre o que este enquadramento significa para o cinema europeu. Frau-Meigs afirmava em 2003 que o cinema não pode escapar aos fatores de crescimento transnacionais que se verificam na Europa, e tende a tornar-se um *melting pot* de valores culturais europeus; produzir uma certa universalidade que concilie diversidade com um apelo mais alargado. Liehm, por sua vez, era da opinião (em 1996) que não pode existir um único produto europeu, mas sim diferentes culturas e criações que coexistam num paradigma comum, financiados e produzidos por instituições supranacionais.

Estas questões devem continuar a ser discutidas e observadas internamente, não descurando o poder e a eficácia de uma Europa unida nos palcos da diplomacia global. No contexto de uma globalização fortemente ocidentalizada, existe efetivamente um desequilíbrio entre os dois poderes ocidentais, e a exceção cultural é a ferramenta de oposição que permite ao lado europeu resistir à americanização total, assumir a sua posição de desvantagem neste duopólio assimétrico sem se deixar ser devorado.

⁹ Tradução da autora.

2.2 A “exceção cultural” como ferramenta social e geopolítica

2.2.1 Afirmação do poder europeu

As ideias germinais de união europeia – política, económica, e não menos cultural – que já existiam desde o século XIX e ganharam força no período entre guerras começaram a concretizar-se no rescaldo da 2ª Guerra Mundial. Em 1948, o tratado de Bruxelas foi assinado, dando início à integração europeia, e o Conselho da Europa foi formado em 1949. Nesse ano, o filósofo francês Jean-Paul Sartre (1949) resumia as preocupações que conduziriam ao debate na ronda do Uruguai:

“Se quisermos que a cultura francesa continue, é necessário que ela seja integrada na estrutura de uma grande cultura europeia. Porquê? Tenho dito que a cultura é o reflexo de uma situação comum. Ora, a situação de todos os países europeus é comum (...), encontramos os mesmos problemas e os mesmos perigos. (...) Esta política cultural não tem hipóteses de sucesso a não ser que seja parte de uma política que procura defender a autonomia cultural da Europa contra a América e a URSS, mas também a sua autonomia política e económica, a fim de constituir a Europa como uma força inteira entre os dois blocos e não como um terceiro bloco, mas como uma força autónoma que recusará deixar-se despedaçar entre o otimismo americano e o cientismo russo.”¹⁰

Encurralados entre dois superpoderes – subscritos a um deles pelas garras do anticomunismo e do plano Marshall (hoje revisto por certos historiadores como uma ferramenta de imperialismo económico¹¹) – os países da Europa ocidental atravessaram uma crise de identidade após a resolução da 2ª Guerra Mundial. Hoffmann (1964) descrevia uma relação de dupla dependência da Europa face aos E.U.A.: interna (entenda-

¹⁰ Tradução da autora.

¹¹ Walter LaFeber é um exemplo de um historiador revisionista que escreveu sobre o plano Marshall. Consultar LaFeber, W. (1967) *America, Russia, and the Cold War, 1945-1966*. John Wiley & Sons. Disponível em https://archive.org/details/isbn_9780471511311 (cons. 30/03/2024).

se simbólica, cultural) resumida no termo americanização, caracterizada pelo evangelho da prosperidade e da cultura de massas pregado às sociedades europeias; e externa (num sentido económico e político), que reduziu o velho continente a um protetorado americano para ser alavancado no palco da Guerra Fria. A sua proposta era semelhante à de Sartre: “As divergências entre os interesses da Europa e da América sugerem obviamente a necessidade de união política europeia.” (Hoffman, 1964).

Frau-Meigs (2003) aprofunda a noção da americanização, destacando dois dispositivos empregados desde o fim da 2ª Guerra Mundial: a disseminação de propaganda simbólica através da ficção mediática, e a promessa da revolução de informação como sinónimo de independência total. A autora acrescenta que a assistência material prestada pelos E.U.A. a vários países (não só europeus) no pós-guerra facilitou a implantação de agências de imprensa e meios de comunicação, e a distribuição de cinema, impulsionando a inserção norte-americana em inúmeros territórios por todo o mundo, no mesmo período em que a larga maioria dos países europeus (com a infeliz exceção de Portugal) se retiravam das suas colónias.

Pela década de 1950, a presença cultural norte-americana na Europa ocidental abrangia desde o cinema de Hollywood, aos refrigerantes e aos hotéis. A sociedade europeia, que em muitos casos exibia sentimentos anti-americanos e resistência à americanização, aceitou de qualquer forma a hegemonia norte-americana em diversos setores da vida pública e privada – refletindo a estranha mistura de receio, repulsa, e atração inspirada pela cultura de massas dos E.U.A. Frau-Meigs (2003) vê o confronto na ronda do Uruguai como uma manifestação contra, precisamente, a *sedução* da cultura norte-americana.

Marcussen, Risse, Engelmann-Martin, Knopf & Roscher (1999) visam explicar como as crises de identidade das nações europeias pós-2ª Guerra Mundial se materializaram na procura de integração europeia, demonstrando as diferentes formas como a ideia de “Europa” permeou as consciências coletivas de cada nação e os discursos das elites políticas. Na França, o conceito de *mission civilisatrice* (promovido por de Gaulle e consistindo no dever francês de disseminar os valores do iluminismo e da revolução francesa) conduziu ao que os autores chamam de “europeização da excecionalidade francesa”. Este processo ganhou impulso nos meados da década de 80, através de um abraçar da história comum europeia, a França europeia, o futuro europeu.

O domínio norte-americano na indústria audiovisual é uma das facetas mais evidentes e dolorosas da americanização global. Em 1994, ano da assinatura do GATT, Hollywood apresentava uma fatia de mercado superior a 70% na União Europeia (80% na Alemanha, 60% em França); acumulava cerca de 90% das receitas de bilheteira globais; utilizava cerca de 80% do dinheiro gasto em todo o mundo para produção cinematográfica¹². Além deste domínio mais objetivo, Frau-Meigs (2003) menciona que os filmes e programas de televisão norte-americanos geram expectativas e exemplos relativamente às narrativas e características das produções, cujo impacto, na sua opinião, os decisores políticos e criativos da Europa não medem de forma correta; por consequência, as típicas produções nacionais europeias não correspondem às expectativas do público americanizado, as quais implicam, diz a autora, uma maior circulação entre alta e baixa cultura (ecoando o “denominador comum” de Liehm (1996)) e uma maior democratização do acesso. Tudo isto contribui para a hegemonia da ficção audiovisual norte-americana.

Ao longo das décadas da segunda metade do século XX, várias vozes se ergueram para denunciar esta hegemonia como imperialismo cultural, destacando a capacidade dos produtos culturais de espalhar ideologia, reprimir as expressões culturais domésticas, e impor uniformidade na esfera cultural (Buchsbaum, 2017). Montebello (2002) resume estas queixas: “Não é por ser universal que o cinema norte-americano está presente em todo o mundo; mas sim porque está presente em todo o mundo que se torna universal.” Frau-Meigs (2003) relembra que, na globalização do cinema de Hollywood, ficaram para trás alguns dos géneros norte-americanos mais específicos: o western, o filme musical, e o *slapstick*.

Toby Miller e Richard Maxwell (2006) acrescentam um fator muitas vezes ignorado quando se fala no cinema norte-americano:

“Contrariamente à perspetiva convencional, que considera que o sucesso de Hollywood se baseia na eficiência do mercado livre e na transparência narrativa [dos filmes], argumentamos que a sua posição de comando se mantém há quase

¹² Dados retirados de Buchsbaum (2017).

um século graças a várias formas de ajuda e proteção do Estado, atravessando todos os níveis de governação.”¹³

Efetivamente, Buchsbaum (2017) aponta para a lei anti-competição Webb-Pomerene de 1918¹⁴ e os incentivos fiscais generosos da década de 1970¹⁵ como exemplos de intervenções estaduais que conferiram à indústria do cinema norte-americana vantagens competitivas, que por meios das economias de escala e de experiência se multiplicam no tempo, conduzindo à hegemonia a que hoje assistimos.

Os fatores expostos acima justificam a necessidade e, de acordo com a posição europeia, a legitimidade da exceção cultural como forma de sustentar as expressões culturais dos diferentes países e regiões, protegendo-as da cultura de massas norte-americana e o seu *marketing* agressivo. O paradoxo que se apresenta é, então, a questão do pluralismo de conteúdo como evasão à homogeneização dos formatos e das fórmulas – que não pode, contudo, existir numa esfera cultural isolada do *mainstream*, o que significaria desligá-la da realidade contemporânea. Aqui, o fenómeno recente do *streaming* traz algumas respostas interessantes.

Na ação europeia em defesa das suas expressões culturais, será fulcral não atacar as norte-americanas – daí a importância da manutenção do diálogo com os E.U.A., do pensamento aprofundado sobre as complexidades da cultura de ecrã na era global, e da concertação da atuação da União Europeia. Sobre este último ponto, o primeiro passo, diz Frau-Meigs (2003), é um repúdio total da ideia antiquada de que “exceção cultural” se traduz em “cultura excepcional”.

¹³ Tradução da autora.

¹⁴ Disponível em <https://www.ftc.gov/legal-library/browse/statutes/webb-pomerene-act>. (cons. 01/04/2024). Buchsbaum (2017) cita Jack Valenti: “Sem [a lei Webb-Pomerene de 1918] a indústria americana de cinema seria uma inválida... [a Webb-Pomerene tem permitido à MPAA contrariar [ações desfavoráveis por governos e interesses privados estrangeiros]... e preservar a liberdade da indústria americana de competir justamente no mercado global de entretenimento.”

¹⁵ “No início dos anos 70, Hollywood sofria os efeitos a longo prazo da competição televisiva e da crise conjuntural de superprodução. Depois, o governo federal aprovou incentivos fiscais para investimentos no cinema, o que aliviou a indústria durante a crise. Essa recuperação reforçou ainda mais a sua posição à medida que reconstruía lentamente o seu domínio internacional após 1980.” Buchsbaum (2017).

2.2.2 Suporte da criação de cultura contemporânea

Em maio de 2023, o filme francês *Anatomie d'une chute* ganhou a Palma de Ouro em Cannes; a realizadora Justine Triet aproveitou o seu discurso de vencedora para defender a continuação da exceção cultural, no contexto do que entendia ser uma política perigosa de “mercantilização da cultura” por parte do governo francês de Emmanuel Macron. O discurso produziu controvérsia e acusações de ingratidão por parte da então Ministra da Cultura francesa Rima Abdul Malak, que recordou que “Este filme não teria visto a luz do dia sem o nosso modelo francês de financiamento de cinema, que permite uma diversidade que é única no mundo.”¹⁶ Sem discordar desta declaração, Triet refletiu mais tarde, em entrevista com o *The Guardian* (2023): “Consegui ter sucesso graças a um sistema de financiamento público que é a inveja do mundo. Quis dizer, vamos proteger isso e pensar nas futuras gerações de cineastas.”¹⁷

Divergências à parte, o consenso é claro: os apoios financeiros ao cinema, enquadrados no princípio da exceção cultural, são vitais no encorajamento das vozes e expressões de setores criativos que de outra forma não teriam possibilidade de produzir e distribuir a sua arte. As palavras de Triet surgem em sequência de um congresso da indústria cinematográfica francesa, decorrido em setembro de 2022, onde as decrescentes receitas de bilheteira foram atribuídas ao cinema nacional de autor (o seu número excessivo e a sua qualidade), sendo defendida a redução do número de filmes produzidos e subsidiados pelo Estado.¹⁸

Evidentemente, esta redução apresentaria uma ameaça àquilo que Frau-Meigs (2003) destaca como a função central da exceção cultural – promover a produção contemporânea de cultura, e evitar interrupções no processo de criação artística. Esta interrupção, por mais contida e localizada, traz duas grandes consequências, que se desdobram com o

¹⁶ Disponível em <https://variety.com/2023/film/global/palme-dor-anatomy-of-a-fall-justine-triet-1235627245/> (cons. 01/04/2024).

¹⁷ Entrevista disponível em <https://www.theguardian.com/film/2023/oct/22/anatomy-of-a-fall-director-justine-triet-french-cinema-palme-d-or-cannes-film-festival> (cons. 02/04/2024)

¹⁸ Mais informações em <https://variety.com/2022/film/global/france-cinema-conference-etats-generaux-streaming-1235395416/> (cons. 02/04/2024).

tempo em múltiplos efeitos nefastos para o ecossistema cultural: a exclusão de uma geração de artistas, e a desabituação de uma geração de audiências.

Em França, esse fio condutor é facilmente observável na indústria do cinema. Basta tomarmos o exemplo de Triet – a realizadora diz-se inspirada por filmes de Guitry, Eustache, Truffaut, e Sciamma¹⁹, todos eles autores franceses, e confessa: “Quis fazer algo muito *homemade*, e muito francês”, espelhando uma identidade que se constrói há mais de um século, em virtude de um esforço contínuo de incentivo à produção artística.

Frau-Meigs (2003) apresenta os exemplos dos cinemas italiano e alemão como fios condutores que foram interrompidos. Efetivamente, ambos os países viram o seu *output* decrescer no fim do século XX; na década de 1990, a Itália produziu apenas entre 50 a 60% do número verificado na década de 70²⁰. Este declínio pode ser atribuído a vários fatores que ocorreram por toda a Europa – a recessão do início dos anos 80, o crescimento da televisão e videocassete, entre outros. As maiores vítimas desta crise foram os géneros de cinema mais específicos – em Itália, o *spaghetti western*, a comédia italiana e a comédia erótica; na Alemanha, o movimento do Novo Cinema Alemão. Com as indústrias domésticas deterioradas, a Alemanha e a Itália registaram, em 1998, 17,4% e 24,3% de lançamentos nacionais do total de estreias, respetivamente; a França observou 37,4% e de longe o melhor desempenho da Europa.²¹

Do lado do consumidor de cultura, os efeitos são igualmente negativos. Dados da Eurostat²² indicam que em 1998, já no fim do período mais crítico para os cinemas destes dois países, a Alemanha contava com uma média de 1,8 admissões *per capita* anuais às salas de cinema, e na Itália ia-se em média 2,1 vezes por ano ao cinema; números tépidos que contrastam com a anterior pujança das indústrias nacionais. Por oposição, em França,

¹⁹ Disponível em <https://www.indiewire.com/gallery/justine-triet-favorite-films/toni-erdmann-from-left-sandra-huller-peter-simonischek-2016-ph-dragan-adrian-hasu-sony/> (cons. 10/04/2024).

²⁰ As direções públicas de cinema dos três países (Centre national du cinéma et de l’image animée, Filmförderungsanstalt, e Direzione generale Cinema e audiovisivo) foram contactadas e confirmaram que não dispõem de estatísticas oficiais sobre o número de filmes para estas décadas. Foram utilizadas as bases de dados de acesso público do IMDb (<https://www.imdb.com/search/>) e Letterboxd (<https://letterboxd.com/films/>), cruzando os números de cada uma para chegar a um número aproximado.

²¹ Dados disponíveis em <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3433488/5414909/KS-NP-01-002-EN.PDF.pdf/3bf67ce0-ec4d-45e8-8a0f-fce7062fcf61?t=1414689871000> (cons. 13/04/2024).

²² Idem.

o número chegava aos 2,9, o terceiro mais alto da Europa a seguir à Irlanda (3,4) e Luxemburgo (3,3); em Portugal contava-se 1,5.

Estes efeitos reproduzem-se e intensificam-se no tempo; os pais que deixaram de ir ao cinema em jovens não adquirem o hábito de levar os filhos, os jovens que não foram acostumados a frequentar o cinema dificilmente introduzem essa atividade na sua rotina. Em 2019 os alemães iam ao cinema uma média de 1,4 vezes ao ano, e os italianos 1,6; para os franceses o número chegava agora aos 3,2, contrariando a tendência europeia de descida.²³

As estatísticas confirmam o que os defensores da exceção cultural têm vindo a afirmar; o fomento da cultura contemporânea através de programas de apoio e financiamento conduz a maior interação da população com a cultura (em especial a nacional). Reivindicar a redução do número de filmes apoiados em favor da melhor qualidade (o que será sempre um parecer subjetivo) e desempenho comercial parece um passo atrás no processo de democracia cultural que tem vindo a ser levado a cabo pela política cultural francesa. Além disso, desacredita o sucesso de bilheteira de produções seletas – que pelo mecanismo de impostos e taxas, alimenta futuras produções que podem, também elas, vir a ser lucrativas. O sucesso doméstico de *Anatomie d'une chute* poderá ter gerado centenas de milhares de euros para o fundo de apoio a novas produções; e isto sem contar com o sucesso do filme além-fronteiras, que traz também receita às produtoras e distribuidoras francesas que nele investiram, algumas das quais são entidades públicas²⁴. Se o argumento sociocultural não for suficiente, o argumento económico pede um pouco mais de fé no sistema circular de financiamento construído pelos franceses.

Instituições, criativos, e argumentos diplomáticos centram-se na diversidade cultural que a exceção cultural protege e incentiva. De facto, a expressão “exceção cultural” caiu em desuso no âmbito do comércio internacional – embora ainda seja utilizada em França, para referir às políticas culturais do país – e foi substituída pelo foco na “diversidade cultural”, naquilo que Frau-Meigs (2003) descreve como um “desvio semântico”.

²³ Dados disponíveis em https://www.unic-cinemas.org/fileadmin/user_upload/Publications/UNIC_AnnualReport_2020.pdf (cons. 16/04/2024).

²⁴ Caso da France 2 Cinéma; mais detalhes em <https://cineuropa.org/film/441019/> (cons. 16/04/2024).

2.2.3 Diferentes interpretações de “diversidade cultural”

A primazia dada ao termo “diversidade cultural” em detrimento da “exceção cultural” que a França apresentou e defendeu nas negociações do GATT em 1993 ocorreu por volta do virar do século e constitui uma decisão de estratégia diplomática. Buchsbaum (2017) explica que o argumento da diversidade cultural como objetivo das políticas nacionais de apoio ao cinema permite afastar as pressões neoliberais que urgem a liberalização comercial (oriundas, nomeadamente, da UE e da OMC), e que a “exceção cultural” nunca foi mais do que um *slogan* (Buchsbaum, 2006) que acabou por trazer conotações negativas à causa francesa.

O termo “diversidade cultural”, por outro lado, carrega um sentido mais neutro, sem desvirtuar, e mesmo enriquecendo a causa original. Efetivamente, este ajuste de vocabulário tem como principais vantagens “remover a centralidade da vontade política” (Buchsbaum, 2006) na questão dos apoios ao audiovisual, e justificar as ações políticas com base num valor de reconhecimento universal. Por outro lado, surgem dificuldades relacionadas com as complexidades na definição de diversidade cultural.

A adoção do termo “diversidade cultural” no fim do século XX pela facção europeia veio acompanhada pela crescente valorização do papel da UNESCO como fórum para a defesa das políticas culturais, e uma maior mobilização para criar um enquadramento legal para a defesa da diversidade. Em 2001, a UNESCO aprovou a Declaração Universal sobre a Diversidade cultural; um documento sem estatuto legal, destinado a incentivar o diálogo entre nações no âmbito deste tema. Em 2005 foi aprovada a *Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais*²⁵, com o voto a favor de 148 países, incluindo todos os então membros da UE.

Os Estados Unidos da América opuseram-se fortemente à Convenção, sob receio de que pudesse ameaçar a missão de liberalização comercial empreendida pela OMC. Kawashima (2011) explica que, na perspetiva norte-americana, o princípio implícito da Convenção da UNESCO era que os mercados nacionais se pudessem proteger da

²⁵ Referida daqui em diante por Convenção da UNESCO.

hegemonia do conteúdo de Hollywood, autorizando os países signatários a empregar políticas protecionistas. Por outro lado, Buchsbaum (2017) esclarece que todo o comércio, incluindo produtos audiovisuais, pertence à esfera de regulação da OMC, cujo tratado antecede a Convenção da UNESCO e por esse motivo tem precedência em caso de conflito em matéria comercial. Este facto é ditado pela Convenção de Viena sobre o Direito dos Tratados, assinada em 1969²⁶, sendo por isso uma questão clara de lei internacional; adicionalmente, a própria Convenção da UNESCO explicita “Nada na presente Convenção será interpretado como modificando os direitos e obrigações das Partes decorrentes de outros tratados dos quais sejam parte.” Não obstante, a desconfiança norte-americana prevaleceu, e o país não assinou a Convenção.

Como documento oficial das Nações Unidas, a Convenção da UNESCO tornou-se um texto de referência no campo da cultura, e o conceito de diversidade cultural nela imbuído serve de guia para políticas e iniciativas culturais a nível internacional. A Convenção procura consensualizar noções como “diversidade cultural” e “expressões culturais”, e professa “a necessidade de incorporar a cultura como elemento estratégico das políticas de desenvolvimento nacionais e internacionais”.

A Convenção da UNESCO foi alvo, por um lado, de acusações de ineficácia, devido à precedência da OMC e à ausência de diretivas concretas. Por outro lado, o esforço de clarificação do conceito de diversidade cultural não impediu a Convenção de ser criticada por ambiguidade. Kawashima (2011) resume o raciocínio que impossibilita a concordância entre a União Europeia e os E.U.A.: a primeira considera diversidade cultural ao nível nacional, e, portanto, um mercado que seja dominado por filmes de uma só indústria (seja esta norte-americana, francesa, ou qualquer outra) não é diverso. Este argumento baseia-se na ideia da monopolização do mercado por parte de uma indústria economicamente mais forte. Os norte-americanos, por sua vez, apoiam-se na diversidade da cultura do seu país, construída por imigrantes de diferentes origens, para comprovar que o cinema de Hollywood representa e dissemina culturas diversas, com a diversidade cultural a ser considerada ao nível de cada obra individual. Por esta lógica, restringir a entrada de filmes norte-americanos é também restringir a diversidade cultural que estes carregam. A autora conclui que a discussão da diversidade no mercado audiovisual (seja

²⁶ Disponível em https://legal.un.org/ilc/texts/instruments/english/conventions/1_1_1969.pdf

nacional ou internacional) deve ser prologada pelo esclarecimento de qual o nível de diversidade a que esta se refere.

Dada a complexidade do assunto, a diversidade é frequentemente avaliada, diz Kawashima (2011), através de uma correspondência simplista à força dos produtos não-americanos nos mercados nacionais, desconsiderando a diversidade entre os produtos em questão. O mercado francês de cinema, por exemplo, regista consistentemente a maior quota de mercado para produtos domésticos, acima dos 30%²⁷; mas este dado não informa sobre variáveis relevantes como o género dos filmes, a sua origem regional, as tradições culturais representadas, o género ou etnia dos atores e equipa. Na última década, a questão da representatividade nos media assumiu uma importância cada vez maior²⁸, assinalando um crescente foco na diversidade ao nível da obra individual, e evidenciando a necessidade de um modelo mais abrangente e, ao mesmo tempo, minucioso de medição da diversidade cultural no mercado audiovisual.

O modelo construído por Benhamou e Peltier²⁹ assenta nos textos basilares de Simpson (1949)³⁰ e Weitzman (1992)³¹ para identificar três aspetos fundamentais da diversidade cultural: variedade (número de títulos originais), equilíbrio (quota de mercado de cada título), e disparidade (distância entre categorias – como linguagem, país de origem, género, orçamento, entre outras). O modelo permite alguma flexibilidade: os investigadores escolhem as categorias da disparidade de acordo com a dimensão de diversidade que procuram estudar. Contudo, isto também representa uma desvantagem; é preciso atentar às categorias escolhidas, e ter em conta que pode existir subjetividade na caracterização de cada título (por exemplo, o que faz um filme inserir-se na categoria “drama” e outro na categoria “romance”); de acordo com as categorias escolhidas, uma análise comparativa de vários mercados pode produzir conclusões diferentes.

²⁷ Dados mais recentes disponíveis em <https://www.cnc.fr/creation-numerique/etudes-et-rapports/bilans> (cons. 24/04/2024); dados históricos para o período de 1980-1992 em Buchsbaum (2018), p. 75.

²⁸ O movimento #OscarsSoWhite é exemplo de uma contestação por diversidade no audiovisual <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-64883399> (cons. 16/04/2024).

²⁹ Em *How Should Cultural Diversity Be Measured? An Application Using the French Publishing Industry*, *Journal of Cultural Economics*, junho 2007, vol. 31, no 2, pp. 85-107. Citado por Lévi-Hartmann (2011).

³⁰ Em *Measurement of Diversity*, *Nature*, abril 1949, vol. 163, p. 688. Citado por Lévi-Hartmann (2011).

³¹ Em *On Diversity*, *The Quarterly Journal of Economics*, maio 1992, vol. 107, no 2, pp 363-405. Citado por Lévi-Hartmann (2011).

Lévi-Hartmann aplicou o modelo de Benhamou e Peltier no seu estudo *An Evaluation of the Diversity of the Film Market for Cinema and Video Recordings in France and in Europe* (2011), seccionando a sua análise em três momentos distintos – oferta de filmes, distribuição de filmes, e procura de filmes (bilheteira). O estudo compara os anos de 1998, 2001, e 2004, para os seguintes países – França, Espanha, Dinamarca, Reino Unido, Suécia, e Polónia. A principal conclusão da autora após aplicar o modelo às respetivas indústrias do cinema foi que a França apresentava inegavelmente o nível mais alto de diversidade, ao longo de todos os momentos (oferta, distribuição, procura). Nos dois outros mercados de grande dimensão, verifica-se uma situação menos marcada, com a oferta relativamente diversificada e a procura particularmente concentrada.

Neste estudo, a investigadora utilizou um sistema que permitisse refletir a diversidade cultural nas suas facetas geográfica, industrial e artística. Foram combinados fatores como a nacionalidade e linguagem dos filmes (diversidade geográfica), a estrutura económica (estúdio *major* ou independente – diversidade industrial), receção crítica e idade (diversidade artística). No entanto, apesar de estas categorias cobrirem bastante território, não nos permitem tirar conclusões quanto à diversidade encontrada ao nível da obra individual, isto é, a representatividade das expressões culturais, étnicas, e sociais minoritárias em cada obra³², que se tornou um dos assuntos mais discutidos nos dias de hoje no âmbito da indústria do cinema. Efetivamente, uma rápida pesquisa *online* com os termos “diversidade” e “cinema” devolve-nos um vasto número de estudos e artigos focados na presença de mulheres, etnias minoritárias, e personagens ou histórias LGBTQ+ nos novos lançamentos da indústria, assim como discussões sobre a importância e legitimidade de medidas de incentivo à diversidade e inclusão. Existe alguma resistência, contudo, a incorporar estas dimensões em avaliações oficiais de diversidade.

Olhemos para um relatório de 2013 da UNESCO sobre diversidade no cinema³³, que examina o fenómeno por duas formas: análise da linguagem das produções nacionais, e origem dos filmes que os espetadores preferem ver. Este estudo está inserido no enquadramento da *Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das*

³² Existem exceções, como por exemplo o uso da língua catalã para filmes produzidos em Espanha.

³³ Disponível em <https://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/fs24-feature-film-diversity-2013-en.pdf> (cons. 20/04/2024).

Expressões Culturais de 2005; no entanto, a abordagem presente no documento pode ser considerada superficial, reduzindo a noção de expressões culturais diversas a uma questão de linguagem e origem geográfica. Neste sentido, o argumento norte-americano de valorizar a diversidade ao nível da obra individual ganha pontos; é necessário ir mais fundo e apurar se nos países com mercados nacionais “diversos” (como era o caso, em 2011, segundo o relatório da UNESCO, de Marrocos e da Geórgia) estão representados os diferentes grupos étnicos e religiosos, géneros e orientações sexuais minoritárias, regiões e tradições descentralizadas, entre outras variáveis de diversidade.

Estas questões tornam-se essenciais para uma União Europeia que abraça a diversidade como um dos seus valores centrais, e vê a sua população e sociedade transformar-se, direta e indiretamente, com o desenrolar de vários fenómenos de migração – imigração e emigração legais, as crises de refugiados e migrantes ilegais, os movimentos de nómadas digitais, entre outros – em acréscimo a outras dimensões sociais que sofrem evolução.

Normas de diversidade e inclusão

Do outro lado do Atlântico, as forças combinadas do ativismo e interesse comercial já se traduzem em normas de incentivo à diversidade no seio das instituições mais prestigiadas da indústria do cinema. A Academia de Artes e Ciências Cinematográficas, que atribui anualmente os Óscares, anunciou em 2020 um conjunto de condições (para entrar em vigor em 2024) à nomeação de obras para os prémios, com o objetivo de “encorajar representatividade equitativa dentro e fora do ecrã de modo a melhor refletir a diversidade dos espetadores”. As condições aplicam-se a quatro domínios: representatividade, temas e narrativas no ecrã; liderança criativa e equipa do projeto; acesso e oportunidades na indústria; desenvolvimento de públicos. Os critérios incluem, por exemplo, que pelo menos um dos atores principais pertença a um grupo étnico minoritário, ou que 30% da equipa de filmagem pertença a um grupo sub-representado; o British Film Institute aplica critérios semelhantes para a atribuição de financiamento.

Na União Europeia, talvez em consequência de noções diferentes de identidade, certas condições seriam impossíveis de aplicar atualmente – como exemplo, o Estado francês

proíbe a categorização racial, sendo assim ilegal afirmar que um filme é liderado por atores de uma ou outra etnia³⁴. Algumas entidades, como é o caso da European Film Academy, encorajam a diversidade e a inclusão através de diretrizes flexíveis e não-normativas, cuja eficácia, naturalmente, é mais difícil de provar.³⁵

É no âmbito do género que parece existir um esforço mais concertado por parte das organizações da União Europeia. A campanha de diversidade do programa MEDIA da Europa Criativa, que se destina a “promover todos os talentos”, destaca, no seu plano de ação para 2021-2027, a importância da igualdade de género para a evolução das indústrias de cinema e media europeias, tendo para esse efeito lançado o projeto CharactHer.³⁶

Apesar dos diversos presentes obstáculos, podemos afirmar que se verifica em anos recentes um maior foco na diversidade a nível da obra individual. O seminário Equity and Inclusion Pathways, que decorreu em fevereiro de 2023 – com o cofinanciamento do programa MEDIA –, culminou com a aprovação de várias resoluções para a diversidade no cinema europeu: propostas para criar mecanismos de financiamento específicos para mulheres, pessoas não-binárias, minorias raciais e outros grupos marginalizados; incentivos à contratação de conselheiros externos por parte de organizações do setor, com vista a supervisionar os esforços de diversidade e inclusão; e, talvez mais importante, melhorar a recolha de dados relativos à implementação de diversidade e à acessibilidade do setor criativo.³⁷ Estas resoluções refletem uma crescente preocupação com a representatividade no contexto das produções nacionais, de modo a assegurar que o crescimento das indústrias culturais de cada país vem associado a um enaltecimento equitativo das suas diversas expressões culturais.

³⁴ Para uma exploração mais aprofundada desta problemática consultar <https://www.researchgate.net/publication/362505550> The French Paradox or how to study the racial question without race category.

³⁵ Consultar as diferentes diretrizes em <https://www.oscars.org/news/academy-establishes-representation-and-inclusion-standards-oscar-eligibility>, <https://www.bfi.org.uk/inclusion-film-industry/bfi-diversity-standards/diversity-standards-criteria>, e <https://www.europeanfilmacademy.org/app/uploads/2022/08/european-film-academy-diversity-and-inclusion-standards.pdf> (cons. 23/04/2024).

³⁶ Consultar de <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/maap-implementation> (cons. 23/04/2024).

³⁷ Mais informações em <https://variety.com/2023/film/global/efm-europe-diversity-inclusion-representation-1235526286/> (cons. 24/04/2024).

Resumo

Compreender a ideia da “exceção cultural” enquanto princípio de comércio internacional obriga-nos a conhecer o contexto de uma Europa delapidada e enfraquecida no rescaldo da Segunda Guerra Mundial. A braços com a invasão da cultura de massas norte-americana e com as novas realidades do período pós-colonial, a instauração de políticas culturais intervencionistas tornou-se uma questão de sobrevivência para as frágeis identidades do continente europeu. Liehm (1996) e Hoffman (1964) exploram as nuances desta problemática. Por consequência, a adoção diplomática do termo “diversidade cultural” é adequada, especialmente atendendo à multiplicidade de expressões que a UE abriga. Não obstante, e apesar dos esforços da Convenção da UNESCO, este continua a ser um conceito largamente subjetivo, dando azo a argumentos contraditórios.

No setor audiovisual, evidências quantitativas permitem-nos relacionar a aplicação de medidas de exceção com um maior dinamismo de consumo e criação – particularmente pelo caso do CNC em França, cuja intervenção está ligada a melhores indicadores de números de produções, hábitos de ida ao cinema, e quota de mercado de filmes nacionais.

Atendendo às hipóteses que guiam a investigação, dados apresentados neste capítulo indiciam a veracidade da hipótese 1: “O intervencionismo da política de ‘exceção’ combate a formação de oligopólios no cinema europeu, priorizando a criação de oportunidades em detrimento das economias de escala.” O estudo de caso do filme *Anatomie d'une chute* aponta para essa realidade.

Da mesma forma, podemos infirmar a hipótese 2: “O progresso tecnológico tende a desfazer as políticas culturais nacionais através dos efeitos da digitalização”, uma vez que a política fortemente intervencionista aplicada pelo Estado francês no setor do cinema tem sucedido em contrariar tendências europeias de queda do consumo e declínio da popularidade do cinema nacional.

3.1 Políticas europeias para o cinema e audiovisual

Como vimos anteriormente, a exclusão da indústria do cinema e audiovisual dos acordos internacionais de comércio deve-se à importância que certos países lhe reconhecem para a sua identidade cultural e para a proteção da diversidade de expressões culturais; mas também à percepção do nível de competitividade das produções domésticas no mercado internacional. Países que entendem que as suas indústrias nacionais estão vulneráveis procuram naturalmente protegê-las e encorajá-las. A estas perspetivas, Hanania (2019) acrescenta a relevância das ideias de cada país sobre práticas democráticas e intervenção do Estado na esfera cultural, recordando que, dentro da União Europeia, existem duas escolas de pensamento no que diz respeito à política do audiovisual.

Vlassis (2022) corrobora esta visão dual, apresentando então as duas forças: de um lado, defensores do modelo intervencionista e da exceção cultural, encontramos a indústria de produção cinematográfica, a rádio e televisão públicas, e as nações da França, Espanha, Itália, Bélgica, Grécia, Roménia e Portugal; o autor acrescenta que o Parlamento Europeu apoia frequentemente esta posição. Do outro lado, argumentando em favor de um modelo de regulação económica, vemos os canais privados de difusão, as indústrias publicitária e de telecomunicações, a Comissão Europeia, e países como o Reino Unido, Países Baixos, Chéquia, Luxemburgo e outros do norte da Europa. Estas divergências internas da União Europeia dificultam a apresentação de uma frente coesa em negociações com terceiros; todavia, a existência do conceito diplomático de exceção cultural é o que permite aos Estados-Membros construir as suas políticas culturais e desenhar cooperação cultural entre si, reitera Hanania (2019), fazendo referência ao artigo 167 do Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia³⁸. Neste âmbito, é sempre tido em conta o

³⁸ Disponível em https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:9e8d52e1-2c70-11e6-b497-01aa75ed71a1.0019.01/DOC_3&format=PDF (pp. 75-76) (cons. 30/04/2024).

importante princípio da subsidiariedade³⁹, que protege as capacidades dos Estados-Membros nos domínios em que a UE não possui competência exclusiva.

O diálogo para a construção de políticas europeias para o setor do cinema e audiovisual permite moderar os desencontros entre os dois polos, concertando esforços no sentido de acompanhar as transformações económicas e tecnológicas do setor, e de atingir um equilíbrio entre a convergência tecnológica⁴⁰ e a promoção da diversidade cultural (Vlassis, 2022). Os mais recentes desenvolvimentos no ecossistema audiovisual à escala global apresentam inúmeros desafios para o desenho e aplicação de políticas culturais, mas podem igualmente representar uma oportunidade para uma União Europeia que nem sempre conseguiu concordar em relação aos meios tradicionais (como salas de cinema e canais de televisão). Efetivamente, Walkley (2016) aponta que vários Estados-Membros que tinham anteriormente colocado obstáculos à aprovação de ajustes e adaptações na política francesa de exceção cultural se encontravam preocupados com a fiscalização e regulação dos gigantes do *streaming*; países como a Suécia e os Países Baixos, que em várias ocasiões tentaram bloquear propostas francesas de política cultural, poderiam ser movidos pela problemática do *streaming* a apoiar alterações a regras fiscais da UE que, por consequência, permitam à França estender medidas protecionistas e mecanismos de financiamento a empresas digitais sediadas no estrangeiro.

Neste âmbito é fulcral destacar o princípio da neutralidade tecnológica que governa a construção das políticas culturais europeia, e segundo o qual a legislação não deve requerer, favorecer ou discriminar contra qualquer tipo específico de tecnologia para atingir os seus objetivos.⁴¹ As políticas culturais europeias têm de respeitar a neutralidade tecnológica e, portanto, os serviços audiovisuais devem receber um tratamento uniforme. Por esta lógica, medidas que afetem serviços de *streaming* teriam de afetar também o audiovisual tradicional, explicando o raciocínio de Walkley (2016) no parágrafo anterior.

³⁹ Disponível em <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/pt/sheet/7/o-principio-da-subsidiariedade> (cons. 30/04/2024).

⁴⁰ A convergência tecnológica é o processo pelo qual vários serviços fornecidos por diversos equipamentos tendem a integrar-se numa só infraestrutura de tecnologia. A utilização do *smartphone* como telefone, relógio, câmara fotográfica e acesso à internet é um exemplo de convergência digital.

⁴¹ Definição disponível em <https://joinup.ec.europa.eu/collection/common-assessment-method-standards-and-specifications-camss/solution/elap/technology-neutrality> (cons. 02/05/2024).

Na realidade, a Comissão Europeia (2013) contorna a distinção entre serviços culturais tradicionais e “novos” (*online*) recorrendo ao conceito da linearidade: serviços não-lineares funcionam por uma lógica de *on-demand*, implicando um grau de controlo muito superior da parte do consumidor, e justificando (teoricamente) regulações menos apertadas do que serviços lineares como a televisão programada. Tendo em consideração esta especificidade, a diretiva AVMSD de 2010 (Audiovisual Media Services Directive, por sua vez uma atualização da diretiva Televisão sem Fronteiras de 1989) foi revista em 2018. A revisão teve como principais acrescentos a atualização de termos de jurisdição, as medidas para a literacia *media*, a promoção de obras europeias nos serviços de vídeo *on-demand*, e a definição de responsabilidades para plataformas de *video-sharing*. A inclusão das plataformas de *video-sharing* na AVMSD não se desenrolou sem discórdia. Os Países Baixos, por exemplo, tradicionalmente liberais no âmbito da regulamentação dos meios de comunicação social e da publicidade, votaram contra o texto final da diretiva.

Não obstante, de um modo geral, os Estados-Membro da UE concordam que a regulação do audiovisual deve englobar as plataformas *online*. Essa regulação tem, até agora, seguido os mesmos moldes da era analógica, defende Vlassis (2022): o autor indica que existe uma dependência de trajetória que conduz a UE a adotar medidas antigas – como impor quotas e exigir contribuições financeiras – às novas realidades da era digital. Adicionalmente, as medidas previstas na AVMSD de 2018 seguem a lógica *à la carte* típica da governação europeia (segundo o princípio da subsidiariedade) para as indústrias audiovisuais (Vlassis, 2022), o que significa que cada país tem jurisdição sobre a sua aplicação e pode selecionar e modificar as medidas que escolhe levar a cabo. Esta lógica permite que determinados países instituem obrigações mais ambiciosas para as plataformas *online* e promovam a exceção cultural no domínio *on-demand*, ou, por outro lado, que não apliquem regras específicas além da “obrigação geral” recomendada pela diretiva.

3.1.1 Promoção de obras audiovisuais europeias

“Introduzir medidas que sejam conducentes à promoção adequada de filmes e outras obras audiovisuais europeus consegue ser um exercício regulatório bastante complexo. (...) Uma variedade considerável de medidas existe para este propósito (...) Taxas e impostos são medidas que obrigam fornecedores de TV e VoD, distribuidores, cinemas, a indústria de vídeo, etc. a apoiar financeiramente fundos de cinema. Obrigações financeiras ‘incitam’-nos a produzir ou financiar a produção de obras audiovisuais da UE. Quotas fornecem acesso a ecrãs de TV e VoD. Por último, obrigações de proeminência procuram assegurar que obras audiovisuais sejam adequadamente “encontráveis” nos catálogos de VoD.”⁴²

A passagem acima do Observatório Europeu do Audiovisual (2019) condensa os desafios de expor as medidas aplicadas por cada país europeu para a promoção de expressões nacionais e europeias. Esta tarefa é facilitada pela priorização de análises comparativas.

De modo geral, um país pode proteger a sua indústria cinematográfica por duas grandes abordagens distintas: apoiando a produção nacional através de subsídios e incentivos fiscais, ou restringindo a entrada de filmes estrangeiros com recurso a quotas. A primeira abordagem é prática comum na maioria dos países (incluindo, a nível estadual, os Estados Unidos da América); a segunda menos utilizada, e mais propensa a atrair acusações de protecionismo.

Dentro da categoria das quotas existem diversos formatos e alvos distintos. No extremo mais protecionista do espectro encontramos o caso da China, cuja legislação permite a entrada de um máximo de 34 filmes estrangeiros por ano no mercado nacional.⁴³ Outra forma comum de promover o cinema nacional passa por dedicar um número mínimo de dias por ano em que cada tela ou sala de cinema deve mostrar filmes domésticos. Regulações deste género são praticadas atualmente pela Coreia do Sul e Brasil, por

⁴² Tradução da autora a partir de European Audiovisual Observatory (2019), p. 6.

⁴³ Informação de <https://uschinatoday.org/features/2020/07/14/hollywood-in-china/> (cons. 13/05/2024).

exemplo⁴⁴. Na Europa, a AVMSD atualizada de 2018 prevê quotas para televisão (*broadcast*) e serviços *on-demand*, mas não para salas de cinema.

A AVMSD tem como princípios gerais a neutralidade tecnológica, a regulação graduada (isto é, a abordagem dual, diferenciando entre serviços lineares e não-lineares), a liberdade de receção e retransmissão, e o direito de cada país aplicar regras mais pormenorizadas ou mais rigorosas, entre outros.⁴⁵

O relatório supracitado do Observatório Europeu do Audiovisual (2019) explora as regulações em ação em 31 países europeus: UE-27, Islândia, Noruega, Reino Unido e Suíça. O seu foco é na promoção de obras já produzidas na televisão e VoD. Na última categoria inserem-se plataformas de *streaming* como Netflix, Hulu, Disney+, Prime Video e Max (anteriormente HBO Max), juntamente com plataformas de *video-sharing* como YouTube e Daily Motion. Estes dois tipos de serviço distinguem-se pelo facto de o *video-sharing* pressupor que o prestador de serviço não tem controlo editorial sobre o conteúdo disponível. Por este motivo, o *video-sharing* fica de fora da maior parte do escopo da AVMSD, e as suas obrigações estão limitadas à publicidade nas suas plataformas, nomeadamente no âmbito da segurança, respeito pelos direitos humanos, e proteção de menores.

As plataformas *on-demand*, por sua vez, estão agora sujeitas a obrigações financeiras e taxas que fomentam a produção cinematográfica europeia e nacional. Para mais, serviços como a Netflix e Disney Plus devem respeitar uma quota de 30% de obras europeias nos seus catálogos. Esta meta é significativa quando vista em comparação a dados estatísticos que indicam que, em 2018, obras europeias representavam 20% de todo o conteúdo disponível em plataformas *on-demand* de subscrição no mercado audiovisual europeu⁴⁶.

⁴⁴ Informação de <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/south-korea-entertainment-and-media> e <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/2024/lei-14814-15-janeiro-2024-795250-norma-pl.html> respetivamente (cons. 14/05/2024).

⁴⁵ Disponível em <https://digital-strategy.ec.europa.eu/pt/policies/general-principles-avmsd> (cons. 14/05/2024).

⁴⁶ Informação retirada de <https://rm.coe.int/yearbook-keytrends-2019-2020-en/16809ce58d> (p. 16) (cons. 02/05/2024).

O Observatório Europeu do Audiovisual (2019) destaca, então, quatro vetores de intervenção:

i) Obrigações de investimento financeiro

Nas cobranças de taxas e obrigações, o beneficiário é, na maioria dos casos, o fundo de cinema e audiovisual nacional; em algumas exceções pode ser o orçamento do Estado ou o Ministério da Cultura de cada país.

Em 26 dos 31 países considerados são impostas obrigações de investimento financeiro aos serviços de televisão. Em mais de metade destes casos, a obrigação é opcional, isto é, os prestadores podem escolher entre pagar uma contribuição direta, pagar uma taxa, ou reservar uma percentagem do seu tempo de transmissão para obras independentes. Este modelo de carácter opcional é relativamente comum na aplicação de regulações no setor audiovisual europeu, e está previsto na AVMSD. No caso dos serviços *on-demand*, estas obrigações são impostas por 10 dos 31 países. Apenas dois países impõem obrigações aos distribuidores (Bélgica e Grécia), com a vasta maioria dos países a não colocar qualquer exigência nesse sentido.

ii) Taxas

Serviços de televisão são taxados em 11 países dos 31 analisados, com alguns desses sujeitos ao regime opcional, semelhante ao visto anteriormente nas obrigações. As taxas podem incidir sobre o rendimento dos *broadcasters* (entre 1,4% e 5,65%, dependendo do país) ou sobre as suas receitas de publicidade (entre 1,5% e 5%). Serviços de VoD estão sujeitos a taxas em 7 países, tal como os distribuidores; e salas de cinema em 9 países. No caso dos cinemas a taxa pode incidir sobre o preço de cada bilhete de cinema (entre 0,15% e 11%), como acontece em França, ou sobre a totalidade das suas receitas (entre 0,5% e 4%).

iii) Quotas

As quotas aplicam-se à exibição de obras europeias nos serviços lineares (distinção para independentes) e à disponibilização de obras europeias nos serviços não-lineares. A AVMSD prevê uma definição de “obras europeias” e “obras independentes”, no entanto os Estados-Membros têm autoridade de aplicar a sua própria definição distinta.

O primeiro tipo de quotas é imposto em todos os 31 países analisados – a regulação da AVMSD é de 50% de obras europeias com os casos particulares da França e Hungria a impor uma quota de 60%. A quota para obras europeias independentes nas televisões é aplicada por 29 países (com a exceção notável de França e Itália). As quotas impostas ao catálogo de serviços VoD são impostas por 13 dos 31 países e variam entre 20% e 60% (recorde-se que a recomendação é de 30%).

iv) Obrigações de proeminência

A AVMSD prevê no seu Artigo 7º-A que “os Estados-Membros podem tomar medidas para assegurar a proeminência adequada dos serviços de comunicação social audiovisual de interesse geral.”

Apenas 10 dos 31 países analisados vão além desta referência no respeitante a obrigações de proeminência: alguns com indicações mais subjetivas sobre o posicionamento na página inicial de obras europeias, nacionais, ou de língua nacional; outros com direções mais objetivas, deixadas a cargo a autoridades nacionais de regulação dos *media*; e outros, como é o caso de Portugal, exigindo que as plataformas permitam aos usuários pesquisar obras por origem nacional ou linguagem.

Análise comparativa

Pela Tabela 1 na página seguinte são comparadas as medidas adotadas por cinco Estados-Membros em seguimento da atualização da AVMSD em 2018.

Foram escolhidos três dos países mais populosos da UE (Alemanha, Espanha, França) com indústrias cinematográficas de expressão internacional, e dois países de dimensão mais reduzida (Países Baixos, Portugal). Estão também representados extremos opostos de tradição de política cultural – França como o país berço da exceção cultural, os Países Baixos como parte da fação pró-liberalização no seio da União Europeia.

Tabela 1 – Mapeamento de regras nacionais para a promoção de obras europeias em cinco países europeus⁴⁷

	AVMSD	Alemanha	Espanha	França	Países Baixos	Portugal	
OBRIGAÇÕES FINANCEIRAS	Linear (televisão)	opcional	obrigação geral	5% receitas anuais (6% públicos)	3,2% receitas anuais para cinema europeu; 2,5% cinema em FR	16,5% orçamento públicos para prod. Independentes	0,5%-4% receitas relevantes (10% RTP)
	Não-linear (VoD)	opcional	obrigação geral	5% receitas anuais (6% serviço público)	15%-26% receitas anuais para cinema europeu; 12%-22% cinema em FR	obrigação geral	0,5%-4% receitas relevantes (com opção)
	Distribuidores	opcional	n/a	n/a	n/a	n/a	0,5%-4% receitas relevantes (com opção)
TAXAS	Linear (televisão)	opcional	0,15%-0,95% receitas anuais; 3% custos transmissão de cinema (públicos)	n/a	5,65% receitas anuais, sujeito a deduções	n/a	n/a
	Não-linear (VoD)	opcional	1,8%-2,5% receitas anuais	n/a	2% receitas anuais, sujeito a deduções	n/a	1% receitas relevantes

⁴⁷ Dados relativos a quota de mercado de cinema nacional e admissões per capita retirados de https://www.unic-cinemas.org/fileadmin/user_upload/For_immediate_publication_-_UNIC_update_on_cinema-going_2019.pdf (2019) e https://www.obs.coe.int/en/web/observatoire/home/-/asset_publisher/wy5m8bRgOygg/content/towards-a-new-normal-cinema-attendance-in-europe-keeps-growing-up-by-18-in-2023-although-pre-pandemic-highs-remain-far (estimativa para valores de 2023) (cons. 10/05/2024).

TAXAS	Distribuidores	opcional	0,25% receitas líquidas de subscrições	n/a	0,5%-3,5% receitas anuais	n/a	2€ por subscritor
	Cinemas	opcional	1,8%-3% receitas anuais	n/a	10,72% + 0,232% por bilhete	0,15€ por bilhete para a produção de cinema + 6% para pesquisa e outros fins	n/a
	Outros	opcional	n/a	n/a	<0,58% receitas específicas de produtores, distribuidores e exportadores	n/a	4% dos custos de comunicação comercial (<i>exhibition fee</i>)
QUOTAS	Linear - geral	>50% obras europeias	>50%	>50% obras europeias, >25% línguas oficiais	>60% obras europeias, >40% língua FR (70% e 50% públicos)	>50%	>50%
	Linear - independente	>10%	>10%	>10%, >5% recentes	n/a	>10%, 3,3% recentes	>10% (recentes, língua original PT)
	Não-linear (VoD)	>30% obras europeias	>30%	>30% obras europeias, >15% línguas oficiais	>60% obras europeias, >40% língua FR	>30%	>30% obras europeias, 15% independentes
OBRIGAÇÕES PROEMINÊNCIA VoD		obrigação geral	obrigação geral	obrigação geral	obrigações para <i>homepage</i> , recomendações, func. pesquisa, campanhas promocionais	obrigação geral	func. pesquisa por origem
2019	Quota de mercado cinema nacional	n/d	22%	15%	35%	12%	4%
	Admissões per capita	1,7 (UE)	1,4	2,3	3,2	2,2	1,5
2023 (est.)	Quota de mercado cinema nacional	n/d	24%	18%	40%	14%	2%
	Admissões per capita	1,5 (UE)	1,1	1,6	2,7	1,8	1,2
Agência nacional de cinema		n/a	FFA - Filmförderungsanstalt	ICAA - Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales	CNC - Centre National du Cinéma et de l'Image Animée	Nederlands Filmfonds	ICA - Instituto do Cinema e do Audiovisual

Os dados apresentados foram retirados maioritariamente do relatório *Mapping of national rules for the promotion of European works in Europe* do Observatório Europeu do Audiovisual (2019) e da base de dados da AVMSD⁴⁸, exceto quando assinalado, e em alguns casos foram simplificados de modo a facilitar a leitura comparativa. Podemos fazer algumas observações gerais a partir destes dados.

Em primeiro lugar, destaquemos a diversidade de medidas financeiras. Nos campos em que a AVMSD não faz recomendações concretas – obrigações de investimento e taxas – existe grande divergência de políticas. Esta variedade dificulta a realização de uma análise estritamente quantitativa; no entanto, é possível comparar a densidade e intensidade das medidas e complementar esse estudo com as considerações, exploradas no início deste capítulo, relativas às tendências mais protecionistas ou mais liberais de cada país.

Na Alemanha, as obrigações de investimento são definidas em termos subjetivos (European Audiovisual Observatory, 2019, p. 183). Nas taxas, observa-se uma lógica progressiva. Televisões, serviços de VoD, cinemas e distribuidores de vídeo estão isentos do pagamento se não verificarem um desempenho mínimo num conjunto de parâmetros financeiros e não financeiros. Verificando-se esse mínimo, a taxa é aplicada consoante os escalões definidos na legislação.

A política espanhola é caracterizada pela total ausência de taxas. As obrigações financeiras, por sua vez, são feitas por termos fixos, diferenciados para serviços públicos e privados.

A França distingue-se pelo seu sistema complexo com elevado grau de detalhe. Para as medidas de obrigações financeiras, estão previstas quatro categorias de diferenciação: entre obras audiovisuais (excluídas da Tabela 1 para efeitos de simplificação) e obras cinematográficas; entre obras europeias e obras em língua francesa; entre serviços televisivos especializados em cinema e aqueles não-especializados; e entre serviços VoD de transação e de subscrição. A isto acrescentam-se previsões de isenção; os serviços não-lineares, por exemplo, só estão obrigados ao pagamento caso registem receitas anuais superiores a 10M€ e ofereçam mais de 10 obras audiovisuais ou cinematográficas. Em comparação aos outros países analisados, as obrigações financeiras impostas pelo Estado

⁴⁸ Disponível para consulta em <https://avmsd.obs.coe.int/>.

francês são mais exigentes, chegando a 27% das receitas anuais (no caso dos canais especializados). Na área das taxas, vale destacar que algumas contribuições são agravadas mediante o caráter pornográfico ou violento das obras exibidas ou disponibilizadas (assinaladas com asterisco).

Nos Países Baixos, as medidas são relativamente reduzidas. São definidas obrigações financeiras apenas para o serviço público de televisão, segundo as quais 16,5% do orçamento anual de programação deve ser dedicado à produção independente. A nível de taxas, são cobrados separadamente 0,15€ por bilhete de cinema destinados à produção cinematográfica, e 6% do valor total do bilhete contribui para fins de pesquisa e gestão levados a cabo pela Associação de Distribuidores de Cinema (FDN) e Associação de Cinemas e Salas de Cinema (NVBF). De resto, a doutrina liberal é evidenciada pela ausência de obrigações financeiras e taxas que incidam sobre as receitas privadas.

Por último, em Portugal, fornecedores e distribuidores privados que transmitem obras cinematográficas estão obrigados ao pagamento de uma contribuição; canais de desporto e pornografia estão isentos. Os prestadores podem escolher entre pagar uma porção das suas receitas, um montante por subscritor, ou um pagamento único fixo; percentagens e montantes são definidas por escalões. A televisão pública deve contribuir 10% das suas receitas de contribuição audiovisual (pagas pelos contribuintes), e os fornecedores não-lineares devem pagar uma taxa de 1% das receitas anuais totais. As restantes taxas aplicáveis em Portugal incidem sobre os fornecedores de forma indireta, sendo cobrada uma contribuição de 4% dos custos de comunicação comercial aos anunciantes; é também cobrada uma taxa de 2€ por subscritor aos serviços de distribuição.

Ao focar agora a nossa atenção nas obrigações não financeiras, a primeira instância de análise passa pela conformidade com as normas da AVMSD. Todos os países considerados praticam as quotas mínimas de conteúdo europeu indicadas pela Diretiva para serviços lineares, como de resto o fazem a vasta maioria dos 31 países do relatório. Para os serviços não-lineares, a quota de 30% do catálogo é, em três dos países (Espanha, França, Portugal), substituída por uma obrigação mais detalhada. Estes são também os 3 países dos 5 analisados que aplicam quotas diferenciadas para obras nas suas línguas oficiais. Portugal e França são os únicos países da Tabela 1 que definiram medidas concretas no âmbito da proeminência nos serviços de VoD. Espanha, Países Baixos e

Portugal têm medidas destinadas à promoção de obras recentes (produzidas nos últimos 5 anos).

Neste ramo das medidas de promoção, a política francesa destaca-se claramente, pelo facto de exigir percentagens superiores às definidas pela AVMSD. Repare-se que a obrigação para as obras em língua francesa (40%) é superior, em França, à obrigação para a totalidade obras europeias (30%) recomendadas aos restantes países. Vale a pena destacar que, em virtude da diáspora francesa, espanhola, e portuguesa se estender além das fronteiras destes três países europeus, as indústrias cinematográficas dos outros países (europeus e extra-europeus) que adotam essa língua acabam por ser beneficiados por estas medidas protecionistas, gozando de maior exposição e incentivo.

Na Tabela 1 deve ainda reparar-se que quatro países (todos exceto Portugal) registaram um aumento da quota de mercado dos filmes nacionais entre 2019 e 2023. Considerando que a AVMSD foi revista em 2018, e o prazo para a sua transposição em legislação nacional foi definido para setembro de 2020, podemos olhar para os valores de 2019 como pré-AVMSD e os de 2023 como pós-AVMSD. Posto isto observa-se que, para os países analisados, parece existir uma relação positiva entre a aplicação de medidas protecionistas e o desempenho da indústria cinematográfica doméstica nas salas de cinema de cada país.

Esta interpretação, no entanto, exige uma maior profundidade de análise, uma vez que o período entre 2019 e 2023 assistiu a um forte crescimento dos serviços *on-demand*, na Europa e a nível mundial, acelerado pela pandemia de Covid-19 e consequente reforço da transição digital. As circunstâncias impostas pelo confinamento – incluindo o encerramento ou restrição do funcionamento das salas de cinema – implicaram que muitos filmes, tanto europeus como norte-americanos, tivessem o seu lançamento em plataformas digitais, com o lançamento em cinemas limitado ou inexistente. Este foi o caso para títulos como *Red Notice* (2021) e *Glass Onion: A Knives Out Mystery* (2022) que encontraram enorme sucesso nos serviços *on-demand*. É necessário ter em atenção que o crescente consumo de conteúdo por *streaming* não se reflete nas estatísticas da quota de mercado apresentadas na Tabela 1.

3.1.2 Questões de financiamento

Os factos inegáveis da digitalização e globalização conduziram ao principal fator de mudança no ecossistema audiovisual europeu: a decisão dos principais estúdios norte-americanos de focar no mercado de vídeo *on-demand* e no modelo de negócio *Direct to Consumer*⁴⁹ (Film i Väst Analysis, 2022). Ao passo que anteriormente as corporações norte-americanas se limitavam a distribuir pelo mundo conteúdo feito nos E.U.A., o processo de desenvolvimento socioeconómico e tecnológico permitiu que, a partir da segunda metade da década de 2010, estas começassem a agir como investidores e produtores em outras regiões do globo. Esta alteração do paradigma geográfico de produção audiovisual exige um ajuste estrutural ao nível das políticas culturais e mecanismos de financiamento europeus.

O modelo que dominava na Europa antes desta reconfiguração global era um de financiamento fragmentado. Filmes e séries de televisão eram frequentemente produzidos em regime de coprodução entre vários territórios, ou financiados por múltiplas fontes dentro de um país. Na ausência de alternativas, este era, apesar de lento, um sistema eficaz (Film i Väst Analysis, 2022). O sistema proposto pelo “novo mundo”, porém, é muito mais simples e rápido, compondo o financiamento de uma obra a partir de um ou dois passos, e oferecendo, portanto, um grau de previsibilidade vastamente superior, tanto às produtoras como aos *auteurs*. Vejamos o caso do filme *Anatomie d'une chute* referido no capítulo anterior. O seu orçamento foi composto por um conjunto de apoios públicos nacionais (do CNC, em duas modalidades distintas), apoios públicos locais (de três agências regionais), apoios da televisão pública (France 2, em duas modalidades distintas), e finalmente fundos privados (pelo menos seis fontes)⁵⁰. A concertação de mais de uma dezena de entidades para a produção de um filme é um processo delicado e demorado, certamente marcado por ansiedade pessoal e profissional. Este modelo

⁴⁹ Vale a pena notar que as Big Five (ou os conglomerados a que pertencem) detêm a Max (Warner Bros.), Disney+ e Hulu (Walt Disney Company), SkyShowtime (Paramount Pictures), e Peacock (Universal Pictures).

⁵⁰ Informação retirada de <https://ecran-total.fr/productions/anatomie-dune-chute/>.

continua em vigor, mas encontra agora a competição de investidores globais dispostos a financiar filmes e séries na íntegra.

A *Film i Väst Analysis* (2002) recolheu pareceres de centenas de agentes da indústria audiovisual europeia e verificou que a grande maioria reconhece necessidade de mudança neste modelo. O principal problema apontado às agências públicas de cinema é a lentidão e burocracia dos seus processos de atribuição seletiva de financiamento; os autores sugerem que o financiamento automático pode vir a tornar-se mais popular como o principal ou mesmo único formato de apoio financeiro público.

É também defendido, pelos entrevistados em representação de interesses privados, que as bolsas ou fundos sejam mais avultados, e atribuídos a um menor número de projetos. Pode imaginar-se que cineastas em início de carreira, com dificuldade a captar financiamento privado, discordem desta abordagem. Contudo, o alegado excesso de produção das indústrias cinematográficas europeias, nomeadamente em relação à fraca prestação dos filmes mais pequenos na bilheteira, levanta noções de “desperdício” – um elevado número de filmes fracamente financiados são vistos por um número reduzido de pessoas. Acrescentando ao baixo desempenho nas salas de cinema o facto de que muitos destes filmes nunca são lançados em formato físico ou disponibilizados em plataformas, somos obrigados a questionar até que ponto o princípio da difusão de expressões culturais diversas é honrado pelo modelo fragmentado. Sem um repensar das políticas de atribuição de fundos, o cinema continuará a receber uma porção cada vez mais desproporcional de dinheiro face ao seu alcance em termos de população e território.

O relatório da *Film i Väst Analysis* (2022) estabelece uma comparação entre as atuais políticas públicas para o ramo do cinema (ou a sua tendência de evolução) àquelas que existem há várias décadas dedicadas a formas de arte “históricas”: música clássica, teatro institucional, ópera, e património edificado; esta comparação traz-nos de volta ao que Liehm (1996, pp. 3-4) refletia sobre o cinema europeu:

“Quantos europeus ouvem Mozart hoje em dia, por sua própria escolha? Duzentos anos depois de Mozart, serão 2 ou 3%? Há muitos mais exemplos semelhantes. O que quero dizer com isto? Que o número de pessoas interessadas nos produtos de ‘alta’ cultura é claramente desproporcional em relação ao seu impacto geral. (...)”

Este facto adquire uma enorme importância no domínio do audiovisual. O principal argumento contra, por exemplo, o canal cultural franco-alemão ARTE é que a sua audiência não excede 2% em França e 1% na Alemanha. Mas ninguém argumenta que isto é provavelmente muito mais do que a percentagem de públicos alcançada pela nossa herança cultural desde a sua criação há milhares de anos.”⁵¹

Esta é a filosofia dos princípios gerais da política audiovisual europeia – proteger a diversidade de expressões culturais e a sua relação com o território, valorizar o cinema como forma de arte, salvaguardar a propriedade intelectual europeia, a liberdade e o controlo criativo para os cineastas, e respeitar a sala de cinema como centro para a experiência partilhada. Estes valores guiaram a elaboração da AVMSD e, idealmente, a sua transposição para legislação nacional. Contudo, a *Film i Väst Analysis* (2022) chama a atenção para a realidade do mercado privado – a realidade de que tanto produtoras como cineastas estão dispostos a abdicar dos seus direitos de propriedade, liberdade artística, e controlo criativo em prol de assinar acordos lucrativos como os oferecidos pelos gigantes do *streaming*. A grande questão no que toca ao financiamento público do audiovisual europeu é saber que tipo de alterações fundamentais devem ser levadas a cabo para que este se mantenha relevante e atrativo na face do novo paradigma global.

A *Film i Väst Analysis* (2022) levanta ainda outras perguntas relacionadas com a validade dos argumentos pró-exceção na era do oligopólio *on-demand* e o potencial papel das entidades nacionais e regionais numa indústria dominada por conglomerados verticalmente integrados. Os tradicionais argumentos pró-intervencionismo de carácter cultural estão a ser rapidamente desarmados: “Este ‘novo mundo’ abraça uma variedade de conteúdo muito mais vasta do que o ‘velho mundo’ em termos de linguagens, histórias, e personagens representadas.”⁵² (*Film i Väst Analysis*, 2022, p. 10). A erosão da antiga dicotomia entre Hollywood e cinema europeu, que se desenrola em consequência do investimento norte-americano em produções europeias⁵³, coloca em causa a legitimidade de medidas como as introduzidas pela AVMSD. De facto, a existência de sistemas

⁵¹ Tradução da autora.

⁵² Tradução da autora.

⁵³ Considere-se como exemplos a série *La casa de papel*, produzida e distribuída pela Netflix (Espanha), o filme *Im Westen nichts Neues*, distribuído pela Netflix (Alemanha), ou o *reboot Morangos com Açúcar*, desenvolvido em parceria com a Prime Video (Portugal).

automatizados de financiamento público (que passam, por exemplo, pela imposição de obrigações de investimento a serviços de *streaming*, ou pelo apoio automático à produção de longas-metragens facultado pelo CNC em França⁵⁴) pode ser visto como um aproveitamento socioeconómico injusto, e sem a mesma intencionalidade das antigas medidas seletivas.

Ainda sobre a AVMSD, recordemos que a quota prevista para conteúdo europeu nos catálogos das plataformas *on-demand* é de 30%. Parte do raciocínio por detrás da aplicação de quotas seria, podemos deduzir, que os serviços de VoD facilitassem o acesso a produções europeias que tiveram um lançamento limitado ou que já não estão em circulação; propiciando a partilha, a interculturalidade, e a literacia para a história audiovisual europeia, no geral contribuindo para a coesão sociocultural dentro da União.

Contudo, a tendência da indústria de VoD é de investir cada vez mais em originais, e o conteúdo licenciado está em trajetória de diminuição, especialmente o não-exclusivo. Os investimentos em conteúdo original dos gigantes do *streaming* subiram 45% de 2021 para 2022, e 14% em 2023; mais de 85% dedicados a conteúdo *scripted*.⁵⁵ Apesar da desaceleração do investimento prevista para 2023-24 (e que segue um autêntico *boom* em 2020-21), os catálogos das plataformas VoD estão cada vez mais cheios de conteúdo original. Tudo indica que a resposta dos gigantes à quota de 30% pode então passar por um maior investimento na produção de originais na UE e não tanto pela aquisição de direitos de distribuição de outras obras. Neste caso, é imperativo reformular e fortificar a lógica das obrigações financeiras e taxas impostas aos VoD. Os gigantes já investem diretamente na produção de audiovisual na Europa. Com que fundamento pode a UE retirar uma percentagem a esse investimento para posteriormente a aplicar na sua própria distribuição de fundos? Que significância cultural carregam as obras financiadas pelo dinheiro público que não pode ser encontrada nas comissionadas pelos serviços de VoD? Sobre a problemática do modelo atual, a Film i Väst Analysis (2022, p. 69) oferece possíveis vetores de atuação:

⁵⁴ Disponível em https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/cinema/production/soutien-automatique-a-la-production-de-long-metrage_191532 (cons. 30/04/2024)

⁵⁵ Dados da Ampere Analysis retirados de <https://www.hollywoodreporter.com/business/business-news/streaming-original-content-spend-2023-growth-slow-ampere-1235359079/> (cons. 02/05/2024)

“A maioria dos entrevistados do estudo veem um futuro com menos filmes a ser lançados nos cinemas. (...) as agências públicas de cinema necessitam de arriscar a ser mais seletivas e apoiar/investir em substancialmente menos títulos para cinema. Isto também irá contribuir para acabar com a sobreprodução de pequenos filmes de cinema.

A noção de filme *arthouse* precisa de ser definida e compreendida. Há uma confusão contraproducente que equivale *arthouse* com filmes ‘pequenos’, isto é, um orçamento relativamente baixo e totalmente dependente de apoio público. Palavras-chave na definição de *arthouse* podiam ser uma forte voz pessoal com uma assinatura facilmente identificável e lidando com um tema existencial...”⁵⁶

Somos de novo remetidos para a importância dos incentivos públicos para a cultura contemporânea; em França, fruto de uma forte tradição intervencionista, o setor criativo promete lutar contra a maior seletividade na atribuição de fundos que a Film i Väst Analysis (2022) sugere. A cineasta Agnes Jaoui, citada pela Variety em 2022, apresentava o lado negro do modelo ‘novo’: “A boa notícia é que o mundo nunca teve tanto desejo por histórias, a má notícia é que nunca fomos tratados tão mal (...) [as plataformas exigem] escrever e realizar da forma mais normalizada, tão rápido quanto possível.”⁵⁷ Para a artista, o valor mais importante do cinema francês é a liberdade do criador.

O artigo da Variety faz questão de apontar que vários dos filmes com melhor desempenho de bilheteira em 2022 foram filmes *arthouse* como *Saint Omer* (Alice Diop), *Les enfants des autres* (Rebecca Zlotowski), e *Chronique d'une liaison passagère* (Emmanuel Mouret). Com um financiamento público mais seletivo, não é garantido que todos estes filmes teriam sido produzidos. Mas França continua a ser uma exceção; em Portugal, por exemplo, a quota de mercado do cinema nacional ficou nos 2% das receitas de bilheteira (como visto na Tabela 1). Um setor nacional com uma expressividade económica muito baixa e, mais grave ainda, decrescente, pede uma reavaliação do papel e atuação da agência nacional de cinema.

⁵⁶ Tradução da autora.

⁵⁷ Tradução da autora a partir de <https://variety.com/2022/film/global/france-cinema-conference-etats-generaux-streaming-1235395416/> (cons. 11/05/2024)

3.2 As especificidades do cinema europeu

Elsaesser (2005, p. 13) introduz o seguinte paradoxo: “Qualquer livro sobre cinema europeu deve começar com a afirmação de que não existe um cinema europeu, e que sim, o cinema europeu existe, e tem existido desde o início do cinema há pouco mais de cem anos.”⁵⁸ A frase remete-nos para a impossibilidade de definir uma identidade estética comum, um foco temático recorrente, um ímpeto artístico coeso na produção cinematográfica ao longo de todos os territórios que compõem a Europa. Onde se encontra, então, a “europeanidade” na sétima arte?

Harrod et al. (2015), em busca dessa europeanidade elusiva, oferecem o caso do filme francês de 2011 *The Artist*⁵⁹:

“Em adição à sua preocupação cinéfila com forma – e especificamente o estilo de Hollywood, num claro eco dos interesses da *nouvelle vague* – o filme de Hazanavicius partilha vários temas com o discurso acadêmico e popular sobre cinema europeu: o significado da arte num meio de produção massificada, o lugar dos valores tradicionais no contexto de rápida mudança tecnológica e, é claro, o ‘problema’ da especificidade linguística e cultural em interações transnacionais.”⁶⁰

Nas suas inclinações estéticas, o filme é associado à tradição nacional francesa; nos temas que explora, às preocupações europeias. Assim, visto de dentro, o cinema europeu é um mosaico heterogêneo de expressões artísticas e heranças culturais locais – nesse âmbito, *The Artist* é um filme francês – mas visto de fora, a perseverança do cinema europeu reflete as batalhas de uma arte dominada pelas estipulações de Hollywood – e por essa perspectiva, *The Artist* é um filme europeu, e acima disso, não-americano. Neste sentido,

⁵⁸ Tradução da autora.

⁵⁹ Uma produção francesa sobre a era dos filmes mudos de Hollywood.

⁶⁰ Tradução da autora.

Elsaesser (2005) propõe que o cinema europeu seja visto como apenas um dos ramos do *world cinema* – a outra metade do duopólio comandado por Hollywood.

Que diferenças encontramos entre as duas grandes fações da indústria cinematográfica mundial? Uma das mais gritantes passa pelo orçamento: em média, produções dos estúdios principais norte-americanos custam entre 50 a 100 milhões de dólares⁶¹; filmes europeus com estreia em cinema têm orçamentos médios de cerca de 2 milhões de euros⁶², e os números são semelhantes ou inferiores para outras indústrias, como Bollywood. Adicionalmente, na Europa, o financiamento público assume uma importância muito maior, com uma média superior a 40% do orçamento dos filmes a vir de fontes públicas.⁶³

Restrições orçamentais impossibilitam a utilização massiva de efeitos especiais, frequentes nos géneros de ação, ficção científica, e fantasia; assim como a aquisição de obras de grande sucesso comercial para adaptação. Em resultado, fora de Hollywood encontramos mais dramas e comédias com histórias originais – dados do *website* Box Office Mojo revelam que as comédias domésticas são particularmente populares com os públicos europeus, ao passo que os filmes norte-americanos mais bem-sucedidos são, na sua maioria, filmes de ação ou animação. Lee (2008, citado por Shin, 2015) defende que estes são também os géneros menos sujeitos ao desconto cultural, ao passo que a comédia e o drama tendem a ter uma natureza cultural mais específica.

Outro fator de distinção prende-se com o que Harrod et al. (2015, p. 22) descrevem como uma relação complexa entre “auteurismo” e europeidade. A teoria de *auteur* está, de modo geral, relacionada com o comando artístico exercido pelo realizador do filme; este é o modelo prevalente no cinema europeu, tendo 61% dos filmes produzidos entre 2015 e 2020 sido escritos e realizados pelo mesmo autor.⁶⁴ Harrod et al. (2015) defendem ainda que o abraçar do cinema de autor representa também o abraçar de práticas específicas como o cinema “lento” e o realismo, e a orientação para certos canais de distribuição, especificamente o circuito de festivais.

⁶¹ Retirado de https://www.the-numbers.com/movies/#tab=theatrical_distributor (cons. 09/05/2024).

⁶² Retirado de <https://rm.coe.int/fiction-film-financing-in-europe-2021-edition/> (cons. 09/05/2024).

⁶³ Retirado de <https://rm.coe.int/fiction-film-financing-in-europe-overview-and-trends-2016-2020-decembe/1680ae1d37> (cons. 09/05/2024).

⁶⁴ Retirado de <https://rm.coe.int/yearbook-key-trends-2022-2023-en/1680aa9f02> (cons. 09/05/2024).

Por fim, os modelos económicos das indústrias cinematográficas europeia e norte-americana diferem vastamente. Depois de um período complicado na década de 50-60, o sistema de integração vertical do período clássico de Hollywood foi renovado para a era do *blockbuster*, incorporando novos métodos de publicidade e *branding* – como os *tie-ins* baseados em obras já populares, a proliferação do *merchandising*, os filmes de alto conceito⁶⁵, e a aposta no conteúdo para famílias (Elsaesser, 2005). O *blockbuster* implica custos elevadíssimos – com orçamentos de *marketing* que por vezes excedem os de produção – criando a necessidade de economias de escala e investimentos financeiros de risco. Para consolidar esta integração, os estúdios norte-americanos lançaram os seus próprios canais de distribuição ou assinaram acordos com cadeias de distribuição, garantindo assim o direito de programar os seus próprios filmes nas janelas mais convenientes e obter receitas de bilheteira de forma rápida e eficaz.

Definir o cinema europeu em oposição ao cinema de Hollywood é uma prática familiar, afirma Elsaesser (2005), mas cada vez mais obsoleta, e suscetível a subjetividades perigosas. Deste modo, procurarei neste subcapítulo levar a cabo uma análise maioritariamente interna das características do cinema europeu, tendo em atenção a história partilhada do continente. São aqui aprofundados três fenómenos que, na Europa, desempenham um papel único no seio da indústria audiovisual.

Cinema pós-colonial

A imigração em larga escala para os países Europeus, em particular da Europa Ocidental, é amplamente um fenómeno do pós-guerra, atribuível a dois grandes fatores: os processos de descolonização, e os projetos de convite de trabalhadores levados a cabo no âmbito da reconstrução do continente. Evidentemente, antes da Segunda Guerra Mundial já existia imigração para a Europa. A imigração do pós-guerra, contudo, é diferente: traz consigo um novo grau de diversidade étnica, religiosa, e cultural, criando no continente europeu a narrativa do multiculturalismo e dando origem a tensões sociais.

⁶⁵ Filmes baseados em premissas únicas e chamativas, como *Jaws* (premissa: a caça por um tubarão gigante) ou *Toy Story* (premissa: as aventuras de um grupo de brinquedos conscientes).

A onda de imigração que começou na segunda metade do século XX não só transformou a estrutura demográfica do continente como introduziu desafios socioculturais, para os quais não existiu uma resposta coordenada. As reações variaram de país para país, desde o fomento do pluralismo cultural à promoção da assimilação. Com o tempo, as noções de património e diversidade no âmbito da política cultural da União Europeia foram radicalmente expandidas para abarcar expressões locais culturais e experiências coletivas traumáticas, afirma Calligaro (2014); a ideia de diversidade de culturas nacionais deu lugar a uma conceção muito mais atomizada de expressões minoritárias e localizadas. Este repensar, continua o autor, assumiu proporções ainda maiores com os alargamentos de 2004 e 2007 da UE.

O cinema pós-colonial emergiu, assim, em diálogo com as complexidades do espectro de segregação-hibridização cultural na Europa contemporânea. O tema das experiências das minorias e dos imigrantes tem sido adotado por diversos cineastas europeus, afirma Lykidis (2009), oferecendo os casos de Tony Gatlif e Michael Haneke; exemplos de filmes europeus que cobrem estas problemáticas são *Vitalina Varela* (Pedro Costa, 2019) e *Persepolis* (Marjane Satrapi, 2007). Ponzanesi e Berger (2016) corroboram a importância destas histórias no cenário do cinema europeu, acrescentando que cada cinema nacional trata estes temas através de géneros e formas distintas.

O reconhecimento do valor dialético do cinema pós-colonial ocorre em concomitância com a admissão do declínio comercial da indústria cinematográfica europeia. Elsaesser (2015) sugere que um alargamento do contexto permite ver esta suposta perda de prestígio como um ato de libertação, o que nos remete para noções de democracia cultural e nos recorda das prioridades da política cultural europeia. O contexto alargado, propõe o autor, consiste nos “três traumas” da Europa contemporânea: o trauma demográfico (sentido nos fenómenos do envelhecimento e baixa natalidade), o trauma histórico e fundacional do Holocausto, e o trauma da imigração e do embate com o Islamismo.

O cinema pós-colonial apresenta uma linguagem estética distintiva, tendências narrativas recorrentes, e processa-se muitas vezes num sistema de produção e distribuição alternativo. Esteticamente, são predominantes formas reinventadas do neorealismo em forma de semidocumentários, e fusões com culturas juvenis (Elsaesser, 2015); assim como as noções de multilinguagem e não-lugar (Ponzanesi e Berger, 2016). Lykidis

(2013) destaca a narrativa da jornada migratória como um tema comum, e o *thriller* criminal como um dos géneros populares da escola pós-colonial, em adição ao documentário. No século XXI, verifica-se uma crescente diversidade na representação da experiência imigrante, refutando o pendor melodramático e o foco excessivo no sofrimento e impotência das comunidades. Para Lykidis (2013), a flexibilidade cultural dos imigrantes (e seus descendentes) pode tornar-se uma força dinâmica e regenerativa no cinema contemporâneo, não pelo isolamento, mas pela integração, permitindo uma compreensão mais holística e contextualizada da experiência imigrante.

O cinema pós-colonial é comumente associado à produção independente e ao circuito de festivais. O caráter independente da produção simboliza, para Lykidis (2013), uma tentativa de aproximar as esferas pública e privada, conectando a hipervisibilidade dos imigrantes no espaço público (especialmente quando estes pertencem a grupos étnicos minoritários) com as suas histórias íntimas. Por sua vez, o universo dos festivais de cinema (que se multiplicaram no pós-guerra, ao mesmo tempo que se deu a onda de imigração para a Europa) facilita o movimento de obras, criativos, ideias e tecnologias. O “cinema de festival” ultrapassa fronteiras nacionais; a rede de festivais confere credibilidade e exposição aos cineastas com menor pujança financeira e menor potencial comercial, nomeadamente no ramo das curtas-metragens. Veja-se o exemplo da curta portuguesa *Balada de um Batráquio* (Leonor Teles, 2016), cujo triunfo na Berlinale trouxe à atenção do público nacional e internacional o tema da discriminação face às comunidades ciganas em Portugal.

Expressões regionais

O lugar torna-se um tema cada vez mais debatido no meio académico à luz de uma globalização acelerada e inescapável, e o ramo dos estudos do cinema não é exceção. As perspetivas variam, desde a erosão da importância do lugar à conta da uniformização cultural, à visão do mundo conectado como uma oportunidade de promover e partilhar a diversidade de expressões culturais. O conceito de “glocalização” surgiu como mediador das óticas extremas, propondo que o local e o global são mutuamente influentes, em harmonia com o mote da União Europeia: “unidade na diversidade”.

A glocalização está presente nos debates centrais no âmbito do cinema europeu, nomeadamente aqueles que o colocam em relação ao domínio de Hollywood. Contudo, também ser abordada de um ponto de vista interno, examinando as dualidades do cinema “central” (produzido nas capitais e grandes cidades) e cinema da periferia (oriundo de regiões não centrais, com menor dimensão e capacidade económica). Ironicamente, a própria glocalização dificulta a categorização de um filme como puramente regional, nacional ou internacional. Para contornar este obstáculo, consideremos como cinema regional apenas produções de origem subnacional e removidas dos grandes polos da indústria cinematográfica, em conformidade com o proposto por Marlow-Mann (2017).

O Observatório Europeu do Audiovisual (2016, citado por Sand, 2019) concluiu que obras audiovisuais de origem regional comportam uma maior proximidade à população dessa região do que *media* nacional e internacional e, por este motivo, apresentam significância democrática. O audiovisual nacional é também ocasional culpado de marginalizar e sub-representar identidades regionais, como é o caso de minorias linguísticas de demarcação geográfica como as existentes em Espanha (catalão, galego, basco). O cinema regional, nesse sentido, permite explorar, desenvolver e promover histórias e realidades locais; o efeito é tanto mais forte quanto mais locais os diversos aspetos da produção (locais de filmagem, naturalidade dos atores e equipa, fontes de financiamento) e narrativa (linguagens utilizadas, costumes e referências culturais representadas). Exemplos de filmes regionais que seguem pelo menos alguns destes critérios são *Il deserto rosso* (Michelangelo Antonioni, 1964), *Stromboli, terra di Dio* (Roberto Rossellini, 1950) e *Nuovo Cinema Paradiso* (Giuseppe Tornatore, 1988). Lidando respetivamente com os contextos regionais da industrialização no norte de Itália, a subsistência piscatória no arquipélago vulcânico de Lipari, e o quotidiano cultural numa pequena cidade na Sicília, estes filmes conseguiram ao mesmo tempo ter apelo internacional e interagir de forma única com as populações das regiões italianas retratadas.

A dimensão económica do cinema regional não pode ser ignorada, e tem vindo a assumir maior importância no âmbito das políticas da União Europeia para o audiovisual. Num efeito bola de neve descrito por Marlow-Mann (2017), o centro define os padrões de excelência e viabilidade comercial, força a internalização destas crenças por todo o território, e subdesenvolve as periferias ao absorver as possibilidades de criação que ali

emergem. Contrariar esta cadeia de eventos passa, por exemplo, pela criação de fundos regionais para a produção de cinema, que procurem apoiar projetos cinematográficos e autores de origem local; com os benefícios de fixar profissionais, incentivar a formação artística e técnica, e atrair investimento para a região. Felizmente, na Europa, o seu número está a aumentar (Sand, 2019), ainda que se verifiquem os problemas explorados no subcapítulo 3.1.2. Neste contexto, destaca-se a atividade da agência transnacional CineRegio⁶⁶, que procura facilitar a coprodução e cooperação entre fundos regionais europeus, e fortalecer a promoção das suas obras.

A temática do cinema regional é mais um palco de batalha do choque continuado entre os aspetos socioculturais e comerciais no ramo do audiovisual. Histórias de grande especificidade local têm maior dificuldade em encontrar financiadores e distribuidores, o que nos sugere que os cineastas podem ver-se obrigados a comprometer a sua visão em prol da possibilidade de comercializarem o seu filme. Por outro lado, cinema de origem regional não deve ser reduzido a retratar a região onde é produzido, sob risco de homogeneizar a perceção das comunidades e perpetuar estereótipos – sucumbindo ao que Sand (2019) denomina de “fardo da representação” – e ainda limitar a liberdade criativa, um dos pilares da política europeia para o cinema. Marlow-Mann (2017) defende que o cinema regional não seja visto em oposição ao nacional e transnacional, mas antes que os três sejam vistos como meras etapas ao longo de um espetro, em constante tensão e diálogo uns com os outros.

Redes de coprodução e distribuição

O cinema europeu gera mais coproduções transnacionais do que qualquer outra região do mundo (Parc, 2020). Razões para esta preferência são culturais, geográficas, e económicas – boas relações diplomáticas, integração europeia, abundância de fatores criativos e técnicos – mas também históricas, tendo o continente assistido às primeiras formas de coprodução para obras cinematográficas, há não menos de um século atrás. Coproduções entre países trazem as vantagens de diluir o risco financeiro entre várias partes, expandir o mercado de distribuição, e incentivar a partilha e aprendizagem;

⁶⁶ Site oficial <https://www.cineregio.org/>.

permitindo no geral a melhoria da competitividade da indústria europeia de cinema. Coproduções entre entidades do mesmo país são também extremamente comuns; para este subcapítulo, porém, foquemo-nos naquelas que envolvem dois ou mais países.

O sistema de coprodução foi a solução encontrada pelas principais economias europeias para a revitalização das suas indústrias cinematográficas no pós-Segunda Guerra Mundial, com um acordo entre França e Itália em 1949 a lançar o mote (Parc, 2020). O crescimento e sucesso das coproduções coincidiu com um momento de forte americanização cultural no continente europeu (como explorado no subcapítulo 2.2.1), que terá contribuído para a decisão dos governos francês e italiano de apoiarem os filmes produzidos em conjunto através de subsídios e incentivos fiscais. Parc (2020) explica como os incentivos públicos à coprodução internacional iniciados no pós-guerra tiveram o efeito inesperado de atrair produtoras não europeias, resultando num maior envolvimento norte-americano na indústria cinematográfica europeia, que era o contrário do pretendido com as medidas iniciais. Não foram feitos esforços oficiais para remediar esta aparente contradição; a Convenção Europeia sobre Coprodução Cinematográfica de 1992⁶⁷ permite a participação de países terceiros desde que o projeto promova “afirmação da identidade europeia”, um critério bastante subjetivo e que não parece ter diminuído a participação de companhias norte-americanas.

As coproduções entre países europeus são reconhecidas pelo seu valor em diversas vertentes. Mitrić e Kolarić (2024) afirmam que “coproduções europeias são normalmente os mais ambiciosos filmes europeus”, enquanto que dados da União Europeia (2019) estimam que, em média, coproduções europeias registam o triplo das entradas de cinema de filmes puramente nacionais. Parc (2020), contudo, argumenta que o sistema atual de iniciativa governamental dá azo a abusos por parte de entidades externas, e conduz a que coproduções privadas distorçam a sua constituição de modo a assegurar vantagens como dupla nacionalidade, apoios financeiros, e benefícios fiscais. Este fenómeno dificulta a otimização de fatores de produção, perturba o funcionamento do mercado, e inibe o desenvolvimento da indústria. O filme *Lucy* (2014) e a saga *Taken* (2008-2014) são dados como exemplos de coproduções de iniciativa governamental que, apesar de terem

⁶⁷ Disponível em <https://www.ministeriopublico.pt/instrumento/convencao-europeia-sobre-co-producao-cinematografica-e-os-dois-anexos-1> (cons. 11/05/2024).

nacionalidade europeia, não são associados pelo público geral ao cinema europeu. A linguagem utilizada e a origem dos atores são elementos fulcrais nesta associação.

Traila & Boonekamp (2022) defendem que as coproduções são veículos poderosos para abordar os desafios da recuperação da pandemia de Covid-19, a intensificação do *shift* digital, e a necessidade de “enverdecer” o setor. Neste sentido, afirmam, as coproduções são uma oportunidade de saída da crise atual, o que constitui uma justificação renovada para os fundos públicos estimularem coproduções europeias fortes, através de incentivos no seu apoio. Também a União Europeia (2019) destaca a importância das coproduções para o desenvolvimento da indústria de cinema de países isolados (a nível geográfico ou linguístico), e para a promoção de produtoras independentes, defendendo o papel dos fundos nacionais e regionais como facilitadores da cooperação. Em conclusão, a posição da União Europeia e dos especialistas europeus parece ser a de que as vantagens do sistema em vigor superam as eventuais desvantagens.

Ao passo que Parc (2020) se foca nas ineficiências económicas do modelo, Liz (2015), por outro lado, concentra-se nas concessões artísticas que as equipas criativas se veem obrigadas a fazer para assegurar fundos públicos. O conceito de *euro-pudding* refere-se a projetos cinematográficos que são alterados (a nível dos locais de filmagem, linguagem utilizada, atores recrutados) para maximizar as suas hipóteses de adquirir apoios públicos; a ideia pressupõe a existência duma fórmula cuja história atravessa dois ou mais países europeus e cuja linguagem comum é o inglês, não obstante a nacionalidade das personagens ou intérpretes. Liz (2015) ressalta que a noção de *euro-pudding* é frequentemente utilizada com valor pejorativo – associado à sua tentativa de apelo universal, o que nos recorda do “baixo denominador comum” referido por Liehm (1996) – e a sua contribuição para o desenvolvimento de indústrias e carreiras tende a ser desvalorizada:

“Todas as coproduções envolvem transações comerciais, mas a ênfase nos aspetos financeiros do *euro-pudding* é aqui⁶⁸ utilizada para desvalorizar aqueles filmes que, supostamente como os produzidos em Hollywood, são concebidos como bens

⁶⁸ A autora refere-se à opinião de Fisher (1990, citado por Liz, 2015) de que o *euro-pudding* é a resposta europeia ao pacote de Hollywood, onde “a maior arte envolvida é a arte do negócio”.

em vez de como expressões artísticas, em linha com a visão tradicional do cinema europeu como *art cinema*.”⁶⁹

A vasta maioria dos autores citados por Liz (2015) apresentam uma postura crítica face à emergência do *euro-pudding*, denunciando a sua falta de integridade artística e ausência de autenticidade nas suas representações do continente europeu. Em contraste com este aparente consenso académico, a autora argumenta a favor da reabilitação do *euro-pudding*, defendendo que é possível a construção de um cinema europeu que tenha simultaneamente qualidade e popularidade universal. Uma prova desta possível reapreciação é o sucesso crítico e comercial da coprodução franco-espanhola *L’Auberge Espagnole* (Cédric Klapisch, 2003), que conta com uma pontuação de 65 (geralmente favorável) no site Metacritic⁷⁰ e registou mais de 30 milhões de euros em receitas de bilheteira contra um orçamento de 5,3 milhões⁷¹. O filme, que retrata o intercâmbio Erasmus de um jovem francês em Barcelona, apresenta características típicas do *euro-pudding* como o elenco internacional e um enredo que atravessa vários países. A língua inglesa é utilizada, mas é apenas uma de sete línguas faladas pelas personagens. O bom desempenho de uma obra coproduzida, cuja temática incide na identidade e diversidade europeias, é indicativo das potencialidades da coprodução para o cinema europeu.

Contudo, este resultado positivo não é a realidade para a maioria das coproduções europeias. Ao passo que denominados *euro-puddings* como *Joyeux Noël* (Christian Carion, 2005) conseguem assegurar orçamentos superiores a 15 milhões de euros⁷², a maioria das coproduções transnacionais verifica um orçamento semelhante ao das produções puramente nacionais, e enfrenta dificuldades de distribuição (Buchsbaum, 2017). Para Mitrić & Kolarić (2024), a distribuição é o obstáculo mais imediato ao sucesso das coproduções europeias. Na opinião dos autores, os fundos públicos priorizam em excesso o financiamento de produções e acabam por não alocar meios suficientes à promoção dos filmes; as coproduções estão também geralmente sujeitas a uma

⁶⁹ Tradução da autora (p. 91).

⁷⁰ Baseada em avaliações de 31 críticos. Informação retirada de <https://www.metacritic.com/movie/lauberge-espagnole/> (cons. 12/05/2024).

⁷¹ Informação IMDb retirada de https://www.imdb.com/title/tt0283900/?ref=ttrel_ov_i (cons. 12/05/2024).

⁷² Informação IMDb retirada de <https://www.imdb.com/title/tt0424205/> (cons. 12/05/2024).

distribuição limitada, devido ao modelo de venda por território – que visa aumentar as receitas, mas acaba por “esconder” uma grande parte dos filmes.

Com as barreiras da linguagem e especificidade cultural (mais aprofundada entre as diferentes regiões da Europa), as coproduções europeias apresentam, salvo raras exceções, pouco apelo *mainstream*, fenómeno intensificado pela crescente competição das plataformas de *streaming* norte-americanas. Neste sentido, dada a dificuldade já embutida no mercado, os cineastas e produtores tendem a apostar no circuito de festivais e na receção de prémios como forma de promoção, especialmente tendo em conta que enfrentam poucas consequências para o baixo desempenho comercial (Mitrić & Kolarić, 2024). O sucesso no circuito de festivais pode contribuir para o gradual aumento da notoriedade, mas pouco faz pela promoção do filme junto do espetador médio; e mesmo que o consiga, estratégias limitadas de distribuição restringem a tradução dessa notoriedade em receitas de bilheteira. Mitrić & Kolarić (2024) utilizam o caso do filme *Quo Vadis, Aida?* (Jasmila Zbanic, 2020) para ilustrar como uma coprodução europeia oficial, com claro valor sociocultural e reconhecimento crítico, não produziu o impacto esperado junto da população geral: “uma falta de estratégia tanto a nível textual como promocional [...] dificultou o seu alcance ao público-alvo.”⁷³

As conclusões que retiramos em relação ao panorama das coproduções europeias não divergem das feitas sobre a indústria cinematográfica europeia em geral. Há um descontentamento por parte de cineastas e produtores face à sobreprodução de obras e saturação do mercado. Fatores de produção não são combinados da forma mais eficiente; o potencial dos públicos raramente é concretizado, demonstrando falhas nas estratégias e mecanismos de promoção, distribuição e exibição. O mérito artístico e sucesso comercial parecem desencontrar-se, resultando nos conceitos extremos e depreciativos do *art cinema* e do *euro-pudding*, e reforçando a necessidade de encontrar um meio termo. Das fontes analisadas neste capítulo, a principal proposta para responder a estas questões defende maior seletividade na atribuição de fundos públicos.

⁷³ Tradução da autora (p. 17).

Resumo

Ao longo deste capítulo, foi apresentado o modelo europeu de financiamento, promoção, e regulamentação do setor audiovisual. Considerando os passos importantes dados a nível de coordenação europeia, e os pareceres dos profissionais expostos no relatório da Film i Väst Analysis (2022), podemos confirmar a hipótese 3: “A disrupção causada pela emergência das plataformas de *streaming* veio provocar mudanças estruturais nos processos de produção, distribuição e exibição de obras audiovisuais no continente europeu.”

Apesar de a União Europeia ter historicamente adotado políticas culturais intervencionistas – reunindo-se em torno da “exceção cultural” –, distinguem-se um bloco mais liberal e um mais protecionista. Como explica Walkley (2016), os Estados-Membros souberam superar as divergências para a revisão da AVMSD em 2018, mas o processo de transposição da diretiva para legislação nacional fez transparecer, mais uma vez, dinâmicas intranacionais e orientações políticas distintas. A eficácia da AVMSD na pressão às plataformas de *streaming* é inegável e comprovada pelo crescente investimento dos gigantes do VoD em conteúdo original europeu, mas a nível de promoção de obras europeias e domésticas ainda se observam poucos efeitos – principalmente nos resultados de bilheteira.

Existe uma desconexão entre as opiniões dos profissionais e as decisões das agências públicas (Film i Väst, 2022, p. 58). São reconhecidos pontos críticos para a transição para o mundo pós-revolução do *streaming*, dos quais se destacam: a valorização do vínculo entre o audiovisual e o território, a melhor avaliação do potencial artístico e comercial dos filmes candidatos a apoio, e o maior diálogo e agilidade nos processos das agências públicas. Qualquer ação para o reforço da diversidade e competitividade da indústria de audiovisual europeia deve ter em consideração os seus fatores distintivos, nomeadamente as constrições operacionais e orçamentais (pela insuficiência das economias de escala), a tradição das coproduções entre países, e as vozes pós-coloniais e regionais que espelham o pluralismo cultural único do continente europeu.

4.1 Definição

Caraterização económica

Foster (2007) identifica três principais fatores de mudança que têm impactado o sistema capitalista nas últimas quatro décadas: o neoliberalismo, a globalização, e a financeirização. O conceito de financeirização, porventura o menos familiar dos três, traduz um agudizar do processo de terciarização que colocou um fim ao domínio do capitalismo industrial, e representa um afastamento da economia global da produção em direção às finanças, nomeadamente o investimento e comercialização de produtos financeiros.⁷⁴

Os três fatores identificados por Foster (2007) refletem-se nas tendências de desaceleração do crescimento, proliferação de multinacionais monopolistas e oligopolistas, e financeirização do processo de acumulação de capital; tendências que Sweezy (1997, citado por Foster, 2007) explica estarem interligadas. O modelo que incorpora estas tendências veio a ser designado nos Estados Unidos por *new economy* – um sistema económico baseado no setor dos serviços e movido pela tecnologia e inovação.

Críticos do processo de financeirização da economia global apontam para a sua ineficiência e insustentabilidade; o capitalismo financeiro é conducente, entre outros fenómenos, a períodos de elevada especulação como o que conduziu à crise financeira de 2008. Tobin (1984) alertava para os riscos sociais da financeirização:

“[...] estamos a atirar mais e mais dos nossos recursos, incluindo a nata da nossa juventude, para atividades financeiras distantes da produção de bens e serviços,

⁷⁴ Um dado frequentemente citado e ilustrativo deste paradigma é o facto do mercado FOREX (*foreign-exchange market*) ter um dos maiores volumes de qualquer mercado global, muitas vezes superior ao de bens e serviços. <https://www.forex.com/en-us/learn-forex-trading/trading-volume/> (cons. 17/05/2024).

para atividades que geram elevados lucros privados desproporcionais à sua produtividade social. Suspeito que o poder imenso do computador está a ser utilizado para esta ‘economia de papel’, não para efetuar as mesmas transações de forma mais económica, mas para inflacionar a quantidade e variedade de trocas financeiras.”⁷⁵

Miller (2004) partilha as preocupações de Tobin (1984), e afirma que fundos que poderiam ser aplicados em melhorias estruturais e trazer vantagens socioeconómicas de longo prazo foram antes direcionados para software “inútil” e *dot-coms* desmedidas.⁷⁶

Este sistema é altamente lucrativo, gerando vastos excedentes para uma muito pequena minoria; excedentes estes que devem logicamente ser reinvestidos. No entanto, alerta Foster (2007), as condições que dão origem aos excedentes também limitam o seu investimento, uma vez que os preços já estão calibrados de modo a maximizar o lucro para a quantidade de bens vendidos. A dificuldade em aumentar o consumo, no contexto de um sistema que opera em função do crescimento, resulta em cortes na capacidade produtiva que visam evitar a sobreprodução e redução das margens de lucro. A capacidade produtiva em excesso que se acumula – em especial quando os resultados anuais ou trimestrais assinalam desaceleração do crescimento – materializa-se em despedimentos coletivos, reestruturação de atividades, e encerramento de segmentos de produção. Pelo facto de o investimento financeiro possibilitar lucros superiores aos do investimento produtivo (i.e., o que visa aumentar a capacidade produtiva), estas respostas tornam-se simplesmente parte integrante do sistema; as corporações não têm interesse ou incentivo em minimizá-las. Deste modo, defende Miller (2004), a financeirização está por detrás de algumas das maiores reconfigurações da economia global desde a década de 1980: o abandono das estratégias de substituição de importações, a conseqüente perda de autossuficiência, e o reorganizar dos mecanismos globais de trabalho, administração e marketing.

⁷⁵ Tradução da autora.

⁷⁶ A bolha *dot-com*, que rebentou em 2000, é um exemplo da especulação típica do capitalismo financeiro; a bolha das criptomoedas é um caso mais recente. <https://www.nasdaq.com/articles/is-the-cryptocurrency-market-mirroring-the-dot-com-bubble> (cons. 17/05/2024).

Na crescente terciarização da economia, o setor criativo ocupa uma posição de destaque. O conceito de economia criativa surgiu em oposição ao de industrialismo, e reflete a contribuição e o potencial dos ativos criativos para o desenvolvimento económico. A economia criativa atribui objetivos económicos e socioculturais a setores como a tecnologia, propriedade intelectual, e turismo (Henderson et al., 2023), sendo a criação de conteúdo a sua força vital. O operário da era industrial transforma-se no criador-consumidor da economia criativa, e a produtividade é menosprezada em favor da monetização da propriedade intelectual⁷⁷; o emprego estável é dano colateral desta transição. Em poucas indústrias estes fenómenos são mais evidentes do que na cultura e no entretenimento.

As principais corporações de Hollywood, que pode ser caracterizado como um oligopólio imperfeito, são essencialmente distribuidoras – não produtoras – de audiovisual⁷⁸, e tomam decisões sobre o que produzir e como o vender, evidenciando que, na indústria cinematográfica, a integração vertical é feita a jusante:

“Tipicamente, o distribuidor não investe na produção mas fornece custos de lançamento (incluindo despesas de publicidade) e adquire direitos perpétuos para a distribuição global [...] o distribuidor assume um risco na medida em que está envolvido com a exploração do copyright, mas o principal arrecadador de fundos (e tomador de riscos) é o produtor, que tem de ser empreendedor em arrecadar fundos e executar o projeto.”⁷⁹ (Kawashima, 2011).

De facto, a especialidade dos principais estúdios norte-americanos é distribuir projetos de elevado orçamento, alto risco, e alto rendimento, apoiados por estudos de mercado e estudos de risco potenciados por economias de experiência. As produtoras europeias, menos experientes, falham na identificação do risco, sugere Kawashima (2011), o que as limita a projetos de menor orçamento – e menor rendimento, restringindo a sua

⁷⁷ “A Associação de Propriedade Intelectual estima que a propriedade intelectual vale 360 mil milhões de dólares por ano nos EUA, colocando-a à frente da indústria aeroespacial, automóvel e agrícola.” (Miller, 2004)

⁷⁸ Um exemplo concreto desta disposição é a saga Harry Potter, famosamente associada à sua distribuidora norte-americana Warner Brothers, mas produzida pelo estúdio britânico Heyday Films.

⁷⁹ Tradução da autora.

capacidade de crescer e competir. Ironicamente, esta relativa independência face a projeções financeiras é um dos fatores que valoriza o cinema europeu.

“Devemos notar que a diferenciação de produtos é uma estratégia importante para os monopolistas e oligopolistas para desencorajar novas entradas. Na prática, também, a estratégia básica dos *majors* de Hollywood é diversificar gamas de produtos e formar portfólios para minimizar riscos [...] no entanto, também é possível suspeitar que como o monopólio detém agora o mercado todo, não precisa de agradar a diferentes grupos de preferências, e limita-se a programar o que é mais lucrativo para a empresa.”⁸⁰

O raciocínio de Kawashima (2011) propõe que o modelo oligopolista de Hollywood, incorporado num sistema de capitalismo financeiro, é prejudicial para a diversidade de produtos e desincentiva a disrupção artística. Mais do que no *output* artístico, contudo, a financeirização da indústria audiovisual faz-se sentir na instabilidade profissional dos trabalhadores. Os gigantes oligopolistas viram os seus lucros, investimentos, e a remuneração média dos executivos aumentar várias vezes desde o início do século; em contraste, os guionistas de televisão recebem menos 23% do que há uma década atrás (ajustado para inflação) (Writers Guild of America, 2023). Questões de remuneração, cortes nas dimensões das equipas criativas, faltas de oportunidade para progressão na carreira, e erosão do sistema de pagamentos residuais para conteúdo de *streaming* foram alguns dos motivos para as greves dos guionistas e atores que abalaram a indústria de Hollywood em 2023, resume Jusuf (2023). Num boletim publicado antes do início da greve, a Writers Guild of America (2023) relacionava as práticas laborais dos gigantes da indústria com o processo de financeirização:

“A indústria do entretenimento continua altamente lucrativa [...] os lucros empresariais de 2022 são mais baixos, como ocasionalmente acontece quando se olha para os resultados de uma empresa ao longo de décadas [...] O investimento contínuo em *streaming* também baixou os lucros de 2022, dado que as empresas ainda estão a construir os seus novos serviços. Por outro lado, os serviços de

⁸⁰ Tradução da autora.

streaming continuam a arrecadar subscritores, subir os preços, e diversificar receitas através da introdução de publicidade.

[...] mesmo quando os lucros da indústria são altos, Wall Street exige que estes continuem a crescer [...] Quando o pico de subscrições da pandemia estabilizou, o entusiasmo de Wall Street arrefeceu. Os nossos empregadores têm respondido com despedimentos coletivos e *write-downs* de conteúdo numa tentativa de fortalecer o preço das ações, enquanto gastam milhares de milhões em recompra de ações com o mesmo objetivo.”⁸¹

Há fortes indícios de que os executivos de topo têm utilizado as flutuações do lucro (causadas, muitas vezes, pelas suas próprias decisões financeiras) como justificação para atacar os direitos dos trabalhadores – oferecendo contratos cada vez mais precários e mesmo substituindo os seus ofícios com inteligência artificial (Jusuf, 2023).

No consumo de conteúdo audiovisual

Os fenómenos da indústria cinematográfica explorados na secção anterior processam-se no contexto de um mundo pós-digital. O termo “pós-digital” obriga-nos a admitir que a revolução digital já aconteceu, e remover o nosso foco da tecnologia e em direção às pessoas; permitindo-nos debater e compreender algoritmos, biotecnologias, inteligência artificial, entre outros factos (Heuman & Rampazzo Gambarato, 2023). Neste paradigma, as tecnologias digitais tornam-se indissociáveis dos *media*, e a sua acessibilidade (a nível económico, material, intelectual) apresenta-nos um universo de novas possibilidades.

Heuman & Rampazzo Gambarato (2023) destacam a influência da transição digital nas perceções do passado como característica do pós-digital. Este traço é observável no consumo crescente de conteúdo nostálgico, incluindo ficção histórica, documentários, e outras referências audiovisuais do passado mais ou menos distante. Esta tendência tem

⁸¹ Tradução da autora.

vido identificada e aproveitada pelos oligopolistas, como evidenciado pelo constante lançamento de sequelas, prequelas, *spin-offs* e *remakes*.

Tabela 2 – Filmes com maiores receitas de bilheteira, global, 1980-1989

	Título	Ano	Bilheteira (milhões \$)	Orçamento (milhões \$)	Franchise preexistente
1	<i>E.T. the Extra-Terrestrial</i>	1982	792,9	10,5	Não
2	<i>Indiana Jones and the Last Crusade</i>	1989	474,2	48	Sim
3	<i>Batman</i>	1989	411,3	35	Sim
4	<i>Rain Man</i>	1988	354,8	25	Não
5	<i>Back to the Future Part II</i>	1989	332,0	40	Sim
6	<i>Who Framed Roger Rabbit</i>	1988	329,8	70	Não
7	<i>Look Who's Talking</i>	1989	297,0	7,5	Não
8	<i>Coming to America</i>	1988	288,8	30	Não
9	<i>Star Wars: Episode VI – Return of the Jedi</i>	1983	252,6	32,5	Sim
10	<i>Crocodile Dundee II</i>	1988	239,6	14	Sim
		Média	377,3	31,3	
		Ajustado à inflação (1987-2017)	823,9	68,3	

Tabela 3 – Filmes com maiores receitas de bilheteira, global, 2010-2019

	Título	Ano	Bilheteira (milhões \$)	Orçamento (milhões \$)	Franchise preexistente
1	<i>Avengers: Endgame</i>	2019	2797,8	356	Sim
2	<i>Star Wars: The Force Awakens</i>	2015	2068,2	245	Sim
3	<i>Avengers: Infinity War</i>	2018	2048,4	321	Sim
4	<i>Jurassic World</i>	2015	1671,7	150	Sim
5	<i>The Lion King</i>	2019	1656,9	260	Sim
6	<i>The Avengers</i>	2012	1518,8	220	Sim
7	<i>Furious 7</i>	2015	1516,0	190	Sim
8	<i>Frozen II</i>	2019	1450,0	150	Sim
9	<i>Avengers: Age of Ultron</i>	2015	1405,4	250	Sim
10	<i>Black Panther</i>	2018	1346,9	200	Sim
		Média	1748,0	234,2	

Gomes (2023) descreve o cinema *mainstream* atual como um mundo de personagens familiares, *franchises* sem fim; um mundo que olha constantemente para trás – onde está a certeza e o conteúdo para os quatro quadrantes⁸² – e nunca para a frente – onde está o risco, a polémica, a disrupção. Os próprios meios de consumo são cada vez mais policiados, censurados, e sujeitos a personalização algorítmica, limitando a exploração e descoberta ao mesmo tempo que os catálogos expandem.

Se considerarmos que as observações feitas a partir das Tabelas 2 e 3⁸³ podem ser extrapoladas à maioria dos filmes comerciais distribuídos pelos *majors* de Hollywood, fica demonstrada a veracidade das tendências que Gomes (2023) teoriza em relação ao cinema *mainstream*. Destaquemos que os filmes de sucesso comercial na década mais recente são, na sua vasta maioria, pertencentes a *franchises* multimédia já existentes; os orçamentos são várias vezes superiores aos da década de 80 ajustados à inflação; assiste-se ainda a um domínio quase monopolista da Disney, distribuidora de oito dos filmes da lista e atual detentora de subsidiárias como a Marvel Studios (Universo Cinematográfico da Marvel) e Lucasfilm (*Star Wars*).

⁸² Os quatro grandes grupos demográficos dos públicos de cinema: homem ou mulher, acima ou abaixo dos 25 anos de idade.

⁸³ Dados retirados de <https://www.boxofficemojo.com/> e <https://www.imdb.com/>; ajuste de inflação calculado por <https://data.bls.gov/cgi-bin/cpicalc.pl> (cons. 18/05/2024).

4.2 O crescimento do *streaming* e da propriedade intelectual

Streaming

A consolidação das empresas e o crescimento das receitas de bilheteira reiteram o diagnóstico da Writers Guild of America (2023) de que a indústria do entretenimento não está em crise. O mesmo se observa na música, onde os resultados empresariais são maioritariamente positivos: a produtora de eventos Live Nation viu a sua receita aumentar 36% em 2023 e atingir os 22,7 mil milhões de dólares⁸⁴, ao passo que o Spotify aumentou 16% para atingir os 14,3 mil milhões de dólares⁸⁵. Para os artistas, contudo, torna-se cada vez mais difícil garantir a subsistência com o rendimento das suas atividades criativas⁸⁶. Em entrevista à Fundação “la Caixa” (Campos, J. M. G., 2018), Françoise Benhamou explica esta dissonância:

“Os nativos digitais podem pensar que a cultura é gratuita, dado que tiveram uma vasta oferta cultural disponível na Internet desde que se lembram [...] se consomem cultura sem pagar, alguém está a pagar por eles: pode ser publicidade, pode ser que a qualidade do que consomem está a decrescer; ou pode ser que os artistas não sejam devidamente pagos pelo seu trabalho [...] a chave para desenvolver o mercado para produtos digitais é encontrar o preço certo.”⁸⁷

Conhecer as estratégias financeiras, criativas e de mercado das plataformas de *streaming* é fulcral para a compreensão do “novo mundo” do setor audiovisual.

Avanços em tecnologias digitais como estruturas de *cloud*, *machine learning* e redes de distribuição de conteúdo estão por detrás do surgimento das primeiras plataformas de

⁸⁴ Dados retirados de <https://www.livenationentertainment.com/2024/02/live-nation-entertainment-reports-full-year-and-fourth-quarter-2023-results/> (cons. 21/05/2024).

⁸⁵ Dados retirados de <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/SPOT/spotify-technology/revenue> (cons. 21/05/2024).

⁸⁶ Artigo relativo à indústria musical: <https://www.washingtonpost.com/arts-entertainment/2023/02/04/spotify-grammys-songwriters-payment-musicians/> (cons. 21/05/2024).

⁸⁷ Tradução da autora.

streaming na década de 2000, e mais amplamente da emergência de uma economia de plataforma (Chalaby, 2024).

Do ponto de vista do consumidor, o *streaming* oferece um grau de conveniência e flexibilidade superior ao dos modos tradicionais de transmissão; para as empresas de *streaming*, a principal vantagem face, por exemplo, à televisão linear é a potencial escala operacional, aponta Chalaby (2024). Ao passo que o *broadcasting* clássico é predominantemente nacional ou regional, o *streaming* é um negócio global; as barreiras à internacionalização são reduzidas e as economias de escala consideráveis, uma vez que a *cloud* é uma tecnologia sem fronteiras. O investimento inicial exigido para as plataformas de entretenimento, contudo, atinge níveis sem precedentes (Chalaby, 2024), nomeadamente para o licenciamento de conteúdo, e apenas as gigantes multinacionais conseguem corresponder às elevadas necessidades de capital e infraestrutura para entrar na indústria.⁸⁸ Esta condição explica a divisão em dois principais grupos da propriedade de serviços de *streaming*, como explicado por Chalaby (2024): conglomerados de entretenimento e *media* detêm serviços com menor alcance geográfico e/ou um foco específico (como a Hulu e ESPN+), ao passo que os gigantes da tecnologia operam as plataformas mais globais e abrangentes.

A entrada do primeiro grupo no setor do *streaming* ocorreu em reação direta ao sucesso inicial da Netflix, afirmam Rizzo & Whitten (2023). Estúdios de *legacy media*⁸⁹ como a Disney e a NBC beneficiaram do facto de deterem enormes bibliotecas de conteúdo com as quais encher os seus catálogos digitais. Da mesma forma, a promessa de conteúdo original nas plataformas chegou como tentativa de recuperar a fatia de mercado perdida para a Netflix, defendem Rizzo & Whitten (2023).

Por outro lado, o envolvimento dos gigantes da tecnologia no ramo do entretenimento é resultado de uma estratégia de diversificação das atividades, por sua vez impulsionada por motivações comerciais – “When we win a Golden Globe, it helps us sell more

⁸⁸ O caso da Netflix é excepcional, por ter sido pioneira no serviço digital de *video on demand*.

⁸⁹ Meios de comunicação *legacy* são os que precedem a era da informação, como é o caso dos conglomerados *media* Disney e Warner, formados na era do cinema mudo.

shoes”⁹⁰ – ou de posicionamento – “a shift away from products to become a company that's focused on providing valuable services”⁹¹ – sempre com o objetivo final de aumentar as receitas e valorizar a cotação da empresa, o que nos traz de volta à noção de capitalismo financeiro.

Vários autores explicam como o sucesso da Netflix desencadeou uma verdadeira “corrida ao armamento” por parte dos dois grupos mencionados anteriormente; o período ficou marcado por investimentos avultados e especulação financeira, e veio a ser designado por *streaming wars*. O esforço de competição conduziu a fusões (a WarnerMedia e Discovery, Inc. deram lugar à Warner Bros. Discovery), aquisições (a Amazon adquiriu o estúdio MGM), e gastos recorde em conteúdo original (The Lord of the Rings: The Rings of Power, série da Amazon, terá custado 715 mil milhões⁹²), especialmente no período entre 2021 e 2022. Mas, em retrospectiva, executivos reconhecem que estas decisões não seguiram qualquer lógica económica: “Estavam a atirar dinheiro a um problema e à espera que ele se resolvesse”, descreveu Ken Solomon em 2023 à CNBC (Rizzo & Whitten, 2023). A bolha, que tinha sido sustentada pela pandemia (Litwin, 2022), rebentou em abril de 2022, quando a Netflix anunciou uma queda no número de subscritores pela primeira vez na sua história e viu as suas ações cair 57% em consequência. A reação de Wall Street sinalizou perda de confiança nos conglomerados *media* a um grau que Litwin (2022) considera exagerado, tendo em conta a escala reduzida da flutuação.

A Figura 1 demonstra uma tendência de crescimento estável com períodos alternados de ligeira desaceleração ou aceleração. Não obstante, os mercados financeiros parecem não aceitar notícias que não sejam estritamente otimistas, e o mercado das telecomunicações é relativamente volátil⁹³. Deste modo, o pânico que se instalou na indústria de *streaming* em seguimento da perda de 0,4% de subscritores da Netflix conduziu a lay-offs

⁹⁰ Citação de Jeff Bezos, CEO da Amazon (2016). <https://www.vox.com/2016/5/31/11826166/jeff-bezos-amazon-prime-video-netflix> (cons. 21/05/2024).

⁹¹ Estratégia da Apple para o lançamento da Apple+: <https://www.alvareztg.com/why-is-apple-launching-a-streaming-service/> (cons. 21/05/2024).

⁹² Dados retirados de <https://www.wsj.com/articles/amazon-lord-of-the-rings-expensive-11661482048>. (cons. 21/05/2024).

⁹³ Apontado em 2022 com um dos 8 mercados financeiros mais voláteis pela Investopedia. <https://www.investopedia.com/financial-edge/0712/the-8-most-volatile-sectors.aspx> (cons. 21/05/2024).

generalizados, cancelamento de projetos e cortes orçamentais, assim como a reestruturação dos modelos de negócio para gerar novas receitas⁹⁴ – quer pela inclusão de publicidade, quer pelo combate às práticas de partilha de contas.

Figura 1 – Subscritores Netflix, global, 2013-2024⁹⁵

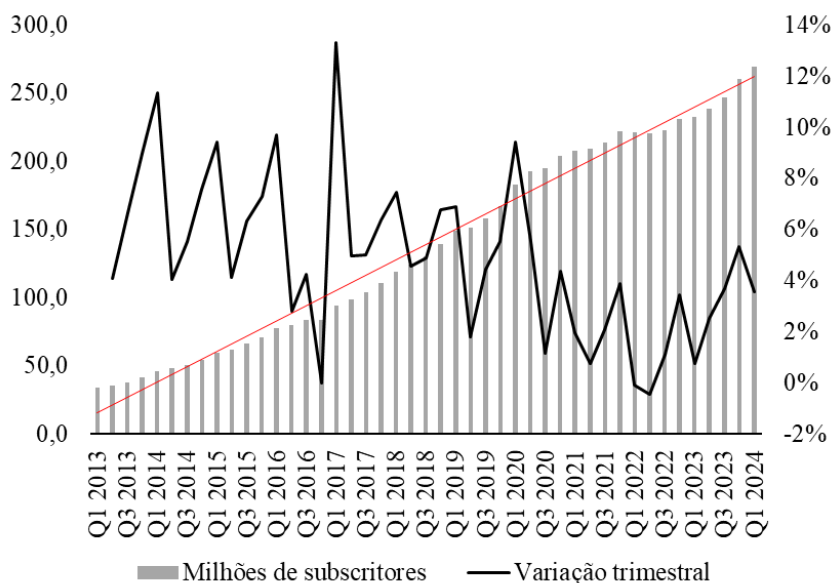
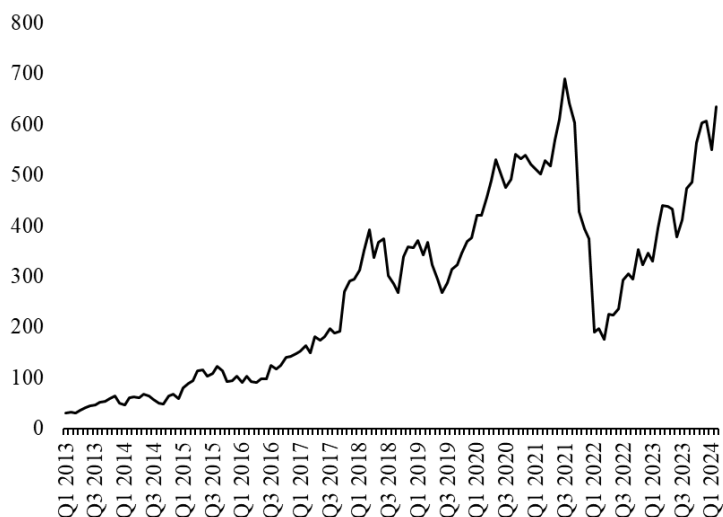


Figura 2 – Preço das Ações NFLX, 2013-2024 (mensal, USD)⁹⁶



Os planos de recuperação foram bem-sucedidos para a Netflix, que voltou a registar aumento de subscritores e, no primeiro trimestre de 2024, anunciou montantes recorde de

⁹⁴ A Disney, por exemplo, anunciou em fevereiro de 2023 a sua estratégia para reduzir despesas em 5,5 mil milhões USD. <https://www.cnn.com/2023/02/08/disney-reorganization.html> (cons. 21/05/2024).

⁹⁵ Informação retirada de <https://ir.netflix.net/financials/quarterly-earnings/> (cons. 21/05/2024).

⁹⁶ Informação retirada de <https://finance.yahoo.com/quote/NFLX/history/> (cons. 21/05/2024).

receitas e lucro, excedendo as suas próprias estimativas.⁹⁷ Os outros serviços de *streaming*, contudo, ainda não conseguiram transformar os milhares de milhões de dólares investidos em conteúdo em lucros consistentes (Rizzo & Whitten, 2023).

A vitória da Netflix nas *streaming wars* trouxe repercussões importantes. A primeira diz respeito ao fim do ciclo de especulação, exposto na Figura 2; Litwin (2022) afirma que o contratempo da Netflix causou uma correção que era necessária no mercado. Em segundo lugar, plantou em Wall Street a consciência de que o crescimento dos subscritores não deve ser a única medida de sucesso para as empresas de *streaming*, uma vez que gigantes que ganharam rapidamente subscritores ainda falham em registar lucro. A Netflix decidiu parar de divulgar os seus números de subscrição⁹⁸; por outro lado, indicadores como a receita por subscritor ganham cada vez mais relevância. Por último, a viragem para a contenção dos custos assinala uma nova era no entretenimento, ainda que falte observar a sustentabilidade a médio-longo prazo destas alterações.

Propriedade intelectual

O termo legal “propriedade intelectual” pode referir-se a qualquer propriedade protegida legalmente; na indústria do audiovisual a sigla IP traduz uma propriedade não original que é adaptada para o ecrã. A presença de IP nas indústrias do cinema e televisão não é novidade – muitos filmes populares da era do cinema mudo eram adaptações de livros e peças de teatro – mas o domínio comercial de obras inspiradas em IP existente parece ter sufocado Hollywood em anos recentes (Oller, 2023). Motivados pela necessidade de crescimento, os distribuidores optam por desenvolver propriedade intelectual com que as audiências já estejam familiarizadas. Estes projetos envolvem frequentemente orçamentos elevados, mas o risco financeiro é compensado pela facilidade na venda, alcance internacional, e apelo aos quatro quadrantes.

⁹⁷ Informação retirada de <https://www.forbes.com/sites/dereksaul/2024/04/18/netflix-reports-record-profits-as-subscriber-growth-tops-estimates/?sh=3965d79d222b> (cons. 21/05/2024).

⁹⁸ Medida a entrar em vigor em 2025; informação retirada de <https://www.hollywoodreporter.com/business/business-news/netflix-stop-giving-subscriber-numbers-2025-1235877730/> (cons. 21/05/2024).

Para Oller (2023), a obsessão com IP é responsável pelo desaparecimento do filme de médio-orçamento: estúdios que antigamente apresentavam uma oferta diversificada de dramas adultos, comédias românticas adolescentes, filmes de família e o ocasional *art film* arriscado alocam e concentram-se agora em sequelas e *reboots* de alto orçamento.

Tabela 4 – Produção cinematográfica da Warner Bros., 1993-2023⁹⁹

Ano	Número de filmes	Orçamento	Orç. médio	Orçamento	Receitas de	Rentabilidade
		médio	ajustado	total	bilheteira	(Rec. Líquidas/ Orçamento)
(milhões \$)						
2023	13	150,7	150,7	1959,1	4017,7	105,1%
2013	17	97,2	126,3	1652,4	4727,3	186,1%
2003	20	69,6	114,6	1392,0	2860,3	105,5%
1993	27	28,4	59,6	766,8	1608,4	109,8%

A tese de Oller (2023) é corroborada pelos dados presentes na Tabela 4, indicando uma clara tendência de diminuição do número de filmes produzidos pelos grandes estúdios de Hollywood nas últimas três décadas, assim como de aumento do orçamento médio para cada filme. Pode argumentar-se que mais nem sempre significa melhor; contudo, a redução do número de filmes produzidos parece empobrecer a diversidade – dos 13 filmes distribuídos em 2023 pela Warner Bros., nenhum se encaixa nas categorias de “drama adulto”, “comédia romântica adolescente”, ou “*art film* arriscado” propostas por Oller (2023). Verifica-se, por outro lado, uma grande concentração de filmes de super-heróis, com quatro lançamentos. Em comparação, 2013 assistiu à estreia de “dramas adultos” como *42* e *Prisoners*, com orçamentos de 31 milhões e 46 milhões de dólares, respetivamente; 2003 a “comédias românticas adolescentes” *What A Girl Wants* e *Love Don't Cost a Thing*, que arrecadaram 37,2 milhões e 21,9 milhões de dólares na bilheteira internacional; e 1993 a filmes ousados, agora considerados de culto, como *True Romance* e *The Crush*. Com base na Tabela 4, a aposta numa oferta mais variada não aparenta ameaçar a viabilidade do negócio; pelo contrário, o ano de 2023 apresenta uma rentabilidade média semelhante à de 2003 e 1993, com 2013 a ser um *outlier* de rentabilidade acima do habitual.

⁹⁹ Dados retirados de <https://www.the-numbers.com/movies/distributor/Warner-Bros>; ajuste de inflação calculado por <https://data.bls.gov/cgi-bin/cpicalc.pl> (para janeiro de 2023) (cons. 22/05/2024).

A aversão ao risco não é novidade em Hollywood, mas a estratégia de minimização do risco deixou de passar pela diversificação dos investimentos para se tornar no que Oller (2023) descreve como uma especulação obstinada dos ativos de propriedade intelectual. O fenómeno não é exclusivo das estreias em salas de cinema, nem dos filmes. Os gigantes do *streaming* apostam em adaptações de IP para os seus conteúdos originais, especialmente para plataformas pertencentes a grandes estúdios de Hollywood: a Disney+, por exemplo, tem sete séries do universo *Star Wars* atualmente em produção. Serviços de empresas tecnológicas como a Netflix optam antes pela adaptação de livros, com a vantagem de evitar a saturação de conteúdo nostálgico e atrair novos segmentos de população (a série *Heartstopper* é um exemplo). E a atual prosperidade do mercado de IP não passa despercebida no continente europeu, onde o mercado de filmes do festival de Cannes estreou, em maio de 2024, a iniciativa Cannes Remakes, com o objetivo de propiciar a adaptação de obras europeias para o ecrã¹⁰⁰.

Esta fixação afeta os criativos, que observam o financiamento a seguir cada vez mais os projetos de IP, e cada vez menos as histórias originais. Também os públicos sofrem de fadiga, especialmente à medida que os *franchises* se estendem e se complexificam. A falta de interesse em histórias repetitivas (especialmente em géneros que tendem a seguir fórmulas, como a ação e os super-heróis) e a abundância de conteúdo (interligado e necessário para a compreensão total, como no caso das séries pertencentes ao MCU) são barreiras ao sucesso de bilheteira e possíveis culpadas do desempenho tépido – comercial e crítico – de lançamentos pós-pandemia como *The Marvels* e *The Flash* (ambos de 2023).

Por outro lado, o interesse em histórias novas conduz os públicos à televisão – onde, segundo Oller (2023), se concentram agora os dramas de prestígio que o cinema abandonou – e cria oportunidades para distribuidoras independentes como a Neon, A24, e Magnolia Pictures (nos E.U.A.).

A Tabela 5 demonstra como distribuidoras independentes valorizam a aquisição de histórias originais, de géneros variados, e oriundas de diferentes países. A Neon, criada em 2017, já distribuiu em território norte-americano filmes de *auteurs* como Wim Wenders e Sean Baker.

¹⁰⁰ Página oficial em <https://www.marchedufilm.com/programs/cannes-remakes/> (cons. 22/05/2024).

Tabela 5 – Filmes distribuídos pela Neon em cinemas, 2023¹⁰¹

Título	Data	Gênero	História original
1 <i>Enys Men</i>	13/jan	Terror	Sim
2 <i>Infinity Pool</i>	27/jan	Terror	Sim
3 <i>How to Blow Up a Pipeline</i>	07/abr	Drama	Baseado em livro
4 <i>Robots</i>	19/mai	Comédia, romance	Baseado em livro
5 <i>Sanctuary</i>	19/mai	Thriller, suspense	Sim
6 <i>La chimera</i>	19/jul	Drama	Sim
7 <i>Robot Dreams</i>	19/jul	Comédia, animação	Sim
8 <i>Anatomie d'une chute</i>	23/ago	Drama	Sim
9 <i>It Lives Inside</i>	06/set	Terror	Sim
10 <i>The Royal Hotel</i>	06/out	Thriller, suspense	Sim
11 <i>Perfect Days</i>	29/nov	Drama	Sim
12 <i>Eileen</i>	01/dez	Drama	Baseado em livro
13 <i>Ferrari</i>	14/dez	Drama	Baseado em livro

O problema é a baixa rentabilidade (e sustentabilidade) de filmes de *auteur*, motivo pelo qual a distribuidora independente A24 anunciou em 2023 uma estratégia de expansão que passará por grandes projetos de IP e ação, exposição *mainstream*, e aquisição de direitos de *franchises*; isto em sequência de um investimento de 225 milhões de dólares que valorizou a empresa em 2,5 mil milhões¹⁰². Naturalmente, os investidores querem ver o risco minimizado e o rendimento maximizado, o que dificilmente acontece à conta de projetos independentes com potencial comercial limitado. A aposta em projetos de maior dimensão, se bem-sucedida, pode viabilizar a distribuição de pequenos filmes de autor pouco rentáveis; e os novos independentes podem tornar-se os defensores da clássica estratégia de diversificação que Oller (2023) diz ter desaparecido de Hollywood.

Reflexão

As grandes distribuidoras de Hollywood focam a sua atenção cada vez mais no potencial de bilheteira dos *blockbusters* de apelo aos quatro quadrantes de público, abrindo espaço

¹⁰¹ Retirado de <https://www.the-numbers.com/movies/distributor/Neon/year/2023> (cons. 22/05/2024).

¹⁰² Retirado de <https://www.thewrap.com/a24-shifts-strategy-commercial-film/> (cons. 22/05/2024).

para que serviços de *streaming* sirvam de produtores e distribuidores exclusivos de dramas como *The Irishman* (Martin Scorsese, 2019) e *Roma* (Alfonso Cuarón, 2018), munindo-os de orçamentos e campanhas promocionais proporcionais, porventura, ao prestígio dos cineastas, mas certamente não ao retorno do investimento (8 e 5 milhões de dólares em bilheteira, respetivamente). Os estúdios que não tenham confiança na recuperação dos custos de promoção e distribuição de títulos de apelo mais específico podem vender os direitos de distribuição à Netflix ou Amazon, que procuram associar-se a nomes conhecidos e respeitados no mundo do cinema como vantagem competitiva.

As estreias limitadas ou diretas para *streaming*, e o encerramento dos cinemas durante a pandemia de Covid-19, habituaram os públicos a assistir em casa a certo tipo de filmes; a deslocação física à sala de cinema é cada vez mais reservada para filmes que constituem um “evento” e cuja promoção assenta na importância da experiência coletiva. Talvez acidentalmente se tenha iniciado um ciclo vicioso: devido à falta de fé dos estúdios, os filmes de médio-orçamento desaparecem das salas de cinema, e os filmes de alto-orçamento representam uma fatia cada vez maior das receitas de bilheteira, justificando o investimento em projetos cada vez caros e ambiciosos.

Para contornar a falta de confiança dos estúdios, os cineastas fizeram surgir uma cultura de filmes “sem orçamento” – entre os 100 mil e os 5 milhões de dólares – cujo número cresceu 350% entre 2000 e 2016¹⁰³. A digitalização abriu novos canais de distribuição, e permite que produtos diferentes encontrem fundos e públicos no universo *online*. Aqui, é importante recordar uma estatística referida no subcapítulo 3.2 de que o orçamento médio de filmes europeus com estreia em cinema ronda os 2 milhões de euros, o que os colocaria na categoria *no-budget*. Este é o caso de obras como *Kuolleet lehdet* (Aki Kaurismäki, 2023 – 1,4 milhões de euros), *Cerdita* (Carlota Pereda, 2022 – 2,5 milhões de euros) e *Petite Maman* (Celine Sciamma, 2021 – 2,8 milhões de euros)¹⁰⁴ que circularam pelo circuito de festivais e tiveram lançamentos em cinema nos seus países de origem; exemplos ilustrativos da diferença entre os paradigmas europeu e norte-americano.

¹⁰³ Informação retirada de <https://www.latimes.com/entertainment-arts/business/newsletter/2023-03-28/what-streaming-did-movie-budgets-gutting-middle-raising-indies-the-wide-shot> (cons. 22/05/2024).

¹⁰⁴ Valores dos orçamentos retirados de <https://www.imdb.com/> e <https://www.themoviedb.org/>. (cons. 22/05/2024).

A razão do declínio dos filmes de médio-orçamento é muito debatida – excesso, ou escassez de oferta, competição de séries de televisão e eventos desportivos, preferências – há ainda quem defenda que as receitas de bilheteira são uma medida obsoleta de sucesso (Barnes, 2022). Existe um receio generalizado que os chamados *prestige films* não tenham um futuro nas salas de cinema por falta de rentabilidade. A boa notícia, para o ex-CEO da Disney Bob Chapek, é que a dimensão atual do *streaming* permite continuar a produzir este tipo de conteúdo e disponibiliza-lo ao público interessado através dos canais *on-demand* (Barnes, 2022). James Gray, por sua vez, apresenta tanto uma interpretação como uma solução diferentes, em entrevista à Deadline (D’Alessandro, 2022). Na perspectiva do realizador norte-americano, o lançamento em cinemas é essencial ao sucesso e reconhecimento dos filmes. A estratégia de distribuição, contudo, não é o único problema:

“Penso que a indústria do cinema cometeu um erro crítico, e na verdade não é um erro recente (...) Em pensar ‘Este filme não fez muito dinheiro, portanto não vamos fazer este filme. Aquele filme fez muito dinheiro, então vamos fazer aquele.’ Uma equação muito rígida de balanço contabilístico. (...) Eis o que aconteceu: quando só se fazem filmes que fazem muito dinheiro e estes são só um tipo de filme, um largo segmento da população começa a perder o hábito de ir ao cinema (...) E começa a perder-se a importância cultural dos filmes. Quando se está tão preocupado com os resultados trimestrais, perde-se a visão global. (...) Não investimos no envolvimento amplo [do público] com o produto... então temos de força-lo de volta. Os estúdios deviam estar dispostos a perder dinheiro por um par de anos nas divisões de *art film*, e no fim ficarão mais felizes.”¹⁰⁵

Gray defende que é possível retornar a um cenário onde tanto a oferta como a procura de filmes são diversificadas e suficientes para assegurar a sustentabilidade do setor. Idealmente, o regresso da programação variada que Oller (2023) descrevia satisfaz criativos, públicos, e até puristas da experiência em cinema; para mais, permite a expansão dos públicos por via da diversificação, trazendo de volta às salas de cinema audiências que não se interessam pelos projetos de IP de alto-orçamento em que as grandes distribuidoras têm apostado.

¹⁰⁵ Tradução da autora.

A solução, afirma Gray (D'alessandro, 2022), passa por uma estratégia de mercado contraintuitiva: forçar a procura a adaptar-se à alteração da oferta, com possíveis prejuízos a curto-médio prazo. Com os fracassos de bilheteira a acumular-se (tanto em títulos de IP – *Indiana Jones and the Dial of Destiny*, como em projetos considerados “seguros” – o musical de animação *Wish*), porém, os gigantes do entretenimento são forçados a reagir.

Nas salas de cinema, os casos de *Sound of Freedom* (Alejandro Monteverde, 2023) e *Five Nights at Freddy's* (Emma Tammi, 2023), que encaixaram mais de dez vezes do seu orçamento¹⁰⁶, apontam para a viabilidade financeira de filmes de médio-orçamento com um público-alvo específico em vez de direcionados aos quatro quadrantes: neste caso, homens acima dos 25 anos e jovens de ambos os sexos abaixo dos 25, respetivamente. Apostar numa temática ou propriedade intelectual de nicho gera elevado entusiasmo dentro do público-alvo – 79% do público que viu *Five Nights at Freddy's* no seu fim de semana de abertura identificou os seus hábitos de cinema como infrequentes ou ocasionais¹⁰⁷.

Já no setor pouco lucrativo do *streaming*, o investimento em conteúdo original será, daqui em frente, mais concentrado: “produções de maior qualidade feitas com um orçamento modesto” é o compromisso da Netflix para a sua divisão de cinema¹⁰⁸.

O domínio do filme de alto-orçamento apresenta sinais de fraqueza, o que, em teoria, representa uma oportunidade para projetos mais pequenos e histórias originais, e, no fundo, para a diversidade de expressões culturais. Ainda assim, é preciso ter em conta que na estrutura do capitalismo financeiro as reações são rápidas e extremas, e decisões que garantam estabilidade a longo prazo são preteridas em favor de lucro instantâneo. Hollywood pode ter de incorrer em mais e maiores fracassos antes de dar uma oportunidade a projetos considerados arriscados.

¹⁰⁶ Dados retirados de <https://www.the-numbers.com/> (cons. 22/05/2024).

¹⁰⁷ Informação retirada de <https://vistagroup.co.nz/blog/five-nights-at-freddys-opening-weekend-success-unpacking-its-audience> (cons. 22/05/2024).

¹⁰⁸ Anunciado em abril de 2024; informação retirada de <https://filmstories.co.uk/news/netflix-reportedly-focusing-on-mid-budget-films/> (cons. 22/05/2024).

4.3 A União Europeia e as novas forças do audiovisual

Os desafios colocados pela emergência de serviços VoD transnacionais são semelhantes entre diferentes territórios – tanto quanto o fenómeno é produto e acelerador da globalização – mas as respostas políticas que ele produz divergem. A regulamentação de serviços media não é informada pela “relevância moral” das normas ou por determinismo tecnológico, afirma Vlassis (2023); é sim um ato político moldado por conflitos e oposições, e nesse sentido requer uma perspectiva dialética. Duas variáveis deste processo destacadas por Vlassis (2023) são as relações entre o Estado e a sociedade, e as dinâmicas de interdependência global. A primeira refere-se à influência de grupos como organizações media e tecnológicas dentro de cada país; a segunda à interferência dos poderes internacionais na legislação nacional. Radu (2019, citado por Vlassis, 2023) considera que a literatura académica desvaloriza a importância dos fluxos de influência intra e internacionais em favor de uma narrativa simplista de domínio das plataformas.

Vários países e entidades têm procurado estender as suas ferramentas de regulação audiovisual para abranger as plataformas de VoD. A União Europeia aprovou a revisão da AVMSD em 2018 através de um consenso atingido no Parlamento Europeu, mas a sua transposição para legislação nacional fez transparecer a diferença de interesses, alianças e burocracias de país para país. A indústria audiovisual pujante e vocal em França garantiu a persistência da exceção cultural; nos Países Baixos, um governo de centro-direita liberal escolheu não apontar obrigações financeiras aos serviços de VoD; o governo conservador nacionalista da Hungria definiu quotas acima das previstas para conteúdo nacional¹⁰⁹. Estes exemplos referem-se à primeira variável. Por outro lado, em casos como os do Canadá, México, e Austrália, acordos comerciais assinados com os Estados Unidos da América colocam barreiras diplomáticas à implementação de normas¹¹⁰, sublinhando o impacto da segunda variável – dinâmicas de interdependência global.

¹⁰⁹ Dados disponíveis para consulta em <https://www.obs.coe.int/en/web/observatoire/avmsd-tracking>.

¹¹⁰ Tanto a aplicação de quotas para conteúdo nacional como a criação de obrigações financeiras para plataformas de streaming vão contra o estabelecido nos acordos USMCA (México, Canadá) e AUSFTA (Austrália). Exemplo. <https://globalnews.ca/news/9402037/online-streaming-bill-c-11-u-s-embassy/> (cons. 22/05/2024).

4.3.1 Oportunidades e estratégias dos serviços VoD na Europa

Iordache (2021) acredita que a chegada dos gigantes de *tech-media* ao continente europeu veio reacender desequilíbrios de poder, lutas pelo domínio do mercado audiovisual, e tensões em redor do protecionismo e diversidade cultural. A discórdia na revisão de 2018 da AVMSD é sintomática desta reinfamação. Na perspetiva dos gigantes norte-americanos, tanto os fatores económicos (o intervencionismo) como culturais e demográficos (o regionalismo, o envelhecimento da população) predominantes na Europa são obstáculos e oportunidades que as plataformas de *streaming* precisam de navegar.

Na fase inicial da expansão da Netflix para a Europa, a pequena dimensão e caráter fragmentado do setor foram alavancados para criar vantagens competitivas para a produção de entretenimento. Nos países nórdicos, por exemplo, a estratégia de estabelecimento passou pela aposta em géneros diferentes do habitual drama televisivo – ficção científica, jovem adulto, mitológica nórdica – simultaneamente locais pelas suas referências e linguagem, e globais pelo toque estilístico das produções do gigante norte-americano. Séries como *Young Royals*, *Ragnarok* e *Borgen* são ilustrativas da visão de Bela Bajaria, líder global de televisão da Netflix, que comparou o programa ideal da Netflix a um hambúrguer *gourmet* – oferecendo algo *premium* e comercial ao mesmo tempo.¹¹¹ Neste sentido, a atividade dos serviços VoD no continente europeu veio promover a diversidade de expressões no ramo audiovisual, arriscando em conteúdo diferente das produtoras tradicionais de cada país.

As principais plataformas de VoD, que atuam na maioria dos países europeus, têm assim a vantagem de poder personalizar o seu catálogo para cada território nacional, em conformidade com regulações nacionais, preferências dos consumidores, e as características da indústria audiovisual de cada país. Encontrar o ponto de equilíbrio entre referências locais e atratividade global, que difere entre sociedades, é um dos principais motores de sucesso para os serviços de *streaming* na Europa. Outras causas incluem a disponibilização de legendas em várias línguas, o reconhecimento da marca, o fenómeno

¹¹¹ Retirado de <https://www.screendaily.com/features/netflix-in-europe-the-inside-story-of-the-streamers-rise-growing-pains-and-next-steps/5180255.article> (cons. 25/05/2024).

do *binge-watching* e o menor número de referências culturais específicas¹¹². As características demográficas do continente europeu acabam também por constituir oportunidades para a expansão do setor audiovisual, uma vez que públicos mais velhos¹¹³ consomem mais televisão e conteúdo longo quando comparados às gerações mais jovens (que preferem conteúdo curto e consumido no *smartphone*)¹¹⁴.

Do ponto de vista económico, como vimos anteriormente, o ritmo de produção audiovisual demonstra tendência de desaceleração a nível global, em resposta, entre outros fatores, à estabilização do crescimento após o fim das *streaming wars*. Apesar de o declínio que afetou o setor norte-americano ainda não ter chegado ao continente europeu, existem sinais de perigo:

“Os investimentos dos *streamers* globais subiram acentuadamente em 2022 (+70% face a 2021, em 4,9 mil milhões de euros) e representaram 24% de todo o investimento em conteúdo original europeu. Mas isto não significa que o crescimento vá continuar, uma vez que alguns *streamers* anunciaram que vão limitar o seu investimento em conteúdo não-EUA.” (European Audiovisual Observatory, 2024).

O sucesso atual do *streaming* em território europeu é também desnivelado – 55% dos gastos da Netflix concentram-se no Reino Unido e na Espanha. A empresa procurou, desde a sua chegada à Europa, alavancar os mercados mais fortes, reforçando as dinâmicas de poder económico e cultural dentro da Europa (Iordache, 2021). As indústrias destes países, ainda que sejam pujantes, ficam mais vulneráveis às flutuações de investimento dos *streamers*.

¹¹² Originais da Netflix tendem a ter um menor número de referências culturais específicas do que séries produzidas pelos seus rivais domésticos, segundo a Enders. Retirado (cons. 25/05/2024) de <https://www.economist.com/europe/2021/03/31/how-netflix-is-creating-a-common-european-culture>.

¹¹³ A União Europeia apresenta uma idade mediana de 44.0 anos face à de 38.9 dos EUA. <https://www.cia.gov/the-world-factbook/field/median-age/country-comparison/> (cons. 25/05/2024).

¹¹⁴ Informação retirada de <https://www.spglobal.com/marketintelligence/en/news-insights/research/geners-fill-the-entertainment-divide-between-boomers-and-gen-z-adults> (cons. 25/05/2024).

4.3.2 Iniciativas de natureza não legal

No geral, o impacto dos gigantes de *streaming* na Europa aparenta ser estrutural no que diz respeito aos modos de consumo, e conjuntural no que toca à produção. Ao passo que o abandono (parcial) dos canais tradicionais pelos consumidores tem sido um processo firme e gradual, os produtores e criativos lidam com maior volatilidade e menor certeza. A revolução de acessibilidade que o VoD trouxe ao consumidor está completa – o “pós-digital” mencionado por Heuman & Rampazzo Gambarato (2023) – mas a disrupção económica para a criação de audiovisual continua a mutar-se e a desencadear novos modos.

Heuman & Rampazzo Gambarato (2023) realçam o potencial da digitalização como solução para a preservação da memória social e coletiva; os serviços de *streaming*, e acima de tudo a tecnologia por detrás deles, são assim uma possível ponte entre gerações e para a sustentabilidade cultural das comunidades. As utilizações da tecnologia de *cloud* para a educação, mediação e diálogo já têm sido reconhecidas por entidades públicas e privadas aos níveis nacional, regional e local. Em Portugal, um exemplo é o Plano de Digitalização do Cinema Português, que visa a “descentralização do património cinematográfico português” através de “todas as formas hoje suportadas na tecnologia digital”¹¹⁵. Por outro lado, a crescente aposta na digitalização de produtos e serviços culturais (incluindo a comunicação cultural) acentua as desigualdades no acesso à cultura, num continente onde apenas 56% da população possui competências digitais básicas.¹¹⁶

Na outra face da moeda, a alteração dos moldes de consumo audiovisual obriga a ajustes na distribuição de cinema. Ao passo que as plataformas de *streaming* se destacam pela acessibilidade, as salas de cinema são cada vez mais centralizadas – em Portugal apenas 35% dos municípios contam com exibição cinematográfica (Miranda & Santos, 2024) – dificultando, principalmente, a distribuição de conteúdo nacional. Matthijs Wouter Knol,

¹¹⁵ Informação disponível em <https://www.cinamateca.pt/Servicos/Acesso-Arquivo-Filmico.aspx> (cons. 27/05/2024).

¹¹⁶ Dados retirados de <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/ddn-20231215-3> (cons. 27/05/2024).

diretor da Academia de Cinema Europeu, considera que a nova estratégia para a difusão de obras europeias deve envolver os cinemas comerciais, as plataformas *online*, e os cineclubes; e acrescenta que existem planos para um “gigante” europeu de *streaming* (Flury & de Pastre, 2021). Em Portugal, iniciativas privadas como a dedicação de salas comerciais exclusivamente a cinema português¹¹⁷, e público-privadas como a parceria entre a Cinemateca e a plataforma Filmin¹¹⁸ para a disponibilização de títulos históricos, indiciam um novo fôlego na reconfiguração dos modelos de distribuição. Ao nível supranacional, a rede Connecting Cinemas (cofinanciada pela União Europeia) é um projeto que procura estimular a experiência do cinema nas comunidades rurais de vários países, apostando nas ferramentas digitais das salas de exibição. Estas iniciativas reconhecem e procuram reagir às consequências da reconfiguração dos modos de consumo audiovisual, não só no desempenho comercial das indústrias nacionais, mas também nos comportamentos culturais e sociais das comunidades – daí a missão da Connecting Cinemas de “ênfatizar o papel do espaço do cinema como um centro cultural em áreas rurais”¹¹⁹.

No âmbito da produção de novo audiovisual, têm decorrido rápidas mudanças desde a chegada das plataformas à Europa. A Film i Väst Analysis (2022) defende que a competitividade do cinema europeu deve passar por um maior foco no alcance dos públicos e na “importância da obra” (por parâmetros como os explorados no subcapítulo 3.1.2). Medidas para este efeito passam pelo fomento das coproduções internacionais, apoio às “grandes produções” e auxílio à profissionalização no setor do audiovisual. Estão previstas medidas destas e semelhantes, por exemplo, no Plano Estratégico 2024-2028 para o cinema português, no qual se enquadra o plano “Melhor Acesso, Mais Públicos” (MAMP) para o melhoramento da exibição, difusão e circulação das obras.¹²⁰ Ainda no ramo do cinema, verifica-se a crescente valorização da profissionalização nos programas

¹¹⁷ Informação disponível em <https://eco.sapo.pt/2024/05/14/tres-salas-dos-cinemas-nos-passam-a-ter- apenas-cinema-portugues/> (cons. 27/05/2024).

¹¹⁸ Informação disponível em <https://www.cinemateca.pt/Cinemateca/Noticias/Cinemateca-e-Filmin- disponibilizam-A-PROMESSA-em-s.aspx> (cons. 27/05/2024).

¹¹⁹ Informação disponível em <http://connecting-cinemas.eu/> (cons. 28/05/2024).

¹²⁰ Disponível em https://www.ica-ip.pt/fotos/editor2/2024plano_estrategico_plurianual_ica.pdf (cons. 27/05/2024).

de festivais de cinema – adicionalmente, estas iniciativas reforçam a ligação entre a produção audiovisual e os territórios, em particular em regiões não centrais¹²¹.

No universo da televisão, surgem igualmente iniciativas que buscam contrariar o domínio das plataformas norte-americanas: a colaboração New8¹²², oficializada em 2023, junta oito estações públicas de países do norte da Europa para coprodução e distribuição de séries. A colaboração focar-se-á em séries de drama de alta qualidade, para os quais existe procura entre os espetadores europeus, e visa fazer uma aplicação eficiente dos fundos públicos.

É importante, contudo, refletir sobre os pontos de atratividade das plataformas de *streaming*, que não passam apenas pela acessibilidade de consumo. Para reforçar a competitividade da televisão europeia (conteúdo com criativos e produtores europeus), é fulcral investir na diversidade de géneros e estilos da sua programação. O sucesso da série portuguesa *Pôr do Sol* é ilustrativo do potencial comercial da ficção fora dos contornos do drama convencional (neste caso, comédia dramática e sátira). Ainda que a série seja também transmitida na Netflix, registou elevadas audiências na televisão tradicional e no serviço *on-demand* gratuito RTP Play¹²³. Idealmente, o choque da chegada dos gigantes de *streaming* serve para estimular a inovação e renovação da oferta das produtoras e distribuidoras europeias.

¹²¹ Exemplos de festivais descentralizados com programas de profissionalização incluem o FEST em Espinho (<https://site.fest.pt/pt/fest-pro/training-ground/>) (cons. 27/05/2024).

¹²² Informação disponível em <https://presseportal.zdf.de/pressemitteilung/new8-eight-broadcasters-launch-the-biggest-drama-collaboration-in-europe> (cons. 27/05/2024).

¹²³ Informação retirada de <https://media.rtp.pt/extra/noticias/segunda-temporada-de-por-do-sol-ja-e-o-programa-mais-visto-de-sempre-da-rtp-play/> (cons. 29/05/2024).

4.3.3 Audiovisual e *soft power*

Em março de 2023, o cofundador da Netflix afirmou que a *streamer* norte-americana se tinha tornado – acidentalmente – a maior construtora de cultura transeuropeia: “O incrível foi [ver] quantos alemães ou italianos veem séries espanholas [...] Isto é em parte porque todas as outras estações são nacionais e especializam-se num grupo linguístico. Nós especializamo-nos em conectar.”¹²⁴

A afirmação não caiu bem junto da EBU (European Broadcasting Union), a associação das televisões públicas europeias, que em resposta divulgou um comunicado relembrando a contribuição das estações públicas: investimento de 20 mil milhões de euros ao ano em conteúdo europeu (face a menos de 5 mil milhões da Netflix), financiamento de 43% de todo o conteúdo europeu (face a menos de 2% por todos os serviços SVoD), e catálogos com 95% de programação europeia (face a 31% da Netflix). Central ao comunicado era a reiteração de que, mais do que distribuir conteúdo, os serviços públicos de *media* também produzem conteúdo original¹²⁵.

Os números, no entanto, não conseguem desmentir a força conectora da tecnologia de VoD. Da mesma forma que redes sociais norte-americanas e ferramentas como o tradutor da Google permitem contornar a distância e as barreiras linguísticas no continente europeu, os gigantes do *streaming* escalararam as trocas culturais entre países europeus ao nível do audiovisual. Por todo o seu apoio e investimento à produção, um fenómeno que deve transparecer ao longo desta dissertação é a dificuldade dos serviços europeus nos passos da distribuição e promoção. A ironia da integração europeia ser facilitada por empresas norte-americanas representa para a União Europeia um problema de *soft power*; isto é, o apelo, influência e credibilidade que resultam de meios não-coercivos como a cultura.

¹²⁴ Tradução da autora a partir de <https://deadline.com/2023/03/reed-hastings-netflix-is-biggest-builder-of-cross-european-culture-1235280339/> (cons. 01/06/2024).

¹²⁵ Comunicado disponível em <https://deadline.com/2023/03/netflix-european-broadcasting-union-reed-hastings-european-cultural-influence-1235283469/> (cons. 01/06/2024).

O *soft power* difere da propaganda pelo facto de não estar sob domínio completo dos governos, uma vez que a cultura e os valores estão imbuídos nas sociedades (Nye, 2008, citado por Consonni, Rizzi & Restivo, 2023). Ainda assim, o reforço do *soft power* é frequentemente um dos objetivos das políticas culturais, trabalhado em equilíbrio com as duas variáveis sociopolíticas destacadas por Vlassis (2023). Apoios públicos a festivais de cinema como o de Cannes, Berlim e Veneza (por meio, entre outros, do programa MEDIA) têm permitido um crescente prestígio e popularidade internacionais ao cinema europeu. Campanhas de *branding* destinadas a promover o turismo estão por detrás do investimento público em (e sucesso de) filmes como *Vicky Cristina Barcelona* e *Midnight in Paris*. Ao passo que o desempenho comercial insuficiente diminui o *hard power* (isto é, a sua capacidade económica) da indústria cinematográfica europeia, o seu posicionamento fortalece o *soft power*. Por outro lado, Consonni, Rizzi & Restivo (2023) utilizam o período da Guerra Fria e do pós-11 de setembro como exemplos do uso eficaz do cinema norte-americano como *soft power*. A promoção de ideias discriminatórias, generalizações xenófobas, e do militarismo¹²⁶ através da cultura de massas de Hollywood pode chocar com o compromisso da União Europeia para a paz e diplomacia, afirmam os autores.

Neste contexto, os *streamers* surgem como potenciadores, mas também como possíveis deturpadores de *soft power*. Parcerias público-privadas envolvendo a Netflix na Coreia do Sul impulsionaram a “Onda Coreana”¹²⁷ (despoletada pelo fenómeno do k-pop e reforçada pelo sucesso de séries e filmes), um dos exemplos mais evidentes de *soft power* atualmente. Em França, entidades públicas colaboraram com o gigante norte-americano para a criação de um guia turístico pelas localizações utilizadas nos seus filmes e séries originais, focando nas regiões com menor afluência¹²⁸. O alcance global de conteúdos filmados em países e regiões até agora sub-representadas pode contribuir positivamente para o turismo e comércio; assim como pode desmistificar ou perpetuar estereótipos. Não

¹²⁶ Pardy (2019) explora a relação entre o *franchise* MCU e a promoção do militarismo: “Marvel’s film universe embraces a model of ‘heroism’ that mirrors how the military frames itself for the public”. <https://www.jstor.org/stable/26926334> (cons. 01/06/2024).

¹²⁷ O investimento da Netflix para 2024 na Coreia do Sul está previsto para 2,5 mil milhões de dólares (mais de metade do valor para a Europa). <https://time.com/6289170/netflix-invests-south-korea-content-k-dramas/> (cons. 01/06/2024).

¹²⁸ Informação retirada de https://www.lemonde.fr/en/economy/article/2024/02/03/french-government-joins-forces-with-netflix-to-attract-tourists_6491160_19.html (cons. 01/06/2024).

é pelo facto de os gigantes de *streaming* serem predominantemente de origem norte-americana que a sua atividade e conteúdos abonam a favor do *soft power* dos E.U.A.; pelo contrário, o efeito é bastante mais complexo e imprevisível.

O novo mundo do audiovisual é multipolar, com uma crescente pluralidade de identidades culturais a competir pelos olhos e ouvidos dos espetadores. A diversidade cultural do continente europeu – património imaterial, monumentos, paisagens, línguas – é um ativo sobre o qual vale a pena investir, e esse esforço torna-se imperativo quando assistimos a um reorganizar das dinâmicas de *soft power* (Pogorel, 2021). Para a União Europeia, afirma o autor, o desafio é compatibilizar as ambições artísticas com a eficiência do seu *hard power*:

“Além do turismo, real ou virtual, e os seus benefícios em moeda, o raciocínio para o apoio europeu às indústrias criativas do cinema e televisão é ilustrar, para os próprios europeus e para o resto do mundo, uma civilização distinta. Profundamente enraizado enquanto política, é um ato de fé na Europa, materializado num conjunto complexo de regulações e mecanismos de financiamento.”¹²⁹

¹²⁹ Tradução da autora, Pogorel (2021).

Resumo

Para o capítulo final da investigação, os fatores de mudança no setor audiovisual global foram aprofundados no contexto de uma economia capitalista cada vez mais financeirizada, com especial atenção à competição intensa entre plataformas de *streaming*. As normas previstas pela AVMSD já foram abordadas e aprofundadas no capítulo 3; este capítulo, por sua vez, utiliza as duas variáveis salientadas por Vlassis (2023) e os fatores que estas englobam para compreender decisões e iniciativas de foro não legal.

O processo de financeirização tem conduzido, como explica Miller (2007), a reconfigurações a nível da produção e dos mercados – nas indústrias criativas, a disrupção da tecnologia de plataformas veio agudizar estes efeitos, contribuindo para maior concentração económica. Em consequência destes fenómenos interligados, observa-se crescente instabilidade profissional no setor, que nos E.U.A. se traduziu em greves prolongadas. O Estatuto dos Profissionais da Área da Cultura em Portugal¹³⁰ e o regime dos Intermitentes do Espetáculo e do Audiovisual em França¹³¹ são exemplos de medidas inseridas na filosofia de exceção cultural que visam minimizar as repercussões desta instabilidade. Neste âmbito, as mudanças provadas pela automação, nomeadamente através de ferramentas de inteligência artificial, são um ponto de crescente preocupação.

A concentração económica tem ainda como resultado a redução da variedade de géneros e estilos nos novos lançamentos, e a aposta em ativos de propriedade intelectual como estratégia de minimização de risco. São apresentadas possíveis estratégias para estimular a diversidade de expressões no cinema comercial.

Por último, foram identificados alguns desafios, oportunidades, e iniciativas no que diz respeito ao paradigma pós-revolução do *streaming* no continente europeu. Essa reflexão passou pela consideração da ideia de *soft power*, renovando e enriquecendo as ideias de afirmação política através da cultura que foram apresentadas no capítulo 2.

¹³⁰ Disponível em <https://files.dre.pt/1s/2021/11/23100/0000500036.pdf> (cons. 03/06/2024).

¹³¹ Disponível em <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000043898745> (cons. 03/06/2024).

Capítulo 5 – Conclusão

A questão central da investigação foi respondida de forma bipartida. Em relação à primeira parte:

Que desafios apresenta a era do capitalismo financeiro – e os fenómenos subjacentes da crescente importância do *streaming* e da propriedade intelectual – para o setor audiovisual europeu?

Foram identificados e explorados fatores de mudança estrutural e conjuntural, destacando a volatilidade do setor e as características distintivas da indústria europeia que condicionam os possíveis eixos de resposta. No que diz respeito à segunda parte:

Que respostas de política cultural são possíveis ou recomendáveis?

Defendi, ao longo da dissertação, e fundamentada tanto por reflexões de natureza teórica como pela observação de realidades tangíveis, uma política intervencionista que renove a tradição da exceção cultural. Efetivamente, a renovação constante de um modelo intervencionista aparece como a melhor forma de lidar com a instabilidade inerente ao setor. Concordo com O’Shaughnessy (2011) quando afirma que o mecanismo francês – com todas as suas imperfeições e oponentes – apenas realça a dificuldade e a necessidade de regular os mercados.

Para sustentar este posicionamento foram exploradas as três hipóteses da investigação:

- A hipótese 1: “O intervencionismo da política de ‘exceção’ combate a formação de oligopólios no cinema europeu, priorizando a criação de oportunidades em detrimento das economias de escala”, foi confirmada;
- A hipótese 2: “O progresso tecnológico tende a desfazer as políticas culturais nacionais através dos efeitos da digitalização, inevitavelmente conduzindo à disseminação de uma cultura global”, foi infirmada;
- A hipótese 3: “A disrupção causada pela emergência das plataformas de *streaming* veio provocar mudanças estruturais nos processos de produção, distribuição e exibição de obras audiovisuais no continente europeu”, foi confirmada.

O processo de investigação, que seguiu as metodologias descritas na Introdução, permitiu uma exposição gradual da significância da financeirização e da vontade política como fatores de influência no setor audiovisual. Para este efeito, contemplei documentos e dados históricos, conduzindo a dissertação, ao longo dos capítulos, desde o início do século XX ao ano presente de 2024.

As limitações da investigação prendem-se maioritariamente com os métodos quantitativos: foi impossível obter estatísticas oficiais sobre o volume da produção cinematográfica europeia no século XX, e é necessário notar que os dados disponíveis mais recentes, em muitos casos, correspondem aos anos de 2020 a 2022, sendo por isso fortemente impactados pela pandemia de Covid-19.

Sublinho as contribuições do presente estudo para o campo da política cultural. A discussão dos factos do setor audiovisual à luz do conceito de capitalismo financeiro permitiu uma perspetiva distintiva no contexto académico, e lança as bases para uma nova matriz de análise. Por outro lado, a defesa da exceção cultural como promotora da criação contemporânea permitiu um olhar único sobre a ligação entre concentração económica, globalização, e diversidade de expressões culturais no continente europeu. Por fim, na última secção da dissertação são apresentadas recomendações que formulei com base na minha investigação.

Boas práticas e recomendações para investigações futuras

As seguintes recomendações/*best practices* surgem em seguimento de raciocínios expostos em capítulos anteriores da dissertação, e são relativas à política e gestão cultural na UE e respetivos Estados-Membros:

- Adotar, seguindo o diagnóstico de Kawashima (2011) e Walkley (2016), uma visão mais flexível, mas também mais clara de diversidade cultural, não apenas com o intuito de facilitar a negociação entre fações, como também para o desenho de políticas melhor adequadas à nova configuração económica e tecnológica dos modos de produção e consumo globais.

- Reforçar a relação do cinema e audiovisual com o território, através de medidas de iniciativa local, regional, nacional ou supranacional que visem o fomento de novas centralidades para o dinamismo cultural. Possíveis eixos de atuação passam pelo incentivo aos cineclubes e festivais de cinema fora das grandes cidades, pela revitalização de equipamentos culturais em desuso, e pela capacitação das agências regionais de cinema. A Rede de Teatros e Cineteatros Portugueses¹³² é um exemplo de iniciativa neste sentido.
- Investir na otimização dos estudos de mercado, com vista a melhor definir estratégias de distribuição, promoção e exibição de obras. Apostar na compreensão dos hábitos culturais de segmentos populacionais diferenciados, com destaque para os mais jovens.
- Renovar a proposta de atratividade dos fundos públicos de financiamento, atendendo a definições reabilitadas de *arthouse* e à competição dos conglomerados norte-americanos para investimento em produção cinematográfica.
- Valorizar as carreiras culturais na consciência das particularidades do setor cultural, nomeadamente através de iniciativas para a profissionalização e de regimes especiais para o emprego intermitente. Neste âmbito, o modelo francês para os Intermitentes do Espetáculo e do Audiovisual é uma referência.
- Considerar, na construção das políticas para o audiovisual, as possibilidades emergentes de financiamento descentralizado para a produção de conteúdo audiovisual – fenómenos como *blockchain*, criptomoedas e *crowdfunding* – e as suas implicações para a filosofia de democracia cultural.
- Fomento da literacia visual e da literacia para os *media* no paradigma pós-digital, em ação articulada das áreas governativas da Cultura e da Educação, como a materializada no Plano Nacional do Cinema¹³³ em Portugal.

¹³² Página oficial <https://www.rtcp.pt/pt/>.

¹³³ Página oficial <https://pnc.gov.pt/>.

Potenciais tópicos derivados do problema de investigação abordado por esta dissertação incluem:

- A aparente ineficácia da *Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais*, e formas alternativas de zelar pela diversidade cultural no setor audiovisual;
- A composição dos públicos de cinema e respetivas alterações pós-revolução do *streaming*, enquadrado no campo da sociologia da cultura;
- O impacto da inteligência artificial no setor audiovisual, e os possíveis eixos de resposta a nível de política cultural;
- Focar a investigação do tópico num território nacional ou local específico, sendo assim possível o aprofundamento do estudo.

Referências e Bibliografia

Barnes, B. (2022, 9 de dezembro). Highbrow films aimed at winning Oscars are losing audiences. *The New York Times*.

<https://www.nytimes.com/2022/12/09/business/media/oscars-films-box-office.html>

Benhamou, F. (2006). *Les dérèglements de l'exception culturelle: Plaidoyer pour une perspective européenne*. Le Seuil, p. 27.

Botelho, I. (2016). *Dimensões da cultura: políticas culturais e seus desafios*. Edições Sesc.

Buchsbaum, J. (2006). "The Exception Culturelle Is Dead." Long Live Cultural Diversity: French Cinema and the New Resistance. *Framework: The Journal of Cinema and Media*, 47(1), 5–21. <http://www.jstor.org/stable/41552445>

Buchsbaum, J. (2017). *Exception Taken: How France Has Defied Hollywood's New World Order*. Columbia University Press. <https://doi.org/10.7312/buch17066>

Calligaro, O. (2014). From 'European cultural heritage' to 'cultural diversity': The changing core values of European cultural policy. *Politique européenne*, 45, 60-85. <https://doi.org/10.3917/poeu.045.0060>

Campos, J. M. G. (2018). "Culture belongs to the upper classes. It is hard to attract families with lower education levels". *The Social Observatory of "la Caixa" Foundation*. <https://elobservatoriosocial.fundacionlacaixa.org/en/-/entrevista-francoise-benhamou>

Chalaby, J. K. (2024). The streaming industry and the platform economy: An analysis. *Media, Culture, and Society*, 46(3), 552–571. <https://doi.org/10.1177/01634437231210439>

Comissão Europeia. (2013, 24 de abril) *Green paper: Preparing for a fully converged audiovisual world: Growth, creation and values*. (COM/2013) <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2013:0231:FIN:EN:pdf>

- Consonni, G., Rizzi, M. & Restivo, M. (2023, 30 de maio). Screenplaying soft power: the influence of cinema on the global stage. *Mondo Internazionale*.
<https://mondointernazionale.org/focus-allegati/screenplaying-soft-power-the-influence-of-cinema-on-the-global-stage>
- Crane, D. (1992). *The production of culture: Media and the urban arts*. SAGE Publications.
- D'alessandro, A. (2022, 22 de maio). 'Armageddon Time' Director James Gray On Why Studios Should Be Able To Lose Money On Art Specialty Divisions – Cannes Studio. *Deadline*. <https://deadline.com/video/armageddon-time-james-gray-cannes-film-festival-box-office-streaming/>
- Diretiva 2018/1808. *Diretiva (UE) 2018/1808 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 14 de novembro de 2018, que altera a Diretiva 2010/13/UE relativa à coordenação de certas disposições legislativas, regulamentares e administrativas dos Estados-Membros respeitantes à oferta de serviços de comunicação social audiovisual (Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual), para a adaptar à evolução das realidades do mercado*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018L1808>
- Elsaesser, T. (2005). *European Cinema: Face to Face with Hollywood*. Amsterdam University Press.
- Elsaesser, T. (2015) European Cinema into the Twenty-First Century: Enlarging the Context? Em Harrod, M., Liz, M., & Timoshkina, A. (Eds.). *The europeanness of European cinema: Identity, meaning, globalization*. (pp. 28-44). I.B. Tauris.
- European Audiovisual Observatory. (2019). *Mapping of national rules for the promotion of European works in Europe*.
- European Audiovisual Observatory. (2024). *Yearbook 2023/2024 Key Trends*.
- Film i Väst Analysis. (2022). *Public Film and Audiovisual Policies and Funding at a Crossroads*. <https://analysis.filmivast.se/?r3d=public-film-financing-at-a-crossroads>

Flury, J., & de Pastre, S. (2021, 10 de dezembro). "We need to think about how we can protect European cinema": Interview with Matthijs Wouter Knol, Director of the European Film Academy. *The New Federalist*. <https://www.thenewfederalist.eu/we-need-to-think-about-how-we-can-protect-european-cinema-interview-with?lang=fr>

Foster, J. B. (2007). The financialization of capitalism. *Monthly Review* (New York, N.Y.: 1949), 58(11), 1. https://doi.org/10.14452/mr-058-11-2007-04_1

Frau-Meigs, D. (2002). "Cultural exception", national policies and globalization: imperatives in democratization and promotion of contemporary culture. https://www.cac.cat/sites/default/files/2019-05/Q14_fraumeigs_EN.pdf

Gomes, C. (2023). The puritanical eye: hyper-mediation, sex on film, and the disavowal of desire. *Lo Specchio Scuro*. <https://specchioscuro.it/the-puritanical-eye-hyper-mediation-sex-on-film-and-the-disavowal-of-desire/>

Hanania, L. R. (2019) Trade, culture and the European Union cultural exception, *International Journal of Cultural Policy*, 25:5, 568-581, DOI: 10.1080/10286632.2019.1626844

Harrod, M., Liz, M., & Timoshkina, A. (Eds.). (2015). *The europeanness of European cinema: Identity, meaning, globalization*. I.B. Tauris.

Heilbrun, J., & Gray, C. M. (2001). *The economics of art and culture* (2.^a ed.). Cambridge University Press.

Henderson, M. & Carpentier, C. L. & Landveld, R. & Al-Saqqaf, R. & de Groot, O. J. & Podolski, M. & Antonelli, A. & Jalilova, N. & Pratami, D. (2023). *New Economics for Sustainable Development: Creative Economy*. United Nations Economist Network. https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/orange_economy_14_march.pdf

Heuman, J., & Rampazzo Gambarato, R. (2023). The learning potential of streaming media: cultural sustainability in a post-digital society. *Frontiers in Communication*, 8. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2023.1084737>

Hoffmann, S. (1964). Europe's Identity Crisis: Between the past and America. *Daedalus*, 93(4), 1244–1297. <http://www.jstor.org/stable/20026886>

Iordache, C. (2021). Netflix in Europe: Four Markets, Four Platforms? A Comparative Analysis of Audio-Visual Offerings and Investment Strategies in Four EU States. *Television & New Media*, 1-22. <https://doi.org/10.1177/15274764211014580>

Jusuf, L. (2023, 25 de outubro). How Modern-Day Capitalism Paralyzed Hollywood. *Berkeley Political Review*. <https://bpr.studentorg.berkeley.edu/2023/10/25/how-modern-day-capitalism-paralyzed-hollywood/>

Kawashima, N. (2011). Are the global media and entertainment conglomerates having an impact on cultural diversity? A critical assessment of the argument in the case of the film industry, *International Journal of Cultural Policy*, 17:5, 475-489, DOI: 10.1080/10286632.2010.533764

Lévy-Hartmann, F. (2011). *Evaluation of the diversity of the film market for cinema and video recordings in France and in Europe*. <http://books.openedition.org/deps/903>

Liehm, A. (1996). The Cultural Exception: Why? *KINEMA (Fall 1996)*

Litwin, D. (2022, 26 de abril). Is Wall Street overreacting to Netflix subscriber losses? *MarketScale*. <https://marketscale.com/industries/sports-and-entertainment/is-wall-street-overreacting-to-netflix-subscriber-losses/>

Liz, M. (2015) From European Co-Productions to the Euro-Pudding. Em Harrod, M., Liz, M., & Timoshkina, A. (Eds.). *The europeanness of European cinema: Identity, meaning, globalization*. (pp. 28-44). I.B. Tauris.

Lykidis, A. (2009). *Minority and immigrant representation in recent European cinema*. Spectator. https://www.academia.edu/12277347/Minority_and_Immigrant_Representation_in_Recent_European_Cinema

- Lykidis, A. (2013). *Film and migration: narrative, genre, spectatorship*. *The Encyclopedia of Global Human Migration*. doi:10.1002/9781444351071.wbeghm229
- Marcussen, M., Risse, T., Engelmann-Martin, D., Knopf, H. J., & Roscher, K. (1999). Constructing Europe? The evolution of French, British and German nation state identities. *Journal of European Public Policy*, 6(4), 614–633. doi:10.1080/135017699343504
- Marlow-Mann, A. (2017). ‘Regional Cinema: Micro-mapping and Glocalisation’, em Stone, R., Cooke, P., Dennison, S., e Marlow-Mann, A. (eds) *The Routledge Companion to World Cinema*. Routledge. <https://www.routledge.com/9781138918801>
- Miller, T. & Maxwell, R.. (2007). Film and globalization. Em Boyd-Barrett, O. *Communications Media, Globalization and Empire*. (Pp. 33-52). Eastleigh: John Libbey Publishing.
- Miller, T. (2004). A view from a fossil: The new economy, creativity and consumption - two or three things I don’t believe in. *International Journal of Cultural Studies*, 7(1), 55–65. <https://doi.org/10.1177/1367877904040605>
- Miranda, M., & Santos, H. (2024). Cinema Exhibition on a Cultural Basis in Europe: Reflecting on the Contributions of the Nordic Model for Portuguese Local Cinema Policies. *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 54(3), 172–187. <https://doi.org/10.1080/10632921.2024.2347391>
- Mitrić, P., & Kolarić, T. (2024). Audience Impact of European Co-production: The Case of Quo Vadis, Aida?. *Cinéma & Cie. Film and Media Studies Journal*, 23(41), 73–93. <https://doi.org/10.54103/2036-461X/20518>
- Montebello, F. (2002) “Le cinéma américain est imbattable parce que nous l’aimons”, Quelle diversité face à Hollywood? Thomas Paris, *CinémAction, Hors-série*, p. 33
- O’Shaughnessy, M. (2011). French Cinema. Counter-Model, Cultural Exception, Resistances. Em Kapur, J., & Wagner, K. B. (Eds.). (2011). *Neoliberalism and Global Cinema: Capital, Culture, and Marxist Critique*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203813638>

- Oller, J. (2023, 10 de maio). The IP Era's Venture Capital Philosophy Has Poisoned Movies. *Paste Magazine*. <https://www.pastemagazine.com/movies/intellectual-property/ip-era-franchises-venture-capital-filmmaking>
- Ostendorf, B. (2001). Why Is American Popular Culture so Popular? A View from Europe. *Amerikastudien / American Studies*, 46(3), pp. 339–366. <http://www.jstor.org/stable/41157663>
- Parc, J. (2020). Between state-led and corporation-led co-productions: how has film co-production been exploited by states in Europe. *Innovation (Abingdon, England)*, 33(4), 442–458. <https://doi.org/10.1080/13511610.2020.1801390>
- Pogorel, G. (2021, 14 de abril). The Streaming Wars: European culture could be a major step towards recovery. *Mace Magazine*. <https://macemagazine.com/eu-content-streaming-wars/>
- Ponzanesi, S., & Berger, V. (2016). Introduction: genres and tropes in postcolonial cinema(s) in Europe. *Transnational Cinemas* 7(2), pp. 111–117). <https://doi.org/10.1080/20403526.2016.1217641>
- Rizzo, L., & Whitten, S. (2023, 17 de setembro). Hollywood is paying a steep price for never really figuring out the streaming model. *CNBC*. <https://www.cnn.com/2023/09/17/hollywood-streaming-profits-struggles.html>
- Sand, S. A. (2019). Small places, universal stories. Diversity, film policy and the geographical dimension of filmmaking. *Nordisk Kulturpolitisk Tidsskrift*, 22(1), 8–25. <https://doi.org/10.18261/issn2000-8325-2019-01-02>
- Sartre, J.-P. (1949). Défense de la culture française par la culture européenne. *Politique Étrangère*, 14(3), pp. 233–248. <https://doi.org/10.3406/polit.1949.2807>
- Shin, S. (2015). Cultural Diversity and International Trade in Cultural Products. [Dissertação de doutoramento, Macquarie University]. https://figshare.mq.edu.au/articles/thesis/Cultural_diversity_and_international_trade_in_cultural_products/19438868/1

Tobin, J. (1984). On the efficiency of the financial system. *Lloyd's Bank review*, 153.

Traila, A. & Boonekamp, D. (2022). *Co-productions that shine: Open Method of Coordination (OMC) group of Member states' experts on co-productions*. 10.2759/909054.

UN Educational, Scientific and Cultural Organisation – UNESCO (2005, outubro). *Convention on Diversity of Cultural Expressions*, <https://www.unesco.org/creativity/en/2005-convention>

UN Educational, Scientific and Cultural Organisation – UNESCO (2001, novembro). *UNESCO Universal Declaration on Cultural Diversity*. <https://en.unesco.org/about-us/legal-affairs/unesco-universal-declaration-cultural-diversity>

União Europeia. (2019). Council conclusions on improving the cross-border circulation of European audiovisual works, with an emphasis on co-productions. Em *Jornal Oficial da União Europeia C192* (Vol. 192, p. 11). União Europeia.

Vlassis, A. (2022). European integration, audiovisual governance and global online platforms. Em *The Routledge Handbook of European Integrations* (pp. 152–165). Routledge.

Vlassis, A. (2023). Why to regulate Netflix: the cross-national politics of the audiovisual media governance in the light of streaming platforms. *Media, Culture & Society*, 45(7), 1511-1521. <https://doi.org/10.1177/01634437231182565>

Walkley, S. (2016). To what extent can France continue to defend the cultural exception in the digital age? An analysis of cultural diversity in the French film industry [Dissertação de doutoramento, Warwick University]. <https://wrap.warwick.ac.uk/80230/>

Writers Guild of America. (2023). *The State of the Industry*. <https://www.wgacontract2023.org/updates/state-of-the-industry>