

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA**  
**CENTRO SOCIOECONÔMICO**  
**DEPARTAMENTO DE ECONOMIA E RELAÇÕES INTERNACIONAIS**  
**CURSO DE GRADUAÇÃO EM RELAÇÕES INTERNACIONAIS**

**LEONARDO ARAÚJO TRAVASSOS**

**CINEMA E MERCOSUL**  
**As iniciativas brasileiras para a integração cultural**

**FLORIANÓPOLIS**

**2016**

**LEONARDO ARAÚJO TRAVASSOS**

**CINEMA E MERCOSUL**

As iniciativas brasileiras para a integração cultural

Monografia submetida ao curso de Relações Internacionais da Universidade Federal de Santa Catarina, como requisito obrigatório para a obtenção do grau de Bacharelado.

**Orientadora:** Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Clarissa Franzoi Dri

FLORIANÓPOLIS

2016

LEONARDO ARAÚJO TRAVASSOS

CINEMA E MERCOSUL

As iniciativas brasileiras para a integração cultural

A Comissão Examinadora, nomeada pelo Coordenador de Monografia, resolve atribuir ao acadêmico Leonardo Araújo Travassos, após a apresentação do trabalho intitulado “Cinema e Mercosul: as iniciativas brasileiras para a integração cultural”, a nota 9,5, referente a disciplina CNM 7280 – Monografia.

Florianópolis, 02 de dezembro de 2016.

**Banca Examinadora**

---

Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Clarissa Franzoi Dri - Orientadora  
Universidade Federal de Santa Catarina

---

Prof. Dr. Marcos Alves Valente  
Universidade Federal de Santa Catarina

---

Doutoranda Rita Matos Coitinho  
Universidade Federal de Santa Catarina e Ministério da Cultura

## AGRADECIMENTOS

Floripa, 21 de novembro de 2016,

Meus mais sinceros agradecimentos,

Aos meus pais, meus primeiros e eternos professores, Regina e Wallace, mama e paizão, que me apoiam em todos os momentos da vida. Sem a amizade e o amor de vocês não teria conseguido chegar até aqui.

À minha irmã Marina e meu irmão Conrado.

À minha família.

À Isadora, minha companheira, minha incentivadora, meu sorriso, meu amor.

À minha UFSC querida.

Aos meus amigos de RI-UFSC.

Aos meus colegas de sala RI-UFSC 2011.2, especialmente o GEAMC e agregados.

Aos meus amigos de Atlética.

À Coordenadoria de Audiovisual da UFSC.

Aos meus amigos de intercâmbio, aqui representados por Caio Sabbagh e Diogo Andrade.

Obrigado por me receberem tão bem nessa terra maravilhosa chamada Florianópolis.

À professora Clarissa, por toda a dedicação, paciência, conversa e orientação ao longo da realização dessa pesquisa e das aulas de PEB. Você representa o que há de melhor na educação e na academia brasileira.

Aos professores e mestres que já tive. Vocês fizeram e fazem toda a diferença em nossas vidas.

A todos os meus amigos de vida.

Muito obrigado e até a próxima!

*"El día le irá pudiendo poco a poco al frío. Creo que he visto una luz al otro lado del río. Oigo una voz que me llama casi un suspiro. Rema, rema, rema..."*

*(Jorge Drexler)*

## RESUMO

Essa monografia aborda as políticas culturais e cinematográficas do Mercosul e o papel brasileiro na integração cultural da região. O propósito é refletir como tais iniciativas trabalham na contribuição para a diversidade cultural e na busca da construção de uma identidade regional comum. Considerando a dimensão desse tema, analisa-se como a sétima arte tem a capacidade de exercer uma enorme influência no cotidiano das pessoas. Além disto, ela pode ser utilizada como forma de impulsionar o intercâmbio entre os países e agir no desenvolvimento econômico e tecnológico. Em relação à integração regional, discute-se como políticas culturais cinematográficas de longo prazo podem representar um avanço na cooperação da América do Sul. Dessa forma, a promoção da pluralidade cultural e a construção de uma identidade comum auxiliam na redução das desigualdades e das assimetrias sociais, ao mesmo tempo em que intensificam a cooperação entre os Estados. Conclui-se que o Brasil, principalmente na década de 2000, atuou ativamente na agenda cultural do Mercosul, tendo formulado importantes projetos de cooperação cinematográfica para a região. Por fim, ressalta-se que não só o governo atua na construção da integração regional mercosulina. Neste plano, destaca-se o papel da sociedade na construção do Florianópolis Audiovisual Mercosul que é um dos eventos cinematográficos mais importantes da região.

**Palavras-chave:** cultura; identidade; indústrias criativas; políticas culturais; integração regional.

## ABSTRACT

This monograph is about the Mercosul's cultural and cinematographic policies and also the Brazilian role for the cultural integration in the region. The purpose is to reflect how such initiatives work promoting the cultural diversity and pursuit the construction of a regional identity. Considering the dimension of this research, it is analyzed how cinema has the capacity to exert an enormous influence in people's daily life. In addition, this kind of art can be viewed both as a way to boost exchanges between countries, as well as an economic and technological development. Regarding regional integration, it is discussed how long-term cinematographic cultural policies may represent a step forward in South American cooperation. In this sense, the promotion of cultural plurality and the construction of a common identity helps to reduce inequalities and social asymmetries, while at the same time intensifies cooperation between States. It is concluded that mainly in the decade of 2000 Brazil acted actively for the Mercosul's cultural agenda. The Brazilian government also formulated important cinematographic projects for the cooperation in the region. In the end, it should be noted that not only the government acts for the Mercosul's regional integration. In this plan, the role of society is highlighted with the construction of the Florianópolis Audiovisual Mercosul, which is one of the most important cinematographic events in the region.

**Keywords:** culture; identity; creative industries; culture policies; regional integration.

## **LISTA DE ILUSTRAÇÕES**

Figura 1 – Classificação da UNCTAD para as indústrias criativas .....	35
Figura 2 – Estrutura Organizacional da RECAM .....	61



## **LISTA DE QUADROS**

Quadro 1 – Indicadores do Cinema do Mercosul, 2015 .....	58
--	----

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ALADI – Associação Latino-Americana de Integração  
ANCINE – Agência Nacional do Cinema  
CCM – Comissão de Comércio do Mercosul  
CEFIR – Centro de Formação para a Integração Regional  
CNAC – Centro Nacional Autónomo de Cinematografía  
CNCA – Consejo Nacional de Cultura y Artes  
CNCINE – Consejo Nacional de Cinematografía del Ecuador  
CMC – Conselho Mercado Comum  
CONACINE – Consejo Nacional del Cine  
CPR – Coordenadoria de Programação Regional  
DAV – Divisão de Promoção do Audiovisual  
FAM – Florianópolis Audiovisual Mercosul  
FISTEL – Fundo de Fiscalização das Telecomunicações  
FSA – Fundo Setorial de Audiovisual  
GMC – Grupo Mercado Comum  
ICAU – Dirección del Cine y Audiovisual Nacional  
INCAA – Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales  
Mercosul – Mercado Comum do Sul  
MinC – Ministério da Cultura  
MRE – Ministério das Relações Exteriores  
OIs – Organizações Internacionais  
ONGs – Organizações não governamentais  
Parcum – Parlamento Cultural do Mercosul  
Parlasul – Parlamento do Mercosul  
PMA – Programa Mercosul Audiovisual  
PRODECINE – Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Brasileiro  
RECAM – Reunião Especializada de Autoridades Cinematográficas e Audiovisuais do Mercosul  
REC – Reunião Especializada sobre Cultura  
RMC – Reunião de Ministros da Cultura  
RSD – Rede de Salas Digitais do Mercosul  
SAv – Secretaria do Audiovisual

SICSUR – Sistema de Informação Cultural do Mercosul

ST – Secretaria Técnica

TEC – Tarifa Externa Comum

UNCTAD – Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura

POP – Protocolo de Ouro Preto

PIB – Produto Interno Bruto

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>14</b>
<b>1 LUZ, CÂMERA... – OS BASTIDORES DA CULTURA E DO CINEMA.....</b>	<b>19</b>
<b>1.1 ACENDENDO AS LUZES.....</b>	<b>20</b>
1.1.1 Eu, tu, ele, nós, vós, eles: a cultura.....	20
1.1.2 Em busca de identidade.....	26
<b>1.2 AJUSTANDO O FOCO.....</b>	<b>29</b>
1.2.1 A indústria apocalíptica.....	30
1.2.2 Economia Criativa: a criação e as relações econômicas.....	32
1.2.2.1 As indústrias criativas: o coração da economia criativa.....	34
<b>1.3 FINALIZANDO A PRÉ-PRODUÇÃO.....</b>	<b>37</b>
1.3.1 A cinematografia e as políticas culturais.....	38
1.3.2 Diplomacia cultural: cultura e política externa combinam?.....	40
<b>1.4 CONCLUSÕES PARCIAIS.....</b>	<b>43</b>
<b>2 ... AÇÃO – A INTEGRAÇÃO CULTURAL DO MERCOSUL.....</b>	<b>45</b>
<b>2.1 APRESENTANDO OS ATORES.....</b>	<b>46</b>
2.1.1 Um lugar para chamar de nosso: Mercosul.....	49
2.1.1.1 Antecedentes e a formação do Mercosul.....	49
2.1.1.2 Mercosulinos: os atores e a configuração atual do bloco.....	51
2.1.2 O processo evolutivo das políticas culturais do Mercosul.....	53
<b>2.2 MERCOSUL, O FILME.....</b>	<b>56</b>
2.2.1 A RECAM e as políticas culturais cinematográficas do Mercosul.....	59
2.2.1.1 Projetos da RECAM.....	61
2.2.1.1.1 Cota de tela regional.....	62
2.2.1.1.2 Programa Mercosul Audiovisual.....	63
2.2.1.1.3 Circulação de filmes.....	64
2.2.1.2 Posição do Brasil na RECAM.....	65
<b>2.3 BRASIL, O PROTAGONISTA?.....</b>	<b>67</b>
2.3.1 Instituições de cinema de atuação internacional do governo brasileiro.....	68
2.3.2 Projetos de incentivo ao audiovisual com países do Mercosul.....	70
2.3.3 O FAM e a sociedade civil brasileira na construção do Mercosul.....	72
<b>2.4 CONCLUSÕES PARCIAIS.....</b>	<b>74</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>76</b>

**REFERÊNCIAS ..... 79**

## INTRODUÇÃO

A presente monografia pretende analisar a importância da cultura e da sétima arte na construção de identidades, apresentando, através desta perspectiva, o papel do Brasil nas políticas de integração cultural do Mercado Comum do Sul (Mercosul). A cultura é um tema crescente nas Relações Internacionais e, como reflexo, as práticas das políticas culturais pelos países da América do Sul ainda estão em estágio de evolução. O Mercosul nasce em 1991 com uma perspectiva neoliberal e desde o princípio visa acordos comerciais entre os países do bloco. Apesar dos avanços no sentido de integração e desenvolvimento, a cultura só foi incluída na agenda do bloco na metade para o fim da década de 1990. Isto reforça a ideia de que a integração regional pela cultura, ainda, é uma questão não tão valorizada.

O trabalho pretende verificar, então, o tratamento dado às políticas culturais do Mercosul, com intenção de provocar uma reflexão, principalmente nos projetos em que o Brasil, como líder regional, faz e pode fazer no âmbito doméstico e no âmbito internacional junto aos países vizinhos. O objetivo, portanto, é analisar o papel que o Brasil tem na integração cultural da região e a função do cinema como política cultural que promove a diversidade cultural e auxilia a construção de uma identidade regional coletiva.

Para atingir esse objetivo, busca-se aliar teoria e prática. Pretende-se, então, elencar os conceitos sobre cultura e identidade sob os olhares da Antropologia, da Sociologia e, também, das Relações Internacionais; entender o conceito de economia criativa e das indústrias criativas e onde o cinema se insere nesse âmbito; verificar o que são políticas culturais e como a diplomacia cultural pode ser utilizada na construção de políticas de integração regional; discorrer sobre o que é o processo de integração regional; visualizar o contexto da formação do Mercosul; averiguar a inserção da cultura na agenda do Mercosul; analisar o setor audiovisual nos países do Mercosul e a formulação das políticas cinematográficas e audiovisuais dentro do bloco; observar quais são as instituições cinematográficas do governo brasileiro que trabalham internacionalmente; pesquisar quais são as políticas de incentivo do governo brasileiro ao setor no Mercosul; por fim, analisar o posicionamento do governo brasileiro e da sociedade civil perante a integração cultural da América do Sul, relacionando essa construção entre identidade, integração e audiovisual com os projetos cinematográficos da região.

Esta é uma análise do processo de integração por meio de políticas culturais, voltada às relações exteriores brasileiras, aos internacionalistas, aos produtores culturais e aos produtores audiovisuais que buscam fazer uma reflexão sobre a importância das políticas cinematográficas na construção de um Mercosul diverso e de todos. A partir disso, busca-se responder à seguinte

questão de pesquisa: Em que medida o Brasil utiliza-se de projetos culturais, especialmente cinematográficos, para aproximar-se de seus vizinhos e fomentar a integração regional no Mercosul?

O objetivo geral desta pesquisa é buscar entender se o Brasil, através da promoção de políticas culturais cinematográficas, impulsiona a integração, o desenvolvimento e a cooperação entre países do Mercosul. Para isto, desenvolver alguns objetivos específicos são necessários. Assim, procura-se analisar a evolução do conceito de cultura e a construção das identidades no mundo contemporâneo; saber onde opera o cinema dentro da economia criativa; como as políticas culturais podem promover um melhor acesso a cultura e conseqüentemente a integração; qualificar a integração regional como mecanismo de desenvolvimento e cooperação; traçar um panorama histórico e das políticas culturais do Mercosul; examinar o setor cinematográfico dos países que fazem parte da região; e compreender o papel do Brasil nas políticas culturais cinematográficas da região.

Apenas recentemente, sobretudo após a queda do Muro de Berlim, a cultura passou a ser um tema mais explorado nas Relações Internacionais. Se o foco, no contexto da Guerra-Fria, era essencialmente militar e econômico, na dualidade entre capitalistas e socialistas, o mundo globalizado denota novos tipos de conflitos através, também, de questões sobre as identidades e a cultura. Neste sentido, todas as ferramentas políticas, comunicativas, diplomáticas, econômicas, artísticas etc., que promovam o conhecimento de si mesmo e do próximo são benéficos à paz.

De acordo com Ribeiro (2011), a diplomacia cultural é a utilização específica da relação cultural para a consecução de objetivos nacionais de natureza não só cultural, mas também política, comercial ou econômica. Os benefícios que a diplomacia cultural pode trazer são observados através dos resultados de uma cooperação cultural, sendo contabilizados na luta pela preservação da paz. A utilização de instrumentos culturais permite que os Estados diversifiquem, ampliem e enfatizem os pontos fundamentais de suas ações bilaterais ou multilaterais, de modo que os Estados podem se comunicar deixando as portas entreabertas para facilitar e encorajar futuros mecanismos de aproximação. No comércio, a diplomacia cultural serve como ponte para a diminuição de um clima de desconfiança nos negócios. Já a cooperação técnica obtém melhores possibilidades de aceitação e penetração se estiver amparada por uma projeção de valores culturais de um país em relação ao outro.

Nessa conjuntura de globalização, rápido fluxo de informações e projeção internacional entre os Estados, as integrações econômicas, sociais, culturais e políticas se desenham e se desenvolvem através da formação de blocos. A América do Sul não se distingue desta

afirmação. Desde os princípios do século XX, Brasil e Argentina tentam apagar rivalidades históricas e construir laços para um melhor desenvolvimento entre ambos. O clímax dessas tentativas aconteceu em 1991 com o Tratado de Assunção formando o Mercosul. O bloco tem, hoje, uma maior preocupação com as questões sociais e de redução das assimetrias na região, apesar da pouca visibilidade de seus projetos.

Segundo Valente (2014), além da cultura como fator de redução de exclusões sociais e promotor de sociedades mais igualitárias, outro ponto da questão cultural de grande importância para a integração é o conhecimento sobre as tradições culturais e populares dos países do bloco. Disseminar os valores culturais é o fator de grande relevância para o conhecimento mútuo e para a quebra do vazio em relação ao outro, que se converte em terreno fértil para o distanciamento e o preconceito. Maior conhecimento sobre as tradições dos vizinhos aumenta a integração cultural e, conseqüentemente, torna mais sólidos todos os outros processos de integração regional.

Neste quadro, conforme Gomes (2016), o cinema é um fenômeno que contribui para integrar as pessoas de campos artísticos e ideias diversas. Desta forma, os polos produtores de cinema podem favorecer esses processos culturais de integração no que se refere à produção cinematográfica, principalmente com os sistemas de colaboração – as conhecidas coproduções, e coparticipação – entre os países do Mercosul e, conseqüentemente da América Latina, assim como, parcerias público/privada. No Brasil há espaços importantes de desenvolvimento e produção cinematográfica que podem contribuir para o fortalecimento de uma integração cultural da região.

Logo, o trabalho proposto pode contribuir para futuras análises de cultura nas Relações Internacionais, tema tão essencial e crescente na disciplina. Ajuda, também, o estudante e o pesquisador de Relações Internacionais, bem como os produtores audiovisuais, a ter uma maior capacidade cognitiva da importância da dimensão cultural entre os países e da América do Sul através das políticas culturais cinematográficas.

As metodologias utilizadas para a realização deste trabalho abrangem a pesquisa bibliográfica e documental. Os livros e artigos científicos serão pesquisados através de sites como o Scielo, o Portal de Periódicos da CAPES, o Google Acadêmico, entre outros, além de pesquisas na Biblioteca Universitária da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Os documentos oficiais serão utilizados principalmente os encontrados em sites do governo, de instituições públicas, de organizações internacionais, como o Mercosul e da Reunião Especializada de Autoridades Cinematográficas e Audiovisuais do Mercosul (RECAM), de eventos culturais e cinematográficos que disponibilizam relatórios online. Sendo assim,



trabalhar com fontes de órgãos que estão relacionados diretamente com o tema da integração cultural.

O princípio metodológico a ser utilizado para nortear o presente estudo será a contribuição teórica dos campos da Antropologia, Sociologia, Economia e das Relações Internacionais. Serão, portanto, contemplados conceitos de cultura, identidades, indústrias criativas, políticas culturais, diplomacia cultural e integração regional, sobretudo no Mercosul. No que tange os estudos de cultura serão analisados os livros "O que é cultura" de José Luiz dos Santos (1986), "A mundialização da cultura" de Jean-Pierre Warnier (2003), o livro "A noção de cultura nas Ciências sociais" de Denys Cuhe (1999) e o artigo "Cultura e Democracia" de Marilena Chauí (2008). Os conceitos norteadores sobre as identidades no mundo contemporâneo foram elaborados a partir do livro "A identidade cultural na pós-modernidade" de Stuart Hall (2005). Na seção sobre indústrias culturais e indústrias criativas, os conceitos foram formulados a partir de Santos (1986), Warnier (2003) e do "Relatório de Economia Criativa" da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) (2010). Sobre as políticas culturais, os conceitos também foram elencados a partir dos estudos de Santos (1986), Warnier (2003) e Chauí (2008). A base de estudos sobre a diplomacia cultural é o livro "Diplomacia cultural: seu papel na política externa brasileira", de Edgard Telles Ribeiro (2011) e para aprofundar estes conceitos no âmbito do Mercosul o artigo "A diplomacia cultural no Mercosul" de Maria Susana Arrosa Soares (2008), também será utilizado. Para o entendimento das integrações regionais o livro estudado é "Organizações Internacionais de Integração Regional: União Europeia, Mercosul e UNASUL", de Karine de Souza Silva e Rogério Santos da Costa (2013). A base histórica de integração do Mercosul será submetida a uma análise livre conforme os estudos de Moniz Bandeira (2010) em seu livro "Brasil, Argentina: Estados Unidos: Conflito e integração na América do Sul (Da Tríplice Aliança ao Mercosul)" e do Centro de Formação para a Integração Regional (CEFIR). No que diz respeito ao cinema e o Mercosul, a pesquisa será formulada a partir da tese de doutorado de Daniele Pereira Canedo (2013) "Todos contra Hollywood? Políticas, Redes e Fluxos do espaço cinematográfico do Mercosul e a cooperação com a União Europeia" e o artigo "A RECAM e a política cinematográfica do Mercosul: promoção da integração regional e da diversidade cultural?", de Canedo, Loiola e Pauwels (2015). As plataformas online do Mercosul, da Agência Nacional do Cinema (ANCINE), do Ministério das Relações Exteriores (MRE) e do Ministério da Cultura (MinC), também serão consultados, devido ao caráter normativo e pela análise das leis de incentivo, dos apoios e subsídios com vistas a produção, coprodução e incentivo no setor audiovisual no Mercosul.

Assim sendo, esse material terá função de auxiliar nas respostas das questões da pesquisa, formulando os tópicos anunciados no sumário do trabalho e cumprindo com os objetivos da monografia.

O primeiro capítulo é intitulado “Luz, câmera... – os bastidores da cultura e do cinema” e este dá sustentação à ação no capítulo subsequente. Como todo bom filme, realizar uma pré-produção é extremamente necessário. O capítulo é dividido em três partes, sendo a primeira intitulada "Acendendo as luzes". Nela será construída uma breve evolução dos conceitos de cultura e identidade, como modo de iniciar os debates da pré-produção. A segunda parte, “Ajustando o foco”, traz o debate sobre a economia, a cultura e a indústria. A câmera – a tecnologia – pode tornar mais nítido algo que se deseja mostrar. Assim sendo, contextualizar onde o cinema se enquadra na chamada economia criativa é o foco desta seção. A última parte deste capítulo tem o nome de "Finalizando a pré-produção” e discute como as políticas culturais, a diplomacia cultural e o cinema podem trabalhar a favor de uma maior integração cultural no Mercosul. Portanto, esse primeiro capítulo tem o objetivo de conceituar os bastidores do estudo da cultura e da cinematografia como formas de política de integração cultural do Mercosul.

O segundo capítulo é intitulado "... Ação – a integração cultural do Mercosul". Como uma história narrativa e descritiva, este capítulo tem por objetivo mostrar o panorama geral da cinematografia no Mercosul e o papel do protagonista Brasil neste conto. A primeira parte do capítulo é chamada “Apresentando os atores” e foca na organização dos atores que dá sustentação à integração regional do Mercosul. Nesta parte, será feita uma análise da formação das integrações regionais, para em seguida explicar o contexto de formação do Mercosul e a formulação dos pensamentos culturais e identitários dentro do bloco. A segunda parte, chamada de “Mercosul, o filme”, relatará a história deste "filme", contextualizando o setor cinematográfico dentro dos países do Mercosul. Ao final dessa seção, será feita uma análise da construção da RECAM, seus principais projetos e a participação do Brasil na reunião. Por fim, a última parte deste capítulo é intitulada “Brasil, o protagonista?”, e tem por finalidade averiguar o papel do Brasil nesse filme. Essa parte é dividida em três partes que têm por finalidade desenvolver a relação das identidades sul-americanas e da hegemonia cultural com o cinema brasileiro; analisar as instituições culturais cinematográficas no país; descrever os projetos, incentivos e ações do governo voltadas ao cinema; e, por último, visualizar o papel da sociedade brasileira na construção de uma integração regional mercosulina mais coesa, a partir do Florianópolis Audiovisual Mercosul (FAM).

## 1 LUZ, CÂMERA... – OS BASTIDORES DA CULTURA E DO CINEMA

A cultura é um tema crescente nas Relações Internacionais e, como reflexo, as práticas culturais exercidas pelos países do bloco do Mercosul estão em estágio de evolução. Para entender o peso que o cinema tem nas políticas culturais mercosulinas e brasileiras, visando a uma maior integração cultural e conseqüentemente a um estreitamento de laços entre países vizinhos, é necessário examinar primeiramente o que é cultura; como as identidades são formadas e como elas se inserem na criação e no cultivo de um ambiente cultural recíproco entre os países; a passagem do termo apocalíptico da indústria cultural para a economia criativa; e, por fim, o entendimento do uso do cinema nas políticas culturais e na diplomacia cultural.

Para atingir estes primeiros objetivos, o presente capítulo será dividido em três seções. A primeira delas pretende expor o desenvolvimento do conceito de cultura. O significado desta palavra mudou conforme o tempo e, com isso, a percepção de cultura pode ser concebida de diversas formas. A cultura é mutável e adaptável. Como complemento a esta parte, a questão de identidade também é contextualizada. Na sociedade contemporânea, a identidade assume-se com variadas expressões, assim a identidade “unitária” dá lugar às identidades plurais. A busca por uma cidadania comum, de pertencimento regional é uma agenda importante nas formulações políticas do Mercosul, assim será feita uma análise acerca das identidades coletivas. A segunda seção expõe os conceitos, problemas, inovações e alguns números da indústria cultural. Esta pode ser compreendida tanto como um instrumento de massificação e de imposição de hábitos e costumes, quanto como uma forma de desenvolvimento dos pontos de vista tecnológico e social. A partir dessa lógica, busca-se traçar uma evolução das concepções, avançando na definição dos termos indústria cultural e indústria criativa, e mostrar como essa é inserida na economia criativa. Ao final, propõe-se visualizar onde o cinema se insere na chamada indústria criativa. A terceira parte do capítulo focará no significado das políticas culturais para a democratização da cultura e a diversidade cultural; buscará explorar o cinema e seu uso nas políticas culturais; e, por fim, questionará como o uso da diplomacia cultural pode auxiliar o processo das políticas de integração cultural.

Espera-se, dessa forma, contribuir para a compreensão dos “bastidores” dos estudos culturais, relacionando os diferentes entendimentos de cultura e identidade com a criatividade das indústrias culturais. Soma-se a isso, o auxílio que as políticas culturais podem representar para o desenvolvimento e a democratização da diversidade cultural, utilizando o cinema como instrumento cultural neste processo.

## 1.1 ACENDENDO AS LUZES

Para que se entenda o porquê de usar o cinema como um instrumento capaz de promover a diversidade cultural e consolidar uma identidade coletiva no Mercosul, é necessário analisar primeiramente o significado de cultura e como as identidades são formadas no mundo contemporâneo. Tal procedimento permitirá visualizar que a própria concepção de cultura e das identidades são diversas e, assim sendo, as políticas culturais trabalham na preocupação de garantir o reconhecimento e a valorização da diversidade cultural, em busca da solidariedade entre os povos, o pertencimento de uma região, e, também, o desenvolvimento dos intercâmbios culturais. Será visto que as políticas culturais do Mercosul têm sempre em seus discursos o respeito, a valorização e o convívio harmonioso das diferentes identidades culturais existentes dentro dos países que compõem o bloco.

No fomento da construção de uma identidade coletiva, através de políticas culturais cinematográficas que promulguem a diversidade cultural, é que este primeiro capítulo se desenha. A primeira parte traçará uma evolução do conceito de cultura, de sua gênese até as concepções da palavra nos dias atuais. Observando sob essa ótica, poderá ser percebido que a própria concepção da palavra possui diversas interpretações e que fazem sentido dependendo de como for utilizado. A segunda seção deste capítulo buscará qualificar a questão da formação das identidades. As identidades no mundo contemporâneo, assim como a cultura, possuem diversas formas, sendo assim fluídas e dependentes da interação social – a relação de pertencer e ser pertencido – para que assuma alguma forma identitária. Essa primeira parte da pesquisa pretende acender a luz do trabalho, trazendo a cultura e as identidades como assunto essencial na formulação de políticas culturais que impulsionem uma melhor integração regional no Mercosul.

### 1.1.1 Eu, tu, ele, nós, vós, eles: a cultura

A Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (UNESCO) (2002), no Artigo 1 da “*Declaração universal sobre a diversidade cultural*”, destaca e manifesta a importância da cultura e da diversidade cultural:

"A cultura adquire formas diversas através do tempo e do espaço. Essa diversidade se manifesta na originalidade e na pluralidade de identidades que caracterizam os grupos e as sociedades que compõem a humanidade. Fonte de intercâmbios, de inovação e de criatividade, a diversidade cultural é, para o gênero humano, tão necessária como a diversidade biológica para a natureza. Nesse sentido, constitui o patrimônio comum

da humanidade e deve ser reconhecida e consolidada em benefício das gerações presentes e futuras" (UNESCO, 2002, p. 2).

Para compreender o sentido atual de cultura e seu uso, é preciso tratar de sua gênese social. Ou seja, descobrir como foi formada a palavra e, em seguida, desenvolver os diferentes sentidos atribuídos a ela. Ainda que recebido este tratamento, a definição de cultura não é algo de simples análise, pois essa concepção é atribuída de forma multidisciplinar, sendo estudada e interpretada em diferentes áreas das ciências humanas como sociologia, antropologia, história, comunicação, entre outras. Tal relação reflete os valores transversais da cultura, que percorre variados campos da vida humana.

De início, segundo Marilena Chauí (2008), a palavra cultura vem do verbo latino *colere*. Este significa o cultivo, o cuidado. O cultivo e o cuidado com a terra na agricultura. O culto aos deuses e ao sagrado. A puericultura, com o cuidar da saúde das crianças. Enfim, a cultura era concebida como uma ação que conduz à plena realização das potencialidades de alguma coisa ou de alguém; era fazer brotar, frutificar, florescer e cobrir de benefícios (CHAUÍ, p. 55, 2008).

Até o século XVIII, a palavra cultura não era amplamente utilizada em meios acadêmicos e, como consequência, não figurava na maior parte dos dicionários da época. Ela faz sua entrada no *Dicionário da Academia Francesa* (edição de 1718) e é então quase sempre seguida de um complemento: fala-se da "cultura das artes", da "cultura das letras", "cultura das ciências" (CUCHE, p. 20, 1999).

Segundo Cuche (1999), neste mesmo século, "cultura" libera-se de seus complementos e passa de "cultura" como ação (ação de instruir) à "cultura" como estado (estado do espírito cultivado pela instrução, estado do indivíduo "que tem cultura"). Para os pensadores do iluminismo ela é a soma dos saberes acumulados e transmitidos pela humanidade, considerada como totalidade ao longo de sua história. A palavra é associada às ideias de progresso, de evolução, de educação, de razão que estão no centro do pensamento da época. "Cultura" está então muito próxima de uma palavra que vai ser um grande sucesso no vocabulário francês dessa época: "civilização" (CUCHE, p. 22, 1999).

A "cultura", nesta noção de progresso individual, é regida pela instrução, ou seja, uma pessoa mais instruída era alguém mais "culto" ou que tinha mais "cultura". Chauí (2008) diz que no século XIX este conceito de critério de evolução aparece dando forma a um ramo das ciências humanas, a antropologia. Assim,

"no início da constituição da antropologia, os antropólogos guardarão o conceito iluminista de evolução ou progresso. Por tomarem a noção de progresso como medida de cultura, os antropólogos estabeleceram um padrão para medir a evolução ou o grau

de progresso de uma cultura e esse padrão foi, evidentemente, o da Europa capitalista. As sociedades passaram a ser avaliadas segundo a presença ou a ausência de alguns elementos que são próprios do ocidente capitalista e a ausência desses elementos foi considerada sinal de falta de cultura ou de uma cultura pouco evoluída. Que elementos são esses? O Estado, o mercado e a escrita. Todas as sociedades que desenvolvessem formas de troca, comunicação e poder diferentes do mercado, da escrita e do Estado europeu, foram definidas como culturas “primitivas”. Em outras palavras, foi introduzido um conceito de valor para distinguir as formas culturais” (CHAUI, p. 56, 2008).

No mesmo século XIX, o conceito de *Kultur* é adotado na filosofia alemã e rompe com o conceito francês de cultura. Os intelectuais burgueses alemães criticavam os príncipes que governavam os diferentes Estados alemães por desperdiçar seu tempo em cerimônias que imitavam as maneiras “civilizadas” dos nobres franceses. Buscando a unificação política da “nação” alemã, esfacelada em múltiplos principados, *Kultur* vai tender, cada vez mais, para a delimitação e a consolidação das diferenças nacionais (CUCHE, p. 25-27, 1999).

É interessante notar que já em 1774, Johann Gottfried Herder em nome do “gênio nacional” de cada povo (*Volksgeist*), tomava partido pela diversidade de culturas, riqueza da humanidade e contra o universalismo uniformizante do Iluminismo. Para Herder (1964 apud CUCHE 1999), cada povo, pela sua cultura própria, tem um destino específico a realizar, pois cada cultura exprime um aspecto da humanidade. Assim sendo, o autor pode ser considerado o precursor do conceito relativista de cultura, colocando a questão da cultura no plural (CUCHE, p. 27-28, 1999).

Chauí (2008) diz que os antropólogos incorporam essa concepção ampliada da cultura somente na metade do século XX. Neste, eles buscaram desfazer a ideologia etnocêntrica e imperialista de cultura adotada no século anterior, inaugurando a antropologia social e a antropologia política, nas quais cada cultura exprime, de maneira histórica e materialmente determinada, a uma ordem simbólica com uma individualidade própria ou uma estrutura própria (CHAUI, p. 57, 2008).

Entrando, então, nos conceitos contemporâneos de cultura, Santos (1986) diz que cada realidade cultural tem sua lógica interna, a qual se deve procurar conhecer para que façam sentido suas práticas, costumes, concepções e as transformações pelas quais estas passam. É preciso relacionar a variedade de procedimentos culturais com os contextos em que são produzidos. As variações nas formas de família, por exemplo, ou nas maneiras de habitar, de se vestir ou de distribuir os produtos do trabalho não são gratuitas. Fazem sentido para os agrupamentos humanos que as vivem, são resultado de sua história, relacionam-se com as condições materiais de sua existência. Entendido assim, o estudo da cultura contribui no

combate a preconceitos, oferecendo uma plataforma firme para o respeito e a dignidade nas relações humanas (SANTOS, 1986, p. 8).

Cultura, para José Luiz dos Santos (1986) está associada a estudo, educação e formação escolar. Bem como, há o uso da cultura para se referir unicamente às manifestações artísticas, como o teatro, a música, a pintura, a escultura. Outras vezes, ela é quase identificada com os meios de comunicação de massa, tais como o rádio, o cinema e a televisão. Ou então cultura diz respeito às festas e cerimônias tradicionais, às lendas e crenças de um povo, ou a seu modo de se vestir, a sua comida, a seu idioma etc. O que importa é refletir sobre os motivos de tanta variação e localizar as ideias e temas principais sobre os quais elas se sustentam (SANTOS, 1986, p. 22).

Para Warnier (2003) a cultura é a bússola da sociedade. Sem ela seus membros não saberiam seu passado e, também, não saberiam como se comportar. Ao fornecer repertórios de ação e de representação à nossa escolha, a cultura, a tradição e os processos de identificação preenchem essa função de orientar. O autor define como orientação a capacidade que a cultura possui de estabelecer relações significativas entre os elementos do meio: pessoas, instituições, acontecimentos. A cultura como bússola facilita a ação. É um capital de hábitos incorporados que estrutura as atividades dos que a possuem (WARNIER, 2003, p. 22-23).

A tradição é definida por Pouillon (1991, p.710 apud WARNIER, 2003, p.12) como "o que persiste de um passado no presente em que ela é transmitida. Presente em que ela continua agindo e sendo aceita pelos que recebem e que, por sua vez, continuarão a transmiti-la ao longo das gerações".

É comum que a cultura seja pensada como algo parado, estático. Os casos dos eventos tradicionais, justamente por esta concepção de serem tradicionais, podem convidar a serem vistos com imutáveis. Apesar de se repetirem ao longo do tempo e em vários lugares, não se pode dizer que esses eventos sejam sempre a mesma coisa. Assim, o carnaval brasileiro, por exemplo, tanto se transformou do início do século para cá, quanto se realiza de modo diverso em São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador ou Recife. O fato de que as tradições de uma cultura possam ser identificáveis não quer dizer que não se transforme, que não tenham sua dinâmica. Nada do que é cultural pode ser estanque, porque a cultura faz parte de uma realidade onde a mudança é um aspecto fundamental (SANTOS, 1986, p.47).

Como visto, a cultura e tradição não são uma reprodução idêntica de um conjunto de hábitos imutáveis. Aqui entra a grande importância dos estudos culturais no mundo da

globalização<sup>1</sup>. As línguas e as culturas também mudam, pois estão imersas nas turbulências da história. Para assegurar sua função de orientação, elas devem integrar a mudança (WARNIER, 2003, p.22-23).

Warnier (2003) acrescenta a lógica de cultura descrita previamente por Santos (1986), dizendo que as culturas são feitas de práticas e de crenças religiosas, educativas, alimentares, artísticas, lúdicas. Elas concernem também às regras de organização da família, do parentesco e dos grupos políticos. As práticas e crenças ligadas ao corpo, ao esporte e à saúde têm, também, um lugar importante na cultura (WARNIER, 2003, p.23). Warnier (2003, p.23) ainda afirma que “para transmiti-las, assimilá-las, é preciso tempo, muito tempo”.

Nessa dimensão social e identitária, cultura é uma construção histórica, seja como concepção, seja como dimensão do processo social. Ou seja, a cultura não é algo natural, não é uma decorrência de leis físicas ou biológicas. Ao contrário, a cultura é um produto coletivo da vida humana. Isso se aplica não apenas à percepção da cultura, mas também à sua relevância, à importância que passa a ter. Aplica-se ao conteúdo de cada cultura particular, produto da história de cada sociedade (SANTOS, 1986, p. 45).

Por último, no contexto da sociedade pós-industrial, outra ideia de cultura deve ser formulada para este estudo. De acordo com o diplomata e professor de comunicação com especialização em cinema Edgard Telles Ribeiro (2011), após as revoluções agrárias, industrial e tecnológica, estaríamos agora às voltas com uma revolução cultural – viabilizada pela revolução tecnológica, mas que em muito transcenderia os contornos desta última. A cultura passaria, assim, a ocupar um lugar de crescente importância na política internacional (RIBEIRO, 2011, p. 23).

Essa revolução deve-se ao caráter virtualmente instantâneo da comunicação no mundo de hoje. As tecnologias já assimiladas a cada dia colocam centenas de milhares de seres humanos em contato com as centenas de milhões que já se beneficiam dessa comunicação. A cultura, conseqüentemente, não é um privilégio de determinadas classes sociais, e sim, nas palavras de Jacques Rigaud (1980, p. 11 apud RIBEIRO, 2011, p. 23), uma “aspiração universal das massas”. O cinema, os meios eletrônicos de divulgação, a publicidade, entre muitos outros fatores, de certa forma alteram costumes e hábitos, exercendo influências sobre culturas que

---

<sup>1</sup> Anthony McGrew (1992 apud HALL 2005, p. 67) afirma que "a "globalização" se refere àqueles processos, atuantes numa escala global, que atravessam fronteiras nacionais, integrando e conectando comunidades e organizações em novas combinações de espaço-tempo, tornando o mundo, em realidade e em experiência, mais interconectado".



por vezes chegam a ser dramaticamente ameaçadas em sua identidade. Esse ameaço será discutido nas próximas seções deste capítulo.

Assim, como explorado e apresentado, a cultura é uma totalidade complexa feita de normas, de hábitos, de repertórios de ação e de representação, adquirida pelo homem enquanto membro de uma sociedade. Toda cultura é singular, geograficamente ou socialmente localizada, objeto de expressão discursiva em uma língua dada, fator de identificação dos grupos e dos indivíduos e de diferenciação diante dos outros, bem como fator de orientação dos atores, uns em relação aos outros e em relação ao seu meio. Toda cultura é transmitida por tradições reformuladas em função do contexto histórico (WARNIER, 2003, p.23).

Complementando, Santos (1986, p. 41) diz que “a dimensão da sociedade é todo o conhecimento que uma sociedade tem sobre si mesma, sobre outras sociedades, sobre o meio material em que vive e sobre a própria existência”. Cultura entra em todo o conhecimento expresso por uma sociedade como é o caso de sua arte, religião, esportes e jogos, tecnologia, ciência, política. O estudo da cultura assim compreendida volta-se para maneiras pelas quais a realidade que se conhece é codificada por uma sociedade, através de palavras, ideias, doutrinas, teorias, práticas costumeiras e rituais. Portanto, o estudo da cultura procura entender o sentido que fazem essas concepções e práticas para a sociedade que as vive, buscando seu desenvolvimento na história dessa sociedade e mostrando como a cultura se relaciona às forças sociais que movem a sociedade (SANTOS, 1986, p. 41).

A cultura entra definitivamente na agenda do Mercosul a partir de 1996, com o Protocolo de Integração Cultural do Mercosul. Os governos da Argentina, do Brasil, do Uruguai e do Paraguai, entenderam que a integração cultural constitui um elemento essencial nos processos de integração e que a cooperação e o intercâmbio cultural geram novos fenômenos e realidades (MERCOSUL/CMC/DEC. Nº 11/96). A formulação do protocolo trabalha de acordo com esse caráter diverso da cultura, em que tudo e todos fazem parte. Assim, tem como objetivos construir um ambiente de integração regional que expresse as tradições históricas, os valores comuns e as diversidades culturais dos países-membros do bloco.

A dimensão cultural é indispensável e estratégica para qualquer projeto de desenvolvimento. Reconhecer e valorizar a diversidade cultural é buscar a solidariedade entre os povos, a consciência da unidade do gênero humano e ao desenvolvimento dos intercâmbios culturais (ALVAREZ, 2008, p. 12). Consequentemente, o Mercosul, incentivando a integração cultural e buscando a construção de uma identidade coletiva nas diversidades culturais existentes do bloco, promove ideias de que os povos dessa região partilham de interesses comuns, capazes de reduzir desconfianças mútuas e de construir uma região mais integrada.

Na tentativa de visualizar como se forma as identidades coletivas, é necessário entender a relação da cultura e identidade no mundo contemporâneo. A próxima seção deste capítulo é dedicada a traçar uma evolução conceitual das identidades, em busca de compreender como a composição das mesmas podem envolver questões de pertencimento e interesses coletivos.

### 1.1.2 Em busca de identidade

Tentando compreender a importância da construção de uma identidade coletiva no Mercosul percorremos, primeiramente, a forma com que a percepção da identidade individual e coletiva são impactadas pelas grandes mudanças do mundo globalizado. Este subcapítulo narrará uma breve construção das identidades desde os tempos do iluminismo até a contemporaneidade, com objetivo de entender como, hoje em dia, as identidades se tornaram híbridas e moldadas a partir de diferentes contextos sociais.

Segundo Stuart Hall (2005), as velhas identidades que por muito tempo estabilizaram o mundo estão em declínio. Essas foram concebidas a partir do renascimento cultural e do iluminismo europeu e estão em declínio num mundo pautado pela compressão espaço-tempo. Há uma crise de identidade que fragmentou o indivíduo moderno. O homem desta sociedade era possuidor de um lugar bem determinado social e culturalmente. No entanto, mudanças estruturais estão trazendo questionamentos quanto a identidades culturais de classe, raça, nacionalidade, sexo e etnia. Isso faz com que a ancoragem estável dos indivíduos no mundo social esteja abalada (HALL, 2005, p. 7).

Hall (2005) identifica três concepções de identidade. A primeira é a do sujeito do iluminismo. Essa concepção compreende a pessoa humana como indivíduo totalmente centrado, unificado, dotado das capacidades da razão, de consciência e de ação, cujo "centro" consistia num núcleo interior, que nascia junto com o indivíduo e permanecia com ele ao longo da sua vida. De acordo com esse pensamento, o homem devido a sua hereditariedade biológica, já nasceria com os elementos constitutivos da identidade cultural da sociedade em que ele fazia parte. Ele seria a continuação do idêntico, o que gera uma concepção muito "individualista" do sujeito e de sua identidade (HALL, 2005, p. 10-11).

O sujeito sociológico faz parte da segunda concepção. Hall (2005) diz que este sujeito refletia a crescente complexidade do mundo moderno. Há a existência de um núcleo interior do indivíduo, que não seria autônomo e autossuficiente. Esse núcleo necessitava da interação com outras pessoas, que transmitia para o sujeito os valores, sentidos e símbolos – a cultura – dos mundos em que ele habitava. Trazendo essa concepção sociológica, preenchendo o espaço entre

o “interior” e o “exterior”, a identidade, então, costura o sujeito à estrutura (HALL, 2005, p. 11-12). O autor (2005, p. 12) ainda afirma que isto “estabiliza tanto os sujeitos quanto os mundos culturais que eles habitam, tornando ambos reciprocamente mais unificados e predizíveis”.

Tudo isso estaria agora mudando, pois na terceira concepção do autor, o homem pós-moderno, no contexto da globalização e das sociedades em rede<sup>2</sup>, não tem mais uma identidade fixa, essencial ou permanente. Sua identidade torna-se uma “celebração móvel”: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais os sujeitos são representados ou interpelados nos sistemas culturais que os rodeiam (HALL, 2005, p. 13).

A identidade é então definida historicamente, não biologicamente. Os seres humanos assumem identidades diferentes em diferentes momentos e elas não são unificadas ao redor de um “eu” coerente. À medida que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, as sociedades são confrontadas por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais as pessoas poderiam se identificar – ao menos temporariamente (HALL, 2005, p. 13).

Neste sentido, o “pertencimento” e a “identidade” não têm a solidez de uma rocha, não são garantidos para toda a vida, são bastante negociáveis e revogáveis, e as decisões que o próprio indivíduo toma, os caminhos que percorre, a maneira como age – e a determinação de se manter firme a tudo isso – são fatores cruciais tanto para o “pertencimento” quanto para a “identidade”. Assim, a ideia de “ter uma identidade” não vai ocorrer às pessoas enquanto o “pertencimento” continuar sendo o seu destino, uma condição sem alternativa (BAUMAN, 2005, p. 19). Por não ter a solidez de uma rocha, as identidades se tornam líquidas, adquirindo um caráter de hibridez e deslocadas de um vínculo local.

Para Warnier (2003, p.18) a identidade é definida como o “conjunto dos repertórios de ação, de língua e de cultura que permitem a uma pessoa reconhecer sua vinculação a certo grupo social e identificar-se com ele”. A identificação individual e coletiva pela cultura tem como corolário a produção de uma alteridade em relação aos grupos cuja cultura é diferente. O contato intercomunitário suscita reações muito diversas: idealização do outro, atração pelo exótico, mas

---

<sup>2</sup> Segundo Castells (2005) essa sociedade em rede tem como coluna vertebral as redes de comunicação digital, tal qual eram as infra-estruturas sobre as quais a sociedade industrial foi construída. A sociedade em rede é global, baseada em redes globais. Sua lógica chega a países de todo o planeta e difunde-se através do poder integrado nas redes globais de capital, bens, serviços, comunicação, informação, ciência e tecnologia. Ainda segundo o pensamento do autor, essas redes são seletivas de acordo com seus programas específicos. Desde o início do século XXI, ela exclui a maior parte da humanidade, muito embora, toda a humanidade seja afetada por sua lógica, e pelas relações de poder que interagem nas redes globais da organização social.

também desprezo, incompreensão, rejeição podendo terminar em xenofobia e aniquilamento (WARNIER, 2003, p. 18).

Nos estudos da Sociologia, de acordo com Patriota (2002), o exterior exerce um importante papel na formação de nossa identidade, que está presente no nosso imaginário e é transmitida, fundamentalmente, por meio da cultura. A identidade é o que nos diferencia dos outros, o que nos caracteriza como pessoa ou como grupo social. Ela é definida pelo conjunto de papéis que desempenhamos e é determinada pelas condições sociais decorrentes da produção da vida material (PATRIOTA, 2002, p. 3).

Portanto, a identidade social é o conhecimento de uma pessoa em que ele ou ela pertencem a um grupo social. Um grupo social é um conjunto de indivíduos que detêm uma identificação social mútua ou os veem como membros de uma mesma categoria. Através de um processo de comparação social, as pessoas que se identificam com um grupo e são identificadas pelo mesmo, são categorizadas dentro do mesmo (STETS; BURKE, 2000, p. 225).

Segundo Amartya Sen (2015),

"em nossas vidas normais, vemos-nos como membros de uma variedade de grupos – pertencemos a todos eles. A mesma pessoa pode ser, sem qualquer contradição, um cidadão norte-americano, de origem caribenha, com antepassados africanos, cristão, liberal, mulher, vegetariano, corredor de longa distância, professor, romancista, feminista, heterossexual, defensor dos direitos de gays e lésbicas, amante do teatro, ativista ambientalista, um entusiasta do tênis, jazzista e alguém totalmente convencido de que existem seres inteligentes no espaço cósmico com os quais é de extrema urgência nos comunicarmos. Em virtude de nossas inevitáveis identidades plurais, temos de decidir sobre a importância relativa das nossas associações e filiações em qualquer contexto específico" (SEN, 2015, p.10).

Dessa forma, o homem contemporâneo pertence, assim, a muitos grupos diferentes e cada um desses agrupamentos pode dar a uma pessoa uma identidade potencialmente importante. A escolha de uma identidade em potencial dependerá do contexto social em que ele estiver inserido (SEN, 2015, p. 43).

Como efeito introdutório deste trabalho, procurou-se ilustrar a definição de cultura e diversidade cultural formulada pela UNESCO. A cultura, então, pode ser entendida como todas as concepções descritas, como tradição, cultivo, normas, diferenças sociais, identidade, idioma, meios de comunicação, etc., não se limitando somente à estas, no sentido de que a cultura se desenvolve de forma completamente volátil. As identidades do sujeito contemporâneo são, também, mutáveis e dependem do contexto social em que as pessoas estão inseridas, assim como seus interesses.

Trazendo a discussão para o Mercosul, é de se saber que, para melhorar a qualidade institucional e democrática do Mercosul, é necessário pleitear um modelo de integração que transcenda a lógica comercial. Assim, os órgãos competentes por temas culturais, como a RECAM no caso do cinema mercosulino, trabalham a fim de promover a identidade coletiva do Mercosul e facilitar o acesso à diversidade cultural. Dessa forma, essas instituições alvejam envolver as sociedades pertencentes ao bloco, tentando criar um sentimento de pertencimento da região, formulando uma cidadania regional comum. Assim, objetivando a integração de uma região de todos e para todos, o Mercosul será capaz de superar falsas dicotomias e construir uma região democrática, plural, pacífica e de desenvolvimento sustentável e equitativo.

## 1.2 AJUSTANDO O FOCO

As culturas sempre estiveram em contato e em relação de troca umas com as outras. Mas uma situação histórica totalmente nova apareceu a partir do momento em que as revoluções industriais sucessivas dotaram os países chamados de “desenvolvidos” de máquinas para fabricar produtos culturais e de meios de difusão de grande potência. A indústria aparece como uma cultura entre outras, mas uma cultura como regime é novo, *sui generis* (WARNIER, p. 26, 2006).

Entender a evolução do tema das indústrias culturais é fundamental nos estudos de cultura e identidade com ênfase em políticas culturais cinematográficas. Considerada como uma consequência da própria sociedade moderna, pois inclui os aspectos da industrialização, do crescente cientificismo e do consumo, a discussão em torno desse tema habitualmente aponta para os problemas da descaracterização do conceito de arte (a perda da aura), do controle social por parte dos proprietários dos meios de comunicação (e consequentemente da ideologia dominante) e da alienação do público (transformado em consumidor) (SILVA JUNIOR, p.1, 2007).

Os conceitos de "indústria criativa" e "economia criativa" são, então, formulados como modo de afastar a dimensão crítica e negativa desenvolvida pela ideia da indústria cultural sob a perspectiva dos teóricos da Teoria Crítica. Também, nesses novos conceitos, são contempladas uma série de outras atividades não abarcadas pela indústria cultural destes pensadores. Esses partem do princípio de que os bens e serviços culturais trazem em si tanto um valor cultural, quanto um valor econômico. Por isso, nessa presente seção, busca-se fazer um balanço entre as críticas negativas e positivas acerca das indústrias culturais.

A primeira parte focará no conceito da indústria cultural e sua interatividade com as artes. Essas perdem seu valor artístico na medida em que as tecnologias reproduzem as obras

massivamente. A intenção é observar como as comunicações de massa inferem nas esferas sociais e como ela pode ser utilizada como instrumento da hegemonia cultural.

A segunda seção quebrará com o pensamento apocalíptico da indústria cultural, transformando essa nas indústrias criativas que se inserem na economia criativa. A economia criativa é pensar a forma de como os valores econômicos e culturais trabalham para gerar renda, impacto social, assegurando a diversidade cultural de cada país.

### 1.2.1 A indústria apocalíptica

A expressão "indústria cultural" foi utilizada pela primeira vez em 1947, por Theodor Adorno e Max Horkheimer, dois sociólogos de um grupo dominado de Escola de Frankfurt. Eles pretendiam estigmatizar a reprodução em série dos bens culturais, que colocaria em perigo a criação artística. De maneira geral, a escola de Frankfurt sublinhava os aspectos negativos da modernidade industrial, incapaz de transmitir uma cultura que atingisse os sujeitos em sua profundidade, reduzida à reprodução de obras artísticas sem valor, à falácia e à padronização superficial (WARNIER, p. 26, 2006).

Pode-se pensar a indústria cultural a partir da ótica de cultura no sentido de divisão de classes já citadas na primeira parte do presente capítulo, em que a alta sociedade francesa se julgava culta, ou melhor, detentora de cultura, e conseqüentemente mais "desenvolvida" em relação às classes baixas. Assim, essa concepção de indústria cultural funciona de forma semelhante. Para Chauí, esta indústria separa os bens culturais pelo seu suposto valor de mercado: há obras "caras" e "raras", destinadas aos privilegiados que podem pagar por elas, formando uma elite cultural; e há obras "baratas" e "comuns", destinadas à massa. Assim, em vez de garantir o mesmo direito de todos à totalidade da produção cultural, a indústria cultural sobre-determina a divisão social acrescentando-lhe a divisão entre elite "culta" e massa "inculta" (CHAUÍ, p. 59, 2008).

No caso das modernas sociedades industrializadas é comum que elas sejam consideradas como sociedades de massa, onde as instituições dominantes têm de prover e até mesmo criar as necessidades de multidões e de seus participantes anônimos, da mesma forma que desenvolvem mecanismos eficazes para controlar essas massas humanas, fazê-las produzir, consumir e se conformar com seus destinos e sonhos. Uma sociedade assim exige mecanismos culturais adequados, capazes de transmitir mensagens com rapidez para grandes quantidades de pessoas (SANTOS, 1986, p. 67).

Costuma-se considerar que uma hegemonia cultural exige uma cultura capaz de homogeneizar a vida e a visão de mundo das diversificadas populações que formam essas sociedades, ultrapassando barreiras de classe social e facilitando, por essas razões, o controle das massas. Tais instrumentos seriam principalmente o rádio, a televisão, a imprensa e o cinema. Essa cultura homogeneizadora, niveladora, teria o núcleo de sua existência num setor específico de uma atividade, a indústria cultural (SANTOS, 1986, p. 68).

Por essas razões, esses meios de comunicação de massa fazem parte da paisagem social moderna. Eles penetram em todas as esferas da vida social, no meio urbano ou rural, na vida profissional, nas atividades religiosas, no lazer, na educação, na participação política. Tais meios não só apregoam mensagens. Eles também difundem maneiras de se comportar, propõem estilos de vida, modos de organizar a vida cotidiana, de arrumar a casa, de se vestir, maneiras de falar e de escrever, de sonhar, de sofrer, de pensar e de amar (SANTOS, 1986, p. 69).

De acordo com Janaína Carvalho Silva (2015), a indústria cultural é originada por países economicamente desenvolvidos. Estes são senhores da difusão da cultura de massa em uma sociedade de consumo, para aqueles que estão em desenvolvimento (SILVA, 2015, p. 20).

Não há dúvida de que a indústria da cultura, centrada nesses meios de comunicação de massa, é um elemento muito importante das sociedades modernas. O ritmo acelerado de produção e consumo, principalmente nos períodos de expansão das economias desses países, anda acompanhado de uma comunicação rápida e generalizada. As mensagens e informações circulam com velocidade compatível com a dos produtos materiais dessas sociedades. Além do mais, a indústria cultural é ela mesma uma esfera de atividade econômica, com inversões de capital, recrutamento de mão-de-obra especializada, desenvolvimento de novas técnicas, produção de bens e serviços (SANTOS, 1986, p. 69).

Porém, a própria indústria cultural não é imune às contradições da vida social, a começar do fato de que nela mesma os conflitos entre proprietários e empregados são comuns. Do mesmo modo, o controle sobre as mensagens transmitidas, ainda que muito forte, não é absoluto. Há também que considerar que as populações a que esses meios de comunicação se dirigem estão expostas a dificuldades sociais concretas e às tensões da vida cotidiana. É certo que os meios de comunicação também trabalham sobre essas esferas e procuram dar-lhes explicações e soluções. Mas, por mais homogêneo que fosse seu conteúdo, não parece que sejam capazes de produzir uma massificação tão eficaz a ponto de substituir totalmente a percepção que seus consumidores têm de suas relações sociais e de suas vidas (SANTOS, 1986, p.70).

Debater sobre a presença da indústria cultural e trazer seu significado nessa pesquisa merece destaque. Conforme visto anteriormente, as identidades estão em constante mutação e as indústrias culturais têm grande peso nessa transformação. Quando uma hegemonia cultural impõe valores ideológicos, hábitos e formas de consumo através da televisão, do cinema, da propaganda, das redes de *fast food*, entre muitos outros, as diferentes sociedades que recebem essas informações acabam criando vínculos com a mesma.

Assim, as identidades são transformadas, fazendo as pessoas, que consomem esse produto, sentirem-se parte desse estilo de vida. A influência da cultura de massas, com sua padronização e produção em série das artes na sociedade contemporânea, causa, então, um grande impacto nas formas de consumo.

O cinema hollywoodiano, ao fazer-se presente massivamente nos países da América do Sul ao longo do século XX e XXI, age como produto ideológico, mobilizando desejos e privilegiando valores norte-americanos. A distribuição, exibição e visualização de filmes norte-americanos é muito maior do que os filmes nacionais de cada país do Mercosul e, dessa forma, o cinema trabalha como produto da indústria cultural.

Porém, não se pode dizer que não há resistência a essa homogeneização cultural, pois na medida em que as tecnologias ficam mais acessíveis a todos, elas expressam novas possibilidades de escolha, produzindo identidades híbridas que convivem com as identidades nacionais (MACHADO, 2009, p. 90). Nesse contexto, a globalização alavanca um debate muito amplo em torno da construção de identidades, associando a tecnologia ao desenvolvimento econômico e a diversidade cultural.

A economia criativa, analisada na seguinte seção, busca trazer o debate da diversidade cultural e da produção cultural baseada no conhecimento, com o conteúdo criativo e o valor econômico. Dessa forma, essa seção tem como objetivo transformar o termo apocalíptico da indústria cultural, para uma denominação mais humanística chamada de indústrias criativas e verificar diferentes formas de trabalhar o cinema dentro desse panorama.

### 1.2.2 Economia Criativa: a criação e as relações econômicas

A globalização é uma realidade que altera diversos comportamentos da sociedade contemporânea. As influências e atitudes diárias são formadas e transformadas, na mesma velocidade em que as tecnologias avançam e a interconectividade entre as pessoas aumenta. Essa transformação traz novos padrões de consumo e muda, também, a forma com que os produtos e serviços criativos e culturais são criados, produzidos, reproduzidos, distribuídos e



comercializados. Nesse contexto, a criatividade e o talento humano se tornam poderosos instrumentos para o desenvolvimento econômico e a propagação da diversidade cultural. O termo "economia criativa" surge, então, nessas circunstâncias e busca uma junção dos valores econômicos com os valores culturais.

Para a UNCTAD (2010), a economia criativa é

"um conceito em evolução baseado em ativos criativos que potencialmente geram crescimento e desenvolvimento econômico. Ela pode estimular a geração de renda, criação de empregos e a exportação de ganhos, ao mesmo tempo em que promove a inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano. Ela abraça aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com objetivos de tecnologia, propriedade intelectual e turismo. É um conjunto de atividades econômicas baseadas em conhecimento, com uma dimensão de desenvolvimento e interligações cruzadas em macro e micro níveis para a economia em geral. É uma opção de desenvolvimento viável que demanda respostas de políticas inovadoras e multidisciplinares, além de ação interministerial" (UNCTAD, 2010, p. 10).

A economia criativa aparece como uma mudança das estratégias de desenvolvimento mais tradicionais nas determinantes dos termos de comércio e da fabricação industrial, para uma abordagem multidisciplinar, que lida com uma conexão entre a economia, a cultura e a tecnologia, centrada na predominância de produtos e serviços com conteúdo criativo, valor cultural e objetivos de mercado. Nesse novo cenário, a interação entre economia e cultura está sendo reformulada, na perspectiva de que isso possa trazer desenvolvimento em muitos países (DUISENBERG, 2008, p. 58).

Nesta dimensão de desenvolvimento há outro aspecto implícito. A economia criativa está onipresente na vida das pessoas, seja na educação, no trabalho, nos momentos de lazer e entretenimento, através da tecnologia, das artes, da arquitetura, entre muitos outros (DUISENBERG, 2008, p. 61). A economia criativa de hoje também tem um caráter atemporal; o ingrediente para alcançar resultados expressivos é reunir um bom conjunto de medidas, associando o conhecimento tradicional do passado com as tecnologias do presente e uma visão voltada ao futuro. Uma característica adicional é que os valores culturais, junto com a formação histórica e étnica inata dos indivíduos, a essência da diversidade cultural, são tão necessárias hoje para contrabalançar a predominância da homogeneidade de gostos e estilos liderada pela indústria cultural hegemônica (DUISENBERG, 2008, p. 61).

Portanto, a economia criativa é um meio de focar a atenção na atribuição da criatividade enquanto uma força na vida econômica contemporânea, materializando a proposta de que os desenvolvimentos econômicos e culturais não caracterizam um fenômeno separado, mas fazem

parte de um processo maior de desenvolvimento sustentável no qual tanto o crescimento econômico quanto o cultural podem ocorrer simultaneamente (UNCTAD, 2010, p. 10).

As indústrias criativas são a força motora da economia criativa e o cinema se enquadra dentro dessas indústrias. A próxima seção irá conceituar a indústria criativa, verificando onde o cinema está inserido na mesma e, ao final, mostrar os principais números econômicos do setor cinematográfico no Brasil.

#### 1.2.2.1 As indústrias criativas: o coração da economia criativa

Começando a desmistificar o caráter negativo do uso do termo indústria cultural e a entender o câmbio deste para a expressão indústria criativa, é interessante notar que Walter Benjamin, um dos teóricos da Escola de Frankfurt, já tinha uma visão mais positiva do uso da tecnologia na produção da cultura de massa. Neste sentido, esta poderia ser uma fonte de emancipação e libertar o homem moderno das opressões do capital. As análises do autor foram fundamentais para reconhecer que os novos recursos poderiam ampliar a expressão artística, possibilitando novas linguagens e experiências, concedendo, portanto, novas funções para a arte e, do mesmo modo, atualizando o conceito de arte na contemporaneidade (SILVA JUNIOR, p. 8, 2007).

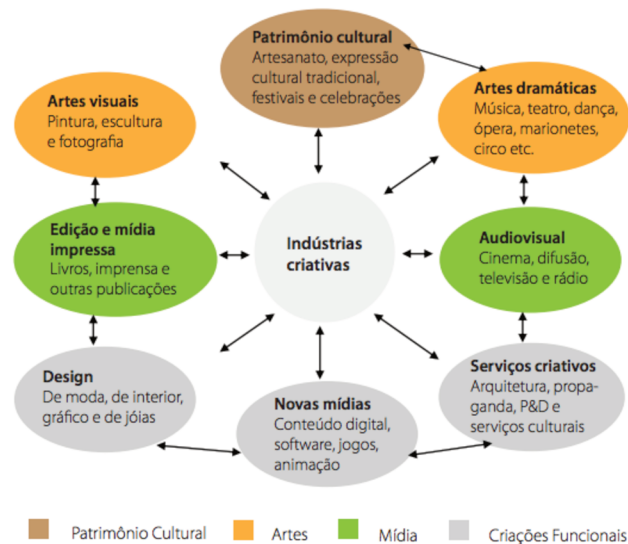
A passagem do termo “indústrias culturais” para o termo “indústrias criativas” aponta para uma nova tentativa de articulação entre os domínios da arte ou cultura, da tecnologia e dos negócios, porém agora com pretensões de ressaltar os aspectos positivos dessa configuração. A indústria criativa é o que dá forma à economia criativa. Ela lida com a interação de vários setores que vão desde o artesanato tradicional até os campos mais voltados à tecnologia e aos serviços.

A definição para as indústrias criativas, segundo a UNCTAD (2010), é de que elas são

"os ciclos de criação, produção e distribuição de produtos e serviços que utilizam criatividade e capital intelectual como insumos primários; constituem um conjunto de atividades baseadas em conhecimento, focadas, entre outros, nas artes, que potencialmente gerem receitas de vendas e direitos de propriedade intelectual; constituem produtos tangíveis e serviços intelectuais ou artísticos intangíveis com conteúdo criativo, valor econômico e objetivos de mercado; posicionam-se no cruzamento entre os setores artísticos, de serviços e industriais; e constituem um novo setor dinâmico no comércio mundial" (UNCTAD, 2010, p. 8).

A UNCTAD (2010) classifica as indústrias criativas em uma divisão de quatro categorias amplas, a saber: patrimônio cultural, artes, mídia e criações funcionais. Estas quatro categorias são, ainda, subdivididas em oito áreas, conforme mostra a figura abaixo.

**Figura 1 – Classificação da UNCTAD para as indústrias criativas**



Fonte: UNCTAD, 2010, p. 8

O grupo de Mídia abrange dois subgrupos de mídia que produzem conteúdo criativo com o objetivo de estabelecer comunicação com grandes públicos. O cinema, juntamente com a televisão, rádio e demais radiodifusões, está inserido em um destes dois subgrupos chamado de Audiovisual (UNCTAD, 2010, p. 8).

A importância da economia criativa e das indústrias criativas neste trabalho é de elucidar a questão de desenvolvimento econômico e cultural através do cinema. Para entender o peso econômico o relatório da Firjan, mostra números relevantes dessa conjuntura. No Brasil, sob a ótica da produção, a indústria criativa é formada por 251 mil empresas, segundo dados de 2013. A indústria criativa brasileira gera mais de R\$126 bilhões ao ano e avançou 69,8% na última década. Em 2013, o Brasil tinha 892,5 mil profissionais criativos, sendo que 50,2 mil profissionais são do setor audiovisual (FIRJAN, 2014, p. 6).

O Audiovisual apresenta forte crescimento nos últimos anos. Segundo a Firjan (2014), de um lado, o surgimento e a disseminação de novas tecnologias têm multiplicado as plataformas de distribuição de conteúdo, e por outro a criação de políticas públicas – Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) e a promulgação da Lei 12.485 – consolidam estratégias

eficientes de inserção do setor (FIRJAN, 2014, p. 37). De acordo com a ANCINE (2016), em 2014, o setor audiovisual movimentou R\$24,5 bilhões na economia brasileira, sendo o cinema responsável por aproximadamente 7% desse montante, apresentando um constante desenvolvimento econômico desde 2007 (ANCINE; 2016; p. 10). O investimento de R\$1,2 bilhão em produções nacionais foi o maior em iniciativas na área já desenvolvida no país (PORTAL BRASIL, 2015).

Ajustar o foco é a forma de deixar mais nítido aquilo que se pretende mostrar. Neste sentido, este capítulo buscou contextualizar onde e em que área da economia criativa o valor econômico e cultural do cinema se enquadra, e qual o diferencial que ele pode trazer nesse contexto da promoção da diversidade cultural. Para regular esse ajuste de foco, foi necessário trazer a discussão sobre os impactos da indústria cultural. Esta pode ser ilustrada na cinematografia através da hegemonia cultural norte-americana, que através do século XX impôs hábitos, costumes e ditou as formas de consumos através de seus filmes. Essa influência norte-americana teve impacto direto no setor audiovisual em todos os outros países, pois a partir do consumo massivo de seu cinema, as sociedades, em geral, tenderam a consumir menos seus produtos nacionais. Com este entendimento, é mais simples analisar o porquê de as rendas e as produções entre filmes nacionais e estrangeiros nos países sul-americanos serem tão assimétricas.

O surgimento da sociedade do conhecimento e das novas tecnologias trouxe um novo padrão de desenvolvimento e economia relacionados com a diversidade cultural, a inovação e a criatividade. A economia criativa propõe, então, a valorização da autenticidade e do intangível cultural único e inimitável, abrindo comportas das aspirações dos países em desenvolvimento em ter um recurso abundante em suas mãos. Nessa lógica, ela tem como insumo a criatividade, em especial a cultura, para gerar localmente e distribuir globalmente bens e serviços com valor simbólico e econômico (REIS, 2015, p. 24).

Assim, as indústrias criativas dão corpo à economia criativa na forma de setores econômicos criativos e o cinema é um dos elementos dessas indústrias. O cinema, assim visto, é uma ferramenta que realça variáveis culturais, étnicas e sociais a partir da criatividade e do olhar humano, e é um vetor de desenvolvimento econômico. O maior desafio relativo ao desenvolvimento da economia criativa nos países sul-americanos é justamente o domínio da indústria cultural. Dessa forma, formular políticas públicas contínuas que tenham o intuito de incentivar o setor são extremamente importantes. O próximo subcapítulo tratará, então, dessas questões acerca das políticas culturais.

### 1.3 FINALIZANDO A PRÉ-PRODUÇÃO

Pôde-se observar que a cultura possui tradições em todas as diferentes sociedades, tendo caráter mutável, ao fazer com que estas possam assumir diversas identidades e reproduzir diferentes concepções acerca das artes, do entretenimento e do pensamento crítico. Nesta seção será analisada a forma em que as políticas culturais se baseiam; o cinema como instrumento de políticas culturais; e, também, o uso da diplomacia cultural como instrumento de política cultural externa.

Para Warnier (2003) as políticas culturais baseiam-se em três constatações. A primeira, é que as indústrias culturais são um ramo importante da economia. A cultura em sentido amplo (educação, comunicações, *know-how*) é um fator de desenvolvimento econômico. O patrimônio cultural, na forma de museus, de monumentos, de locais históricos, é uma dimensão da identidade, mas também pode ser um potencial turístico importante. Assim, fica claro observar o porquê de toda a política econômica comportar um setor cultural (WARNIER, p. 97, 2003).

A segunda constatação é que o setor das indústrias da cultura inclui a mídia. Esta permite que grupos privados e o Estado exerçam controle sobre a comunicação cultural e a informação. A mídia promove ideias, escolhas ideológicas, propaganda política, informações verdadeiras ou mentirosas. Por isso, o desenvolvimento da mídia foi acompanhado de lutas pró ou contra a liberdade de informar, o monopólio estatal, a censura, a desinformação praticada por certos grupos (WARNIER, p. 97, 2003).

A terceira constatação é que a transmissão das tradições culturais apoia-se no patrimônio herdado do passado. Para conservar sua identidade, os grupos e as nações devem manter, cultivar, renovar seu patrimônio. A transmissão cultural está estreitamente ligada à educação. O ensino, sob todas as formas, é um meio de socialização, de acesso à palavra pelo domínio da linguagem e da aprendizagem dos saberes e dos *know-how* fundamentais (leitura, escrita, cálculo, ciências, humanidades, religião, direito) (WARNIER, p. 97-98, 2003).

Esses três aspectos – desenvolvimento econômico; promoção e controle da informação-comunicação; socialização dos indivíduos e transmissão do patrimônio cultural e de identidade – são as bases para explicar a importância de políticas culturais. Estas devem ser formuladas objetivando sobretudo dois fatores importantes e complementares: a democratização da cultura e a diversidade cultural.

O primeiro aspecto visa a garantir o acesso igualitário de todos os indivíduos e grupos aos bens culturais, como forma de corrigir as desigualdades socioculturais. Neste sentido, Chauí (2008, p.65) diz que o Estado deve conceber as políticas culturais como um direito do cidadão

e, portanto, assegurar o direito de acesso às obras culturais produzidas, particularmente o direito de fruí-las, o direito de criar e produzir obras e o direito da participação da sociedade civil das decisões sobre políticas culturais (CHAUÍ, p. 65, 2008).

Canedo (2008, p. 46) argumenta que a democracia cultural defende o equilíbrio entre a difusão e criação, na medida em que tem como objetivos garantir à população o acesso aos bens culturais por meio de serviços públicos e proporcionar meios para que cada grupo possa exercer sua criatividade cultural, buscando o desenvolvimento plural das culturas de todos os grupos. Assim, as políticas culturais devem garantir a autonomia e o funcionamento de grupos culturais que estão alheios ao mercado cultural, como manifestações da cultura popular, artistas experimentais, grupos amadores, etc., tendo como objetivo a valorização das identidades e da diversidade cultural.

Exemplificando esta valorização com a realidade brasileira, Mamberti (2005 apud KAUARK, 2010), diz que

"O conceito de diversidade cultural nos permite perceber que as identidades culturais brasileiras não são um conjunto monolítico e único. Ao contrário, podemos e devemos reconhecer e valorizar as nossas diferenças culturais, como fator para a coexistência harmoniosa das várias formas possíveis de brasilidade. Como o respeito a eventuais diferenças entre os indivíduos e grupos humanos é condição da cidadania, devemos tratar com carinho e eficácia da promoção da convivência harmoniosa, dos diálogos e dos intercâmbios entre os brasileiros – expressos através das diversas linguagens e expressões culturais, para a superação da violência e da intolerância entre indivíduos e grupos sociais em nosso país" (MAMBERTI, 2005, p. 13-14 apud KAUARK, 2010, p. 12-13).

Portanto, para Canedo (2008, p. 48), uma política cultural cidadã deve ser pensada a longo prazo, pois a valorização de um capital simbólico requer tempo. Faz-se necessário o fortalecimento do diálogo entre o governo e a sociedade através da articulação das instâncias de representação com os mecanismos de participação social. Esta necessidade se torna ainda mais evidente quando refletimos sobre política cultural que, como vimos, pressupõe o envolvimento dos poderes públicos e dos grupos comunitários; e deve ter como objetivo satisfazer as necessidades culturais da população e contribuir para algum tipo de ordem ou transformação social (CANEDO, 2008, p.48).

### 1.3.1 A cinematografia e as políticas culturais

Diversas áreas podem compor o setor audiovisual. Para a ANCINE, este compreende a indústria cinematográfica e videofonográfica, isto é: os agentes de produção, distribuição e

exibição dos segmentos de cinema (salas de exibição), TV paga (comunicação eletrônica de massa por assinatura), TV aberta (radiodifusão de sons e imagens), vídeo doméstico, vídeo por demanda e mídias móveis (ANCINE, 2015, p.7).

Neste trabalho, emprega-se o termo cinema como um “quase” sinônimo de audiovisual, tendo em vista que as políticas audiovisuais do Mercosul, exploradas no próximo capítulo dessa monografia, desenvolvem-se apenas em iniciativas relacionadas ao campo cinematográfico. Porém, conforme visto, a terminologia do audiovisual é muito mais ampla do que essa relação adotada.

O cinema passou por diversas mudanças, não só no seu estilo, mas, também, na forma como ele é produzido, distribuído e compreendido no decorrer do século XX até os dias atuais. A influência do cinema, seja na manutenção de identidades ou nas transformações delas, é um assunto que vem sendo cada vez mais estudado por se acreditar em sua relevância para o campo das ciências sociais.

A sétima arte pode ter por função entreter, informar, trazer temas pertinentes para serem discutidos pela sociedade e, ainda, construir pensamentos, hábitos e costumes. Ela é capaz de ter um papel estratégico na disseminação e afirmação das identidades culturais, inserindo-se, assim, no sentido de representar e recriar culturas nacionais, provocando uma reflexão de valores e crenças que constituem uma cultura (SANTOS, 2009, p. 5). Cátia Cilene dos Santos (2009, p. 5) afirma que, “independente da função a que o filme se propõe, seja entreter ou informar, ele sempre carregará em si a visão da cultura que o originou”. Ver filmes é uma prática social tão importante, do ponto de vista da formação cultural e educacional das pessoas, quanto a leitura de obras literárias, filosóficas, sociológicas, entre outras (DUARTE, 2002, p. 17 apud HOLLEBEN, 2011, p. 16).

Holleben (2011), afirma que

"ao contrário da prática televisiva, que se limita a reproduzir sentidos previamente organizados, o filme é dotado de uma capacidade significativa que lhe permite recriar a realidade sob a forma de uma linguagem recorrendo a uma série de processos de reelaboração poética que o transformam num gênero técnico-formal mais voltado para a expressão do que para a comunicação" (HOLLEBEN, 2011, p.16).

De tal forma, a cinematografia enquadra-se como um novo sistema de linguagem no registro da realidade social e instrumento de validade científica, podendo e devendo ser usado na educação escolar. Os filmes passam a ser um espaço de ensino e aprendizagem de fundamental importância para a formação das gerações presentes e futuras (HOLLEBEN, 2011, p. 4).

A política cultural cinematográfica deve conciliar interesses privados, relativos ao modelo de negócio da indústria cinematográfica, e o interesse público, sob o viés da diversidade cultural do cinema. Nas últimas décadas, a tecnologia, a globalização e outros fatores políticos, ideológicos e econômicos motivaram a reestruturação do segmento audiovisual mundial em oposição à avassaladora hegemonia de Hollywood (CANEDO, 2013, p. 75).

O exercício de poderes desiguais no comércio audiovisual internacional limita o acesso equitativo à diversificação da oferta de filmes nas salas de cinema, bem como aos meios de produção. Celso Furtado (1984 apud CANEDO, 2013) aponta que a questão envolve a definição dos povos que poderão exercer o direito à criatividade audiovisual, a contar suas histórias e, desta forma, contribuir para o patrimônio cultural comum; e aqueles povos que terão este direito cerceado, tendo que se conformar com o consumo da produção mercantilizada de Hollywood. A política cinematográfica deve promover, então, a democratização do cinema global (CANEDO, 2013, p. 137).

Diversos movimentos de contrafluxo cinematográfico surgem, a exemplo do ressurgimento do cinema europeu, do crescimento da produção na América Latina e dos casos das cinematografias da Índia e da Nigéria, que inovam o negócio audiovisual (CANEDO, 2013, p. 138). Conseqüentemente, Canedo (2013, p. 138) diz que "a cooperação internacional poderia representar novas possibilidades para a sustentabilidade dos cinemas locais, ou regionais". A cooperação transnacional poderia promover redes formais na qual os Estados nacionais realizariam acordos e políticas com a participação dos atores do mercado enquanto promotores e beneficiários dessas políticas, bem como formadores de redes informais de integração cinematográfica regional (CANEDO, 2013 p. 158).

Em síntese, a cinematografia é um dos meios através do qual um povo enxerga a sua cultura e a de outras comunidades. A partir desta visualização, o indivíduo cria conceitos sobre si mesmo e sobre os outros formando, portanto, sua identidade cultural. Assim como outras tecnologias da comunicação, esse aparato tecnológico exerce enorme influência na vida das pessoas ao disseminar culturas, gravar na vida dos espectadores novos hábitos culturais e com isso transformar com maior ou menor intensidade as culturas nacionais (SANTOS, 2009, p. 5).

### 1.3.2 Diplomacia cultural: cultura e política externa combinam?

A cultura, configurada enquanto construção coletiva, produtora de simbolismos nas relações sociais e, portanto, como sistema de valores, torna-se uma peça influente na política externa dos Estados. A diplomacia cultural é um mecanismo valioso em busca de uma melhor



projeção externa dos Estados, na medida em que ela, juntamente com as dimensões econômica, política e militar, também opera em questões ligadas a negociações comerciais, à propagação da diversidade cultural e a resoluções de conflitos.

Os parâmetros mais amplos que o universo da diplomacia cultural podem abranger, segundo Ribeiro (2011, p. 31), são "o intercâmbio de pessoas; a promoção da arte e dos artistas; o ensino da língua, como veículo de valores; a distribuição integrada de material de divulgação; e o apoio a projetos de cooperação técnica", entre outros. As relações culturais internacionais têm por objetivo desenvolver uma maior compreensão e aproximação entre os povos e instituições em proveito mútuo. A diplomacia cultural seria, por sua vez, a utilização específica da relação cultural para o êxito de objetivos nacionais não somente culturais, mas também políticos, comerciais ou econômicos (RIBEIRO, 2011, p. 33).

Ribeiro (2011) argumenta que

"o intercâmbio cultural, na medida que possibilita a transferência de um povo a outro de experiências, ideias e patrimônios valiosos, prolonga, enraíza, consolida e preserva uma atmosfera que favorece o entendimento. Além de contribuir para minimizar julgamentos por estereótipos, esse processo de transferências em geral reforça sentimentos pacíficos pela própria ideia da universalidade do patrimônio cultural e artístico. Assim, por mais singela que possa ser uma determinada manifestação cultural de um país em outro, por modestos que sejam os eventuais mecanismos de cooperação intelectual, esses momentos sempre reforçarão um certo grau de comunhão, contribuindo para a aproximação dos povos e culturas" (RIBEIRO, 2011, p. 34-35).

A apropriação do termo “diplomacia cultural”, se defende aqui a utilização da difusão cultural não como um fim em si mesmo, mas sim com pretensões de alinhamento aos demais tópicos da política externa (MACHADO, 2012, p. 19). O uso da diplomacia cultural deve, portanto, desempenhar um papel importante na superação de barreiras, na promoção da cooperação e na redução de desconfianças mútuas. Não se pode, porém, ignorar o poder ideológico que ela pode exercer.

Historicamente, países como França, Estados Unidos da América (EUA), Espanha, Inglaterra, Alemanha, Japão, entre outros, já reconheceram o valor da cultura e do uso da diplomacia cultural como instrumento de sua política externa. A relação de cultura e civilização, já descritas na primeira parte deste capítulo, no século XVIII é um bom exemplo de como a França difundiu sua língua e cultura como a língua da nobreza, dos intelectuais, e da civilidade. No contexto da Guerra Fria, os EUA, em meio ao conflito político, ideológico, tecnológico-militar e cultural contra a União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS), conseguiram

efetuar uma das propagandas mais influentes, até os dias atuais, de sua cultura com o conhecido "*american way of life*".

O "*american way of life*" foi uma forma de influência norte-americana que transpassava as fronteiras políticas e econômicas. Surgido com as novas formas de consumo no cenário de pós-crise de 1929, foi globalmente difundido ao longo do século XX, através de filmes, rádio, TV, quadrinhos, entre outros, fazendo com que as sociedades de outros países se comportassem de acordo com os modos de vida norte-americano.

Este é um exemplo claro de *soft power* exercido por um Estado. O *soft power* é um conceito introduzido por Joseph Nye (1990) e sua definição pode ser explicada como a atração de um Estado pelo outro, através de suas culturas, valores, pensamentos, políticas domésticas, etc. Essas ferramentas são essenciais para aumentar a capacidade do poder de convencimento do Estado que o utiliza.

O *soft power*, então, se utiliza da persuasão e da atração, e tem como seu o instrumento a atração cultural e a atração por valores políticos e ideológicos. O Estado deve projetar sua cultura e sua ideologia servindo de marco para que os outros países o acompanhem em suas ações. Dessa forma, com o avanço da globalização, a cultura e o *soft power* passam a ser mais importantes para as relações internacionais do que o *hard power*<sup>3</sup>, no sentido de que o país que almeje uma liderança política deve buscá-la por meio da atração, da legitimidade e da credibilidade internacional. (BIJOS; ARRUDA, 2010, p. 48).

Nesse quadro, a diplomacia cultural não pode ter como objetivo principal promover o país ou suas relações, mas criar uma imagem ou marca do país. A diplomacia cultural não visa a atingir resultados culturais, econômicos, ou políticos de curto prazo, nem ao retorno aos investimentos realizados. Seu grande desafio é construir imagens positivas e atraentes dos países ou dos blocos regionais, que articulem de forma consistente e moderna seus capitais culturais e os projetos de desenvolvimento e cooperação (SOARES, 2008, p. 58).

Conforme será visto no próximo capítulo, as questões culturais no Mercosul surgiram após a formulação estritamente econômica do bloco. Os patrimônios culturais dos países que fazem parte desta integração devem ser utilizados de forma eficiente como instrumentos de construção de vínculos, de confiança e de cooperação entre essas sociedades.

Merece destaque neste momento da pesquisa uma das características mais marcantes na agenda política dos governos progressistas eleitos no início da década de 2000: buscar uma maior aproximação com os vizinhos da América do Latina por meio de uma integração regional.

---

<sup>3</sup> *Hard power* é uma ferramenta de coerção direta dos Estados através do poder militar e econômico.

O presidente Luis Inácio Lula da Silva, em seu discurso em 2002, logo após ser eleito disse: “queremos impulsionar todas as formas de integração da América Latina que fortaleçam a nossa identidade histórica, social e cultural” (LULA DA SILVA, 2002).

Tendo em vista a busca pela legitimação do seu status de *global player*, o Brasil utiliza o *soft power* na construção de sua liderança regional. Dessa maneira, é necessário que a política externa multiplique seus canais de atuação. A diplomacia cultural surge como uma ferramenta indispensável para fortalecer tal posicionamento, na medida em que ela também dialoga com os demais pilares das relações internacionais – o político, o econômico e o militar – e seus possíveis ganhos (RIBEIRO, 2011).

Portanto, como afirmou o ex-ministro da cultura Gilberto Gil (2007 apud FERREIRA 2015, p. 5), a política cultural para o exterior deve ser praticada pelo Brasil no combate às assimetrias regionais. Além do que, no que diz respeito ao contexto do Mercosul, devido às proximidades históricas e culturais, as políticas culturais e a diplomacia cultural poderiam criar ambiente favorável ao aprofundamento da própria integração regional, podendo, assim, chegar a atender aos interesses brasileiros na região (FERREIRA, 2015, p. 5).

Dado o elevado grau de entrelaçamento da cultura, das identidades, da indústria da economia e da política, o cinema pode ser trabalhado como um instrumento na transmissão de valores culturais, fixação de identidades sociais e aspiração das identidades coletivas, gerando também renda e emprego. Nesse contexto, a diplomacia cultural pode trabalhar o uso da cinematografia na capacitação técnica promovendo intercâmbios de conhecimento, apoiando a realização de eventos em esfera internacional e incentivando projetos de coproduções internacionais.

#### 1.4 CONCLUSÕES PARCIAIS

Tendo como base o exposto neste capítulo, pode-se dizer que a cultura é um produto coletivo da vida humana, uma totalidade complexa feita de normas, de hábitos, de repertórios de ação e de representação, adquirida pelo homem enquanto membro de uma sociedade. Conforme visto em Hall (2005), à medida que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, cria-se uma infinidade de identidades possíveis. A globalização estabelece uma nova relação entre diferentes culturas, atingindo diretamente as identidades culturais de cada povo. No contexto da indústria cultural apocalíptica, as identidades podem ser moldadas de acordo com a influência da padronização e produção em série das artes na

sociedade contemporânea. Esta indústria difunde formas de comportamento e hábitos de consumo.

Conforme visto, não se pode afirmar que não há resistência à indústria cultural. O avanço da tecnologia aumenta o acesso das pessoas às ferramentas para a produção cultural, que são de extrema relevância para demonstrar potenciais estéticos, políticos e culturais. A economia criativa, que tem a indústria criativa como sua força motriz, surge como um meio de atribuir a criatividade uma força na vida econômica contemporânea, juntando assim os valores culturais e os valores econômicos. Neste ambiente, ela é uma ferramenta que enfatiza a pluralidade cultural, a partir da criatividade e do olhar humano, e é também um vetor de desenvolvimento econômico.

As políticas culturais devem ser formuladas defendendo a difusão e a criação, garantindo à população o acesso aos bens culturais, proporcionando meios para que cada grupo possa exercer sua criatividade cultural, tendo como objetivo a valorização das identidades e da diversidade cultural. A cinematografia, analisada tendo diversas funções, é um meio que provoca reflexão de valores e crenças que constituem as diferentes culturas. Políticas de cooperação cinematográfica internacional podem trabalhar no sentido de representar novas responsabilidades para a sustentabilidade dos cinemas locais e regionais frente à grande hegemonia cultural.

Para uma integração regional mais forte, os Estados possuem funções primordiais na construção de processos de aproximação internacional, por conseguinte, a diplomacia cultural desempenha um papel importante na superação de barreiras, na promoção da cooperação e na redução de desconfiança entre países. Uma forte diplomacia cultural deve agir conjuntamente com agentes culturais, sejam eles cientistas, intelectuais, produtores de cinema, artistas, diplomatas, entre outros. O cinema, trabalhado na diplomacia cultural, pode auxiliar a construção de uma identidade coletiva. Sob a lógica de hibridismo identitário, a sétima arte pode contribuir para, além de um resultado artístico, uma fonte de criatividade, intercâmbio de ideias e um sentimento de pertencimento local.

O presente capítulo teve como objetivo acender a luz do trabalho e ajustar a câmera, fazendo um levantamento das principais questões de cultura e identidade, desenvolvendo a transformação da indústria cultural para a indústria criativa e examinando o papel das políticas culturais como forma de acesso democrático da cultura e valorização das múltiplas culturas. Essa luz cultural e identitária serve de reflexão para ressaltar que esse tema é extremamente importante para a integração regional do Mercosul.

## 2 ... AÇÃO – A INTEGRAÇÃO CULTURAL DO MERCOSUL

O momento histórico do cinema, não só do brasileiro, mas do latino-americano em geral, que trouxe alternativas à grande indústria dos Estados Unidos foi conhecido como o Cinema Novo. Seu pensamento é de grande relevância para esta parte do trabalho, pois foi o primeiro grande momento em que os cineastas de toda a América Latina reuniram-se para debater o futuro do cinema da região. Segundo Lillo e Albino (1998), os anos 1960 inauguram um novo cinema, comprometido politicamente e socialmente, que é fundamental na história do cinema latino-americano. É um fenômeno da época, junto com os múltiplos movimentos culturais que começam a se desenvolver com grande força, tais como o surgimento da sociologia do subdesenvolvimento, a teoria da dependência, a pedagogia do oprimido, entre outros (LILLO e ALBINO, 1998, p. 48).

Glauber Rocha, um dos principais cineastas brasileiros no período do Cinema Novo, disse já no começo dos 70 que o

“nosso cinema é novo porque o homem latino-americano é novo, a problemática é nova e nossa luz é nova, por isso nossos filmes são diferentes. O cineasta do futuro deverá ser um artista comprometido com os grandes problemas de seu tempo. Queremos filmes de combate na hora do combate” (LITTÍN, 2006).

Apesar desta fase de questionamento e crítica à hegemonia norte-americana no cinema latino-americano, hoje em dia, segundo Janaína Carvalho Silva (2015), os países latino-americanos ainda sofrem com uma forte penetração do mercado cinematográfico dos EUA, o que dificulta a articulação desse bem cultural entre países latino-americanos (SILVA, 2015, p. 9).

O panorama da formação do Mercosul tem como precedente histórico a redemocratização dos governos da América do Sul e as dificuldades econômicas enfrentadas na década de 80. Outros setores da integração regional, como o da cultura, por exemplo, ganham espaço gradativamente após esse arranjo econômico proposto. Dessa forma, as políticas culturais foram integradas na agenda do bloco no fim dos anos 1990. Já o cinema ganha reconhecimento nesse processo de integração cultural em dezembro 2003 com a formação da RECAM. O Brasil, em função das características econômicas, populacionais, geográficas, etc., assume a posição de líder do bloco e busca, principalmente a partir da década de 2000, fortalecer os laços com os países vizinhos através de políticas não só de natureza econômica, mas também

cultural, sobretudo com políticas cinematográficas que promovam a diversidade cultural e objetivem a construção de uma identidade coletiva.

A partir disto, este capítulo busca, em sua primeira parte, olhar como as integrações regionais são formadas, analisando, também, o peso que a cultura e as identidades têm na construção desses lugares; fazer uma análise política e histórica dos antecedentes da formação do Mercosul; e discutir a evolução das políticas culturais dentro desta instituição sul-americana. Em um segundo momento, discute-se o momento atual do cinema nos países que fazem parte do Mercosul; investiga-se a cinematografia dentro das questões econômicas, sociais e culturais destes países; assinala-se a evolução das políticas audiovisuais dentro do bloco; e verifica-se os principais projetos da RECAM. Por fim, o capítulo foca no Brasil, abordando: a. os órgãos do governo brasileiro competentes na formulação de políticas cinematográficas internacionais; b. os principais projetos, ações e leis de incentivo no setor audiovisual, observando quais deles estimulam a coprodução entre países do Mercosul; e c. o papel da sociedade civil brasileira nas políticas culturais cinematográficas de integração com a criação e desenvolvimento do FAM.

## 2.1 APRESENTANDO OS ATORES

As Organizações Internacionais (OIs) se consolidaram no século XX como importantes atores das Relações Internacionais. De acordo com Karine de Souza Silva (2003, p. 13), "a multiplicação das organizações internacionais de integração regional representa um esforço civilizatório por parte dos Estados no sentido de institucionalizar uma cooperação permanente e voluntária para fins pacíficos, por meio da derrubada das fronteiras físicas". Problemas de cunho econômico, social e ambiental que ultrapassam a escala local e não se restringem às fronteiras nacionais passam a exigir a mobilização conjunta de diferentes Estados. Estes, por sua vez, devido ao estágio atual da globalização, perdem progressivamente sua capacidade de delinear e concretizar políticas públicas próprias, conduzindo à formação de instâncias de poder internacionais e até supranacionais (SILVA, 2013, p.18). Assim, novos atores transnacionais aparecem em forma de blocos regionais, como a UE, Mercosul, União Africana (UA), etc.

A formação desses acordos opera a partir de interesses predominantemente econômicos, objetivando o desenvolvimento e a melhor inserção da região na sociedade internacional (SILVA, 2013, p.25). Além dos estímulos econômicos, a integração é motivada pela interdependência política que promove a interação de atores nacionais e subnacionais, públicos e privados e cria instituições permanentes comuns que são capazes de tomar decisões juridicamente vinculantes para Estados particulares (SILVA, 2013, p.26).

A integração regional, às vezes denominada de regionalismo, consiste em um processo formalizado e conduzido a partir do Estado. Em contraste, a regionalização – ou aumento da interdependência intraregional – é um processo informal através do qual se incrementam os fluxos de intercâmbio entre um conjunto de países territorialmente contíguos. Este processo pode promover a integração formal que, por sua vez, pode retroalimentá-lo, mas seu motor principal não reside no Estado, mas sim no mercado e, secundariamente, na sociedade civil (SILVA, 2013, p. 26). Assim, a integração distingue-se da cooperação intergovernamental. Esta se destina a promover ações conjuntas, ainda que com objetivos diferenciados, para minimizar as discriminações entre atores estatais. Já a integração visa a suprimir a discriminação transformando os objetivos singulares em meta única (SILVA, 2013, p. 26).

A integração regional adquire uma conotação muito significativa no campo econômico. Ela tem sido apontada como remédio necessário para a sobrevivência dos Estados no sistema mundial, caracterizado por profundas e constantes alterações e pelos diferentes graus de polarização econômica, política, comercial e tecnológica (SILVA, 2013, p.34).

É bem verdade que, de modo geral, as integrações regionais iniciam-se devido ao caráter econômico, porém, para Silva (2003, p. 17), a "integração regional pode desenvolver cooperação em distintos campos de atuação: político-institucional, social, cultural e econômico". Assim, o fenômeno de integração regional possibilita a circulação dos fatores de produção, da informação, de padrões culturais e de tecnologias. Do mesmo modo, promove a interação política e social entre os países e povos (SILVA, 2013, p. 36-37).

Entrando no contexto social, as questões de cultura e identidade, segundo Riggiozzi e Tussie (2012),

"denotes two sets of dynamics: first, a sense of identity and belonging of state and non-state actors to a particular region based on shared values, norms and institutions that govern their interaction and the ways they perceive themselves within a common polity (self-recognition). Second, regionness denotes cohesive action towards the outside (recognition by others). In other words, the idea of region as defined by its level of regionness has been portrayed by who defined regionness in terms of organized social, political and economic trans-border relations (material foundations of regionalism), supported by a manifested sense of belonging, common goals and values (symbolic foundations), and institutions and regulations that enhance the region's ability to interact autonomously in the international arena (external recognition as an actor) (RIGGIROZZI e TUSSIE, 2012, p. 5)."

Segundo Moneta (2006 apud CANEDO, 2014, p. 115), os investimentos em cultura no âmbito regional se baseiam em duas justificativas. A cultura pode tanto ser um recurso do processo de construção da identidade regional e do sentimento de pertencimento a uma região, quanto um recurso utilizado na construção imaginada da região enquanto zona de

pertencimento, portanto um espaço cultural regional (MONETA, 2006 apud CANEDO, 2013, p. 115).

A tendência à fluidez identitária do homem pós-moderno pode ajudar a entender como as identidades regionais são capazes de ser formadas. Como dito anteriormente, em Hall (2005), a identidade, no mundo contemporâneo, é transformada de acordo com o modo o qual o indivíduo é abordado pelo sistema cultural. Da mesma forma que os meios de comunicação e as tecnologias da informação quebram as barreiras físicas para o intercâmbio cultural global, podem também cooperar na ressignificação do local (neste caso, do regional construído) e na construção do imaginário coletivo (ORTIZ, 1994; APPADURAI, 2004 apud CANEDO, 2013, p. 118).

Assim, segundo Canedo (2014, p. 118), “o projeto integracionista depende da criação de um imaginário social coletivo”. De acordo com Moneta (2000 apud CANEDO, 2014), é um processo de longo prazo, que demanda ação política deliberada, ampla participação da sociedade civil, além da ampliação dos canais entre os povos. Conseqüentemente, a identidade cultural não é alheia ao poder político. Construir identidades subregionais e regionais exige um enorme esforço consciente, ou melhor, políticas ativas (MONETA, 2000, p.333 apud CANEDO, 2013, p. 118).

Em suma, as integrações regionais surgem como forma de reorganização dos Estados, no sentido de que as políticas locais, no mundo globalizado, transcendem fronteiras. Os Estados cooperam, podendo se integrar com políticas e normas conjuntas, dando origem a um bloco regional concreto, objetivando tanto o desenvolvimento interno, quanto o desenvolvimento de sua região perante a sociedade internacional. As identidades, nesse cenário, trabalham como forma de relação e reciprocidade entre a sociedade e Estados formadoras destes blocos. Elas podem construir o sentimento de pertencimento desse local, reforçando os laços entre estes países. Para fomentar o que foi dito, são necessárias políticas de longo prazo, que necessitam ação de todas as esferas que compõem uma sociedade. A cultura, neste quadro, pode ser utilizada como forma de impulsionar o intercâmbio entre os países, o desenvolvimento econômico e tecnológico e auxiliar a formação da identidade mercosulina.

As próximas seções do capítulo buscam contextualizar a formação do Mercosul, como é a configuração atual do bloco e descrever o momento em que as questões culturais entraram na agenda do bloco. No primeiro momento, busca-se fazer uma narrativa histórica da redemocratização e das dificuldades econômicas enfrentadas pelos países da América do Sul para, em seguida, apresentar como o Mercosul foi formado e sua composição atual. Após essa exposição, será exibido o processo evolutivo das políticas culturais do bloco.



### 2.1.1 Um lugar para chamar de nosso: Mercosul

O Mercosul é um dos casos mais bem-sucedidos de integração regional já formulados na América do Sul. A construção do bloco não foge à tendência inicial de formação de uma integração com base em processos econômicos. A seguinte seção fará um recorte do antecedente histórico da formação do Mercosul. Não será feita uma análise detalhada do período, porém uma contextualização sobre o tema é necessária, pois somente a partir dessa implementação é que os governos buscarão se apoiar em causas sociais, como a cultura e a construção de uma identidade coletiva mercosulina, na busca do desenvolvimento de um bloco mais integralizado. Em um segundo momento, serão examinados os países e as bases que formam o Mercosul para, ao final, focar na evolução das políticas culturais do bloco.

#### 2.1.1.1 Antecedentes e a formação do Mercosul

A relação entre Brasil e Argentina é um dos grandes definidores dos limites, possibilidades, tentativas, erros e acertos em processos de integração na América do Sul e deverá, por sua perspectiva histórica, continuar a definir as linhas gerais do Mercosul (COSTA, 2013, p. 203). Segundo Rogério Santos da Costa (2013, p. 203), as interações "destes dois países e as suas relações com as grandes potências estabeleceram as bases da formação e desenvolvimento nacional e regional".

Na década 1980, em um cenário de redemocratização, tanto o Brasil, quanto a Argentina, enfrentaram enormes dificuldades financeiras. No Brasil, ainda na primeira metade do período, os 10% mais ricos concentravam em suas mãos cerca de 46% da renda nacional, enquanto mais de 64% dos brasileiros resvalavam para a miséria ou extrema pobreza. A renda *per capita*, até 1985, da ordem de US\$ 1.852 era ainda inferior à da Argentina (US\$1.971). Contudo, o regime militar brasileiro, ao contrário do que ocorrera na Argentina, Chile e Uruguai, impulsionara o processo de industrialização e fez o Brasil alcançar um nível de desenvolvimento maior que esses outros países, convertendo-se na oitava maior economia do sistema capitalista mundial (BANDEIRA, 2010).

A Argentina, nos anos de governo militar, sofreu um enorme retrocesso em sua economia. O Produto Interno Bruto (PIB) pouco cresceu, a renda *per capita* diminuiu e seu mercado interno sofreu alta retração. O contexto externo também contribuiu com este quadro. As elevadas taxas de juros, o protecionismo comercial e a queda dos preços dos produtos agrícolas nos EUA foram algum dos fatores que contribuíram para engravescer ainda mais a

crise na Argentina. A partir desses atritos e em consequência da Guerra das Malvinas, a Argentina, sem mais condições de competir econômica e politicamente pela liderança da América do Sul, voltou-se para o Brasil (BANDEIRA, 2010).

Este cenário propiciou uma aproximação para a integração. Os esforços de José Sarney e Raúl Alfonsín, presidentes do Brasil e da Argentina respectivamente, para constituir o *Zollverein*<sup>4</sup> a partir de um projeto integrado de produção, comércio e desenvolvimento tecnológico do setor de bens de capital, fornecimento de trigo, complementação do abastecimento alimentar e expansão gradual, sustentada e equilibrada do comércio, com apoio à exportação do país deficitário, visaram a possibilitar que o Brasil e a Argentina alcançassem maior autonomia e independência em relação ao mercado mundial, mediante a crescente unificação dos seus espaços econômicos (BANDEIRA, 2010).

Em 29 novembro de 1988, foi assinado o Tratado de Integração, Cooperação e Desenvolvimento, mediante o qual os dois países se comprometeram a constituir uma área de livre comércio no prazo de dez anos. Essa aproximação, segundo Costa (2013, p. 204), “foi regida por princípios de gradualidade, flexibilidade, simetria e equilíbrio, e que viriam a se consolidar no próprio Mercosul, com repercussões na sua estrutura institucional”.

O período de 1989 e 1991, segundo Caballero (2009),

"supone un punto de inflexión en muchos sentidos. Las victorias electorales de los neoliberales Menem en Argentina y Collor de Melo en Brasil, favorecidas por las crisis económicas internas y por una coyuntura internacional propicia a las medidas neoliberales emanadas del Consenso de Washington<sup>5</sup> y del cambio paradigmático invocado a raíz de la caída del bloque soviético, suponen un estrechamiento de los lazos binacionales, pero con especial preponderancia por lo económico" (CABALLERO, 2009, p. 7).

Com isso, no início dos anos 1990, os presidentes Fernando Collor e Carlos Menem da Argentina assinaram a Ata de Buenos Aires, que tinha como objetivo a criação de um Mercado Comum, não mais uma área de livre comércio, para 1995, uma ambição maior e três anos antes do prazo inicial pensado em 1988. Em 26 de março de 1991 é assinado o Tratado de Assunção criando o Mercosul em 1995, que inclui o Uruguai e o Paraguai (COSTA, 2013, p. 204).

<sup>4</sup> *Zollverein* é o nome da aliança aduaneira que teve como objetivo trazer a liberdade alfandegária aos 38 estados alemães que compunham a Prússia (SOUSA, 2016).

<sup>5</sup> De acordo com Bandeira (2010), o Consenso de Washington resume-se à recomendação de que o Estado se retire da economia, quer como empresário quer como regulador das transações domésticas e internacionais, a fim de que o mesmo se submetesse às forças do mercado.

### 2.1.1.2 Mercosulinos: os atores e a configuração atual do bloco

O Mercosul encontra seu marco institucional no Protocolo de Ouro Preto (POP), assinado em dezembro de 1994. O POP formula a arquitetura jurídica institucional e outorga personalidade jurídica de direito internacional ao bloco, atribuindo-lhe, assim, competência para negociar, em nome próprio, acordos com terceiros países, grupos de países e organismos internacionais (GONZALES; DONISA, 2010, p. 46)

Atualmente são membros plenos do Mercosul: Brasil, Argentina, Uruguai, Paraguai e Venezuela. São Estados Associados<sup>6</sup>, a Bolívia (em processo de adesão ao bloco), o Chile, o Peru, a Colômbia e o Equador. De acordo com o *site*<sup>7</sup> institucional do Mercosul, a Guiana e Suriname se tornaram Estados Associados em 2013. Assim, todos os países da América do Sul fazem parte do Mercosul. O bloco ainda conta com dois membros observadores<sup>8</sup>: México e Nova Zelândia.

O bloco é um órgão intergovernamental baseado na reciprocidade política e na igualdade de direitos e obrigações entre os Estados-Membros. Estes se encontram representados por distintos agentes dos poderes executivos (organizados em seções nacionais), os quais respondem aos interesses de seus respectivos países. Outro caráter que serve para ilustrar essa intergovernamentalidade é o fato de que as decisões se tomam por consenso de todos os seus membros. Assim, todos os integrantes têm a mesma capacidade de voto e veto (GOZALES; DONISA, 2010, p. 46).

Na estrutura do Mercosul, existem três órgãos principais. Segundo Daniele Canedo (2013),

"o Conselho Mercado Comum (CMC) é o órgão político responsável pelo processo de integração regional e pela representação jurídica do bloco em questões externas. O Grupo Mercado Comum (GMC) é o órgão executivo, responsável por elaborar e executar os planos de trabalho do bloco e pelos acordos com terceiros. Por fim, o Parlamento do Mercosul (Parlasul) é o órgão de representação civil" (CANEDO, 2013, p. 124).

<sup>6</sup> Os Estados Associados são aqueles membros da Associação Latino-Americana de Integração (ALADI) com os quais o MERCOSUL subscreve acordos de livre comércio, e que posteriormente solicitam ser considerados como tais. Os Estados Associados estão autorizados a participar nas reuniões de órgãos do MERCOSUL que tratem de temas de interesse comum. Essa é a situação atual do Chile, Colômbia, Equador e Peru (MERCOSUL, 2016).

<sup>7</sup> Disponível em: <<http://www.mercosul.gov.br/saiba-mais-sobre-o-mercopol>>. Acesso em: 30 out. 2016.

<sup>8</sup> Um membro observador é aquele que apenas participa das reuniões do bloco, no sentido de melhor acompanhar o andamento das discussões, mas sem poder de participação ou voto (PENA, 2016).

O Mercosul, nos últimos anos, tem se orientado para fortalecer, além do mercado comum, a dimensão social da integração e desenvolver programas de integração produtiva para nivelar as condições de competitividade entre os países sócios, buscando diminuir as assimetrias da região. Assim, segundo Gil e Paikin (2013),

"los temas sociales han tenido mayor lugar en las cumbres presidenciales y se ha dado mayor divulgación a las reuniones de ministros sobre temas de justicia, género, niñez, seguridad y educación, entre otros, aunque sus resultados prácticos han sido limitados y en general han adoptado la forma de acuerdos de cooperación" (GIL; PAIKIN, 2013 p. 21).

Complementando, Gonzales e Donisa (2013) dizem que nos anos 2000 o Mercosul sofre um estancamento em sua dimensão econômica-comercial, principalmente devido às crises econômicas sofridas pelos seus dois maiores sócios: Argentina e Brasil (GONZALES; DONISA, 2013, p. 48). Após essas crises, o bloco protagonizou um processo de ressurgimento, sobretudo devido à eleição dos governos de Luís Inácio Lula da Silva e Néstor Kirchner. Estes vão aprofundar campos que vão além desse intercâmbio econômico e comercial. Em especial, foram os aspectos sociais e políticos que ganharam um lugar de maior hierarquia a nível regional. Assim, os quatro países do bloco acionaram diversas redes de organizações sociais que impulsionaram uma mudança neste processo (GONZALES; DONISA, 2013, p. 48).

A busca de uma identidade coletiva no bloco começa a ganhar forças e, como forma de ilustrar este fato, em 2003 o presidente Lula na Bienal do Mercosul pronuncia que

"o Mercosul que nós acreditamos não é o Mercosul eminentemente comercial. O Mercosul que queremos tem que ser comercial, político, econômico, social e cultural. Porque somente assim ele se tornará forte e competitivo com outros blocos econômicos criados no mundo. (...). Pela arte afirmamos nossas personalidades individuais e fortalecemos nossa identidade coletiva. O conjunto acaba sendo maior que as partes" (LULA DA SILVA, 2003).

Assim, este discurso oficial de Lula coloca a cultura e a concepção da construção de uma identidade coletiva como uma via de estreitamento de laços para o alcance de objetivos maiores, como intensificar, ainda mais, o Mercosul. As artes e, no caso desse trabalho, o cinema, podem ser arquitetados neste sentido. O próximo item deste subcapítulo discutirá sobre a evolução das políticas culturais do Mercosul, como forma de contextualizar os arranjos organizacionais e institucionais do bloco em busca dessa identidade.

### 2.1.2 O processo evolutivo das políticas culturais do Mercosul

O artigo número 1 do Tratado de Assunção de 1991, firmado por Brasil, Argentina, Uruguai e Paraguai, diz que o objetivo principal desses países era formar o Mercado Comum do Sul, considerando “a ampliação dos mercados nacionais uma condição fundamental para acelerar seus processos de desenvolvimento econômico com justiça social”. A previsão era de que este acordo implicaria a livre circulação de bens, serviços e fatores produtivos, uma Tarifa Externa Comum (TEC) e uma política comercial comum, que coordenariam as políticas macroeconômicas e setoriais nas áreas econômicas, comerciais e produtivas, e harmonização das legislações destes países (GIL e PAIKIN, 2013, p. 19).

Hugo Achugar (1994, p. 216) problematizou a questão puramente comercial da integração do Mercosul dizendo que “o caráter econômico da integração explica o fato de que não haja referências à cultura e a políticas culturais no Tratado de Assunção de 1991”. Somente em 25 de agosto de 1992 ocorreu a primeira reunião de secretários e autoridades culturais da região. Em sua ata de reunião, as autoridades nacionais anunciaram estar convictas da necessidade de incluir a cultura nos projetos do bloco, tendo em vista que a cooperação cultural “asseguraria ao processo de integração do Mercosul bases sólidas e estáveis, alicerçadas no entendimento decorrente do conhecimento e apreciação mútua das respectivas culturas” (MERCOSUL/GMC/RES. Nº 34/92, 1992). De acordo com Canedo, Loiola e Pauwels (2015), este primeiro encontro resulta na criação da Reunião Especializada sobre Cultura (REC), que teria como objetivo desenvolver iniciativas para promover a difusão cultural e estimular o conhecimento mútuo (CANEDO; LOIOLA; PAUWELS, 2015, p. 4).

Segundo Soares (2008, p. 54) “diferentemente de países como a França, Itália, Alemanha, Espanha e México, os países do Mercosul consideraram a cultura como um fator coadjuvante da política, demora-se para ocorrer o primeiro encontro da REC”. Assim, este encontro só acontece quase três anos depois da reunião de 1992, em março de 1995. Nesse, produz-se o Memorando de Entendimento, que foi o primeiro documento dedicado à integração cultural do Bloco. Na ata do segundo encontro da REC, em agosto de 1995, são apresentadas diversas recomendações para a realização de ações conjuntas em áreas culturais prioritárias, porém o documento não faz referência a nenhuma verba orçamentária ou a programas que executariam as ações propostas. Ainda neste encontro, foi criada a Reunião de Ministros da Cultura (RMC), em substituição à REC. Essa estava na estrutura institucional do GMC, que como dito anteriormente tem função executiva. A RMC passou a ser ligada ao CMC, responsável pela condução política (CANEDO; LOIOLA; PAUWELS, 2015, p. 4-5).

Houve duas reuniões da RMC em 1996. A primeira propôs, mais uma vez, ações, recomendações de projetos e iniciativas, sem o estabelecimento de dotações orçamentárias nem de responsáveis institucionais para a realização das ações culturais. Porém, na segunda reunião de agosto de 1996, foi proposta a assinatura do Protocolo de Integração Cultural do Mercosul, que se tratava de um compromisso formal dos Estados-Partes sobre o papel que a cultura deveria exercer no processo de integração da região. Importante salientar que neste mesmo encontro cria-se ainda o Parlamento Cultural do Mercosul (Parcum), formado pelos legisladores das Comissões de Cultura dos parlamentos nacionais, que tem como objetivo trabalhar na harmonização das legislações culturais nacionais (CANEDO; LOIOLA; PAUWELS, 2015, p. 5).

O Protocolo de Integração Cultural (1996) apresenta uma série de benefícios que seriam decorrentes da dimensão da integração cultural. O documento enuncia que os Estados acordam o protocolo,

"conscientes de que a integração cultural constitui um elemento primordial dos processos de integração e que a cooperação e o intercâmbio cultural geram novos fenômenos e realidades; inspirados no respeito à diversidade das identidades e no enriquecimento mútuo; e cientes de que a dinâmica cultural é fator determinante no fortalecimento dos valores da democracia e da convivência nas sociedades" (MERCOSUL, 2011, p. 286).

As políticas culturais formuladas em âmbito cinematográfico serão discutidas na seção 2.2 *Mercosul, O Filme*, mas é importante descrever que já em 1996, em seu Artigo III, o RMC se preocupa em pronunciar que,

"os Estados Partes favorecerão produções para cinema, vídeo, televisão, rádio e multimídia, sob o regime de coprodução e codistribuição abrangendo todas as manifestações culturais" (MERCOSUL, 2011, p. 286).

As Reuniões de Ministros da Cultura acontecem duas vezes por ano. Entre 1996 e 2016.1, foram realizados 40 encontros. Entre as principais ações propostas pelo RMC, pode-se destacar o Selo Mercosul Cultural, que teria por objetivo promover a circulação temporária de obras culturais da região, identificando os bens destinados à exibição ou utilização em eventos culturais aprovados pelo bloco para facilitar a circulação aduaneira. Porém, em 2015, quase 20 anos depois, o selo ainda não funciona como deveria. Os trâmites burocráticos e as distintas legislações de salvaguarda do patrimônio de cada Estado-parte dificultam a completa execução do projeto (CANEDO; LOIOLA; PAUWELS, 2015, p. 5).

Outra iniciativa é o Sistema de Informação Cultural do Mercosul (SICSUR), que é uma

base de dados sobre a cultura dos países do Cone Sul. Proposto desde os primeiros encontros de cultura no bloco, o projeto começou a ser realizado em 2006. Foram realizados seminários sobre sistemas de informações culturais para identificar as diferenças nas metodologias de levantamento de indicadores utilizadas em cada país. Desde 2009, as informações da base de dados podem ser acessadas gratuitamente na internet (CANEDO; LOIOLA; PAUWELS, 2015, p. 5-6).

Em 2008, a RMC aprovou a Declaração de Integração Cultural do Mercosul, que é um documento de reafirmação do compromisso dos Estados-Partes com o Protocolo de Cultura de 1996, refletindo as discussões sobre a diversidade cultural vigentes no período. Por fim, somente em 2010, os ministros da RMC aprovam a criação do Fundo Mercosul Cultural. Na pauta do órgão desde 2003, o fundo destina-se a custear projetos e programas que possam colaborar no fortalecimento do processo de integração do Mercosul. Em 2011, foi aprovado o orçamento anual de 1 milhão para o Fundo. A composição do orçamento segue as cotas estabelecidas pelo Mercosul: Argentina, 27%; Brasil, 70%; Paraguai, 1% e Uruguai, 2% (CANEDO; LOIOLA; PAUWELS, 2015, p. 6). Até a data da elaboração desta monografia, não aparece em nenhum registro a porcentagem da participação da Venezuela no orçamento.

Assim, essa primeira parte do capítulo buscou analisar a concepção da integração regional, que representa um esforço por parte dos Estados na criação de uma cooperação permanente e voluntária para fins pacíficos. Este é um processo que deve ser incentivado, dado o caráter multipolar do sistema internacional, pois traz vantagens e benefícios para os países participantes, na medida em que tenta aperfeiçoar a união aduaneira e equacionar as diversas assimetrias da região.

Conforme verificado, o Mercosul, devido à conjuntura da década de 1980, encarou sua integração, no primeiro momento, sob uma forma de intercâmbio puramente econômico-comercial. Outros temas começaram a ser discutidos após o Tratado de Assunção e ganharam força, principalmente, nos governos progressistas da década de 2000.

A cultura obteve espaço nas políticas do bloco, especialmente, após o Protocolo de Integração Cultural do Mercosul de 1996 e houve algumas formulações e ações com o sentido de auxiliar a integração sul-americana. Porém, conforme problematiza Soares (2008), a atuação da RMC tem-se restringido à assinatura de atos protocolares, a discursos, marcados pela retórica ou à realização de reuniões para discutir temas relativos à circulação de bens e serviços culturais, a questões tarifárias (SOARES, 2008, p. 56).

Segundo Soares (2008), o conhecimento da riqueza de sua literatura, música, tradições, festas, cinema, produção científica permanece restrito a grupos de especialistas. Assim,

“O desconhecimento da realidade sócio-cultural dos países vizinhos é profundo. Os preconceitos, as visões e opiniões parciais, quando não distorcidas, de alguns países em relação aos outros, dificultam, quando não inibem, o surgimento de relações de confiança e de projetos de cooperação. Observações e leituras superficiais ou apressadas, distorções de origem ideológica e posturas etnocêntricas criaram, no decorrer dos anos, imagens dos países e de suas culturas folclorizadas e pouco fieis a suas origens históricas” (SOARES, 2008, p.57).

Soares (2008) ainda complementa que a inexistência de uma diplomacia cultural no bloco é um indicador da ausência de atividades de promoção cultural voltadas ao conhecimento dos patrimônios culturais, e dos “hábitos do coração” de suas populações (SOARES, 2008, p. 53).

É necessário enfatizar que a criação de uma identidade coletiva gera interesses coletivos, dessa forma construiria uma maior consistência à integração. Segundo Comin (2008, p. 94) a “integração não seria mais uma cooperação de caráter instrumental”. O “outro” país não seria visto apenas “como se fosse” um parceiro. Com uma identidade coletiva, deveria haver uma identificação, de modo que o “eu” realizaria suas ações levando o “outro” em conta, como se fosse ele mesmo (COMIN, 2008, p. 94). Em 1994, Achugar já alertava que

"o que importa – certamente influenciado por minha condição de uruguaio – é que o processo de integração atualiza o problema (utilizo a expressão problema deliberadamente) da identidade regional. Não somos apenas uruguaios, argentinos, paraguaios, brasileiros, conesulinos (tenho dúvidas de que todos os brasileiros se reconheçam no rótulo de Cone Sul) mas, além da nossa condição de latino-americanos, agora teríamos essa outra, de mercosulinos" (ACHUGAR, 1994, p. 220).

Deste modo, instrumentos como o cinema podem se tornar elemento-chave na promoção da diversidade cultural e identitária, trabalhando para construir uma identidade comum mercosulina.

## 2.2 MERCOSUL, O FILME

O setor audiovisual é importante na formulação de uma integração regional mais coesa, tendo em vista sua dimensão econômica e cultural, e tem no cinema um instrumento de promoção da identidade regional. No Mercosul, região pautada por grandes assimetrias, as políticas culturais cinematográficas ganham corpo a partir da formação da RECAM. Dessa forma, esta parte do trabalho busca contextualizar os mercados e uma breve evolução da



cinematografia na região e, por fim, discutir a formação da RECAM, mostrando as principais iniciativas do setor, junto com o papel do Brasil na formulação dessas.

Para entender o mercado, a projeção e as iniciativas do setor audiovisual dos países do Mercosul é necessário primeiramente contextualizar a forte inserção do cinema norte-americano na região. A penetração cultural norte-americana, nos países latino-americanos em geral, foi planejada já em 1940, com propósitos bem definidos baseados na “política de boa vizinhança”. O *soft power* dos EUA, através da televisão e do cinema, rompeu fronteiras levando consigo o estilo de vida de sua sociedade (OURIVES, p.173).

Segundo Ourives (2013), os seriados e as produções norte-americanas exibem personagens, lugares, atitudes e discursos que são atrativos, geram uma determinada sedução e faz com que o espectador se identifique com aquilo que assiste. É por meio de Hollywood que a fama de invencível e invulnerável dos EUA se propaga bem como seu renome de nação benevolente, protetora e solucionadora de conflitos (OURIVES, 2013, p. 177).

Na lógica da indústria cultural, em que a arte perde seu espaço no sentido em que a reprodução da mesma acontece de forma intensiva, para Ourives (2013 p. 177) “as produções do cinema produzem e reproduzem temáticas e enredos que são garantias de sucesso”. Assim, não haveria a necessidade de criação e inovação, pois quando os estúdios e produtores têm certeza de que a reprodução quase que fiel do filme anterior levará milhares de espectadores às salas de projeção, há uma garantia de lucro que toda a empresa capitalista preza (OURIVES, p.178).

Marson (2006, p. 26) diz que o "cinema clássico norte-americano é um cinema totalmente subordinado à lógica do mercado, um produto da indústria da cultura, concebido enquanto uma forma de entretenimento – e não uma forma artística”. Através das *majors*<sup>9</sup> e do governo dos EUA, esse cinema industrial se consolida em nível mundial, sendo produto de exportação para todo o mundo.

Atualmente essas *majors* ainda controlam o mercado mundial e o Mercosul não foge a esta regra. De acordo com Canedo (2013), no período entre 2004 e 2012, 16 *majors* atuantes no Mercosul foram identificadas. Sete dessas são norte-americanas (Fox Filmes (20th Century Fox); Universal Pictures; Miravista, Buena Vista International e Walt Disney Studios Motion Pictures (The Walt Disney Company); Columbia TriStar (Sony); Paramount Pictures; e Warner Bros Pictures; outras sete são de diferentes países da Europa; e apenas duas são sul-americanas. Destaca-se que uma destas é a brasileira Globo Filmes, que se difere das outras *majors* por não

---

<sup>9</sup> *Majors* são empresas internacionais que têm filiais em outros países.

atuar internacionalmente. Trata-se de uma grande empresa que atua em diversos níveis da cadeia do cinema, mas apenas no mercado brasileiro (CANEDO, 2013, p. 287).

O quadro a seguir serve de base para observar os reflexos dessa indústria nos países do Mercosul.

**Quadro 1 - Indicadores do Cinema do Mercosul, 2015**

	ARGENTINA	BRASIL	PARAGUAI	URUGUAI	VENEZUELA
População (milhões)	43.416.755	207.847.528	6.639.123	3.431.555	31.108.083
PIB per capita (USD)	12.128,28	11.159,25	3.824,81	13.943,90	12.793,78
Lançamentos	428	446	116	203	s/d
Lançamentos nacionais	182	129	20	11	31
Renda (milhões reais)	665.074.713	2.350.161.302,17	s/d	10.000.000	16.360.000**
Renda nacional (milhões reais)	86.587.907,40	277.679.147,86	s/d	s/d	s/d
Preço ingresso (média reais)	23,73	13,59	s/d	13,18	2,47
Salas de cinema	912	3005	41**	119**	472
Salas digitais	404	2874	8*	11*	237

Elaboração própria a partir de dados de: ANCINE, 2015; Banco Mundial, 2015; CASTRO, 2016; CNAC, 2015; FOCUS, 2010; INCAA, 2015; NOE, 2014. \*Em 2009 o Paraguai e o Uruguai possuíam 3 e 6 salas digitais. Foram somadas 5 salas em cada país devido a Rede de Salas Digitais do Mercosul; \*\*Dados de 2010.

As assimetrias em relação ao cinema dos quatro países são relevantes, o que torna difícil a visualização de um mercado mercosulino. A escassez de dados recentes sobre a indústria e o mercado do cinema na região refletem a problemática das disparidades da América do Sul, e, ainda, dificulta uma análise mais completa do contexto econômico do lugar. Analisados neste quadro de busca de dados estatísticos do local, o Brasil e a Argentina possuem estruturas institucionais mais concretas do que os outros países. Tanto a ANCINE quanto o *Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales* (INCAA) disponibilizam relatórios anuais acerca do setor em seus países. Os outros três países não oferecem nenhum tipo de relatório online.

O Mercosul possui aproximadamente 290 milhões de habitantes, o que representa, de acordo com Canedo, Ranaivoson e Loiola (2012, p. 8), "um grande potencial para o crescimento da indústria do cinema". Diversos fatores sociais, culturais e econômicos podem ser pensados a partir desses dados. Primeiro é de se notar que a quantidade de lançamentos e rendas obtidas por filmes estrangeiros, majoritariamente norte-americanos, são maiores que os nacionais. A quantidade de salas de cinema é baixa. São por volta de 4.500 salas nos quatro países, o que gera uma média de aproximadamente 64 mil moradores para cada sala. O preço dos ingressos, de cerca de quatro dólares, é um valor alto para a renda *per capita* da população.

Moguillansky (2009) fez uma importante reflexão sobre a quantidade de filmes produzidos nacionalmente nestes países. A autora diz que as assimetrias são tão grandes que se

encontram representantes em três das quatro categorias estabelecidas pela UNESCO: países de produção mediana (de 20 a 199 filmes), países de produção escassa (1 a 19 filmes) e um país sem produção (Moguillansky, 2009, p. 6).

Gradualmente o cenário tenderá a mudar se as políticas culturais permanecerem. O cinema no Mercosul possui um mercado emergente e o número de produções cresce a cada ano, porém não se pode afirmar que existe uma indústria produtiva regional integrada (CANEDO; RANAIVOSON; LOIOLA, 2012, p. 14). Segundo Canedo, Ranaivoson e Loiola (2012, p. 14) “trata-se de quatro diferentes realidades nacionais tanto no que diz respeito ao tamanho dos mercados quanto ao formato e operacionalidade da cadeia produtiva”.

Para finalizar, as coproduções, que não entraram nos dados do quadro, envolvendo países do Mercosul, também passaram a ser mais frequentes. Entre 2004 e 2012, foram realizadas 58 coproduções envolvendo os países da região (CANEDO, 2013, p. 283). No cenário do cinema global, as coproduções transnacionais são apontadas como uma alternativa para a integração cinematográfica regional (GONZALES, 2002 apud CANEDO, 2013, p. 283).

Assim, em um cenário tão desigual, com forte penetração de *majors* estrangeiras, políticas de incentivo ao setor são essenciais para desenvolver a indústria criativa na América do Sul. A formulação dessas políticas deve respeitar a diversidade cultural, assim como construir um ambiente de diálogo entre produtores, distribuidores, governantes e a sociedade. Os incentivos às coproduções tornam-se essenciais para o fomento de uma integração ainda maior, pois de acordo com Britez (2016), as coproduções poderiam reunir pessoas que não possuem culturas, línguas e identidades comuns, gerando uma identificação – fluída, mutável e híbrida – nutrindo em quem produz, e em quem assiste o resultado, um sentimento de pertencimento à região (BRITTEZ, 2016, p. 115).

Em dezembro de 2003, com a criação da RECAM, o cinema passou a constar nos discursos políticos do Mercosul e tem como objetivo articular projetos e ações no setor cinematográfico. Assim, o próximo item buscará mostrar esse pensamento, que busca na promoção da diversidade cultural, reduzir as assimetrias da região e construir uma identidade coletiva do Mercosul.

### 2.2.1 A RECAM e as políticas culturais cinematográficas do Mercosul

Com a ascensão dos governos progressistas ao poder no início da década de 2000, temas culturais ingressam nas agendas internacionais dos países da América do Sul, em busca da promoção de uma identidade regional. Nesta conjuntura, a RECAM surge com objetivo de

promover a integração das indústrias cinematográficas e audiovisuais, a partir do reconhecimento de que este setor pode assumir um papel relevante na difusão do processo de integração regional.

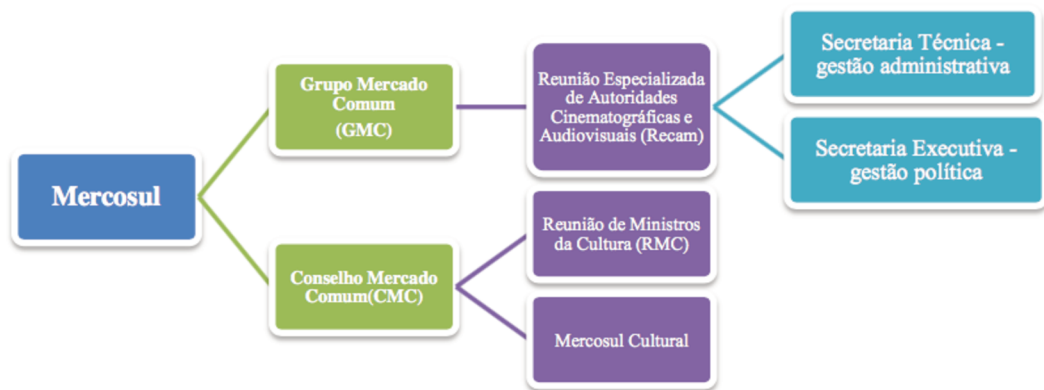
A RECAM constitui-se sobre a base de três princípios orientadores – reciprocidade, complementaridade e solidariedade – e tem como seus objetivos principais

"adotar medidas concretas para a integração e complementação das indústrias cinematográficas e audiovisuais da região; reduzir as assimetrias que afetam o setor, impulsionando programas específicos a favor dos países com menor desenvolvimento relativo; harmonizar as políticas públicas e os aspectos legislativos do setor; impulsionar a livre circulação regional de bens e serviços cinematográficos e audiovisuais; implementar políticas para a defesa da diversidade e da identidade cultural dos povos da região; trabalhar em favor de uma redistribuição do mercado cinematográfico, que garantam condições de igualdade para as produções nacionais e seu acesso ao mercado; e garantir o direito do espectador a uma pluralidade de opções que incluam especialmente expressões culturais e audiovisuais do Mercosul" (MERCOSUL/GMC/RES N° 49/03).

Para Canedo, Loiola e Pauwels (2015) os objetivos da RECAM são ambiciosos, tendo em vista que a reunião não é um órgão com autonomia jurídica, normativa e financeira para a execução de políticas audiovisuais. A RECAM é um arranjo organizacional, de natureza consultiva, com a função de propor, sugerir e indicar ações ao GMC, que decidirá por acatar ou não as propostas. (CANEDO; LOIOLA; PAUWELS, 2015, p. 11)

A Secretaria Técnica (ST) na RECAM está sediada no Edifício Mercosul, na cidade de Montevidéu, Uruguai. As entidades nacionais que participam como autoridades da RECAM são: no Brasil a ANCINE e a Secretaria do Audiovisual (SAV); na Argentina o INCAA; no Uruguai a *Dirección del Cine y Audiovisual Nacional* (ICAU); na Venezuela o *Centro Nacional Autónomo de Cinematografía* (CNAC) e a Distribuidora Nacional de Cine Amazonia Films; na Bolívia o *Consejo Nacional del Cine* (CONACINE); no Chile – *Consejo Nacional de Cultura y Artes* (CNCA); no Equador – *Consejo Nacional de Cinematografía del Ecuador* (CNCINE); no Paraguai a produção audiovisual está a cargo da *Dirección de Industrias Culturales Secretaria Nacional de Cultura*, uma vez que o país não possui um órgão específico para a questão.

**Figura 2: Estrutura Organizacional da RECAM**



Fonte: CANEDO (2013, p. 254).

A RECAM é marcada por um desbalanceamento entre propósitos e recursos institucionais. Canedo, Loiola e Pauwels (2015) relatam que a ST, instância responsável por garantir a continuidade administrativa dos processos, contava com apenas 3 funcionários em 2013. O orçamento médio de 2004 e 2013 foi de cerca de US\$ 125 mil dólares e foi utilizado para cobrir despesas de material, pagamento de pessoal e realização das reuniões ordinárias e extraordinárias. Dessa forma, a RECAM não possui um orçamento próprio para investir em políticas ou iniciativas que possam contribuir para a integração cinematográfica (CANEDO, LOIOLA, PAUWELS, 2015, p. 11).

Acima de todos os problemas, a RECAM representa uma conquista dos atores interessados e dos representantes dos órgãos nacionais de cinema, que criaram redes de articulação para ampliar o intercâmbio cinematográfico da região (CANEDO, LOIOLA, PAUWELS, 2015, p. 18). Mesmo que os objetivos e linhas de trabalho da RECAM não devam, ainda, ser interpretados como compromissos do Mercosul para a realização de políticas cinematográficas, alguns projetos merecem destaque como uma lista de aspirações do setor audiovisual.

### 2.2.1.1 Projetos da RECAM

As autoridades que fazem parte da RECAM reúnem-se duas vezes ao ano para discutir ações e projetos. De 2004 até o começo de 2016, a RECAM realizou 27 reuniões ordinárias, cinco extraordinárias e publicou onze Programas de Trabalho. De forma geral, assim como acontece no Mercosul Cultural, os documentos apresentam propostas que não estão sendo

completamente cumpridas. Serão apresentados nesta seção, em síntese, alguns dos principais programas propostos pela RECAM.

#### 2.2.1.1.1 Cota de tela regional

Na quarta reunião da RECAM, foi discutida a possibilidade da criação de uma cota de tela regional entre os países do bloco. Estes deveriam intercambiar informações a respeito da possibilidade da formulação desse sistema, pesquisando em suas leis e junto aos órgãos competentes a viabilidade de criação da cota em seus ordenamentos legislativos. A ideia, de acordo com Canedo, Loiola e Pauwels (2015), tinha por antecedente o projeto bilateral entre Brasil e Argentina, discutidos nos anos 2002 e 2003 (CANEDO; LOIOLA; PAUWELS, 2015; RECAM ATA Nº 04/04, 2004).

Em 2005, o governo apresenta uma proposta baseada nas cotas de telas nacionais do Brasil, da Venezuela e do modelo que estava sendo implantado na Argentina. Após a elaboração desta, foi realizada uma consulta aos agentes privados do mercado cinematográfico e aos órgãos de governo dos países associados com intuito de estabelecer parâmetros de tratamento de filme local para os filmes originários dos países do bloco. Na ata da primeira Reunião Extraordinária da RECAM, o Brasil afirmou que a cota de telas Mercosul seria como "uma coluna vertebral de uma política cinematográfica do Mercosul (CANEDO; LOIOLA; PAUWELS, 2015, p. 16; RECAM ATA Nº 01/05, 2005).

Conforme salienta Canedo (2013), aos poucos a ideia da cota de tela regional perde espaço nas negociações da RECAM. A partir de 2008, o assunto não é mais citado nas atas da RECAM. A cota de telas é um assunto muito delicado, pois interfere diretamente nos negócios de distribuidores e exibidores. Nessa área cinematográfica, controlada pela lógica do lucro e pelo sistema das *majors*, a intervenção pública nem sempre é recebida de forma positiva (CANEDO, 2013, p. 257).

Dois fatores podem explicar o desaparecimento desse projeto: o primeiro é que o projeto de cota de telas da Argentina já era severamente criticado pelo empresariado. Estes criticavam o projeto como uma ameaça à liberdade empresarial e uma forma de censurar a liberdade de escolha do público (MOGUILLANSKY, 2011 apud CANEDO, 2013, p. 257). A segunda razão diz respeito às assimetrias entre os quatro países do Mercosul. Conforme visto anteriormente, as indústrias cinematográficas dos cinco países são muito desiguais. O Brasil e a Argentina lideram o número de produção de filmes e os outros três países têm uma média de produção bem menor que os dois primeiros. Assim, para a Venezuela, Paraguai e Uruguai a cota de tela

seria desigual, na medida em que esses países produzem menos do que a demanda necessária para ocupar espaços nas salas dos vizinhos (CANEDO, 2013, p. 258). Além do mais, de acordo com Canedo (2013, p. 258), "a cota de tela abriria portas para a entrada de filmes brasileiros e argentinos em seus próprios mercados, o que, para alguns (empresários), parece uma ameaça".

#### 2.2.1.1.2 Programa Mercosul Audiovisual

Desde 1995 o cinema figura nos acordos de cooperação regional inter-regional entre a União Europeia e o Mercosul. Em 2009, os dois blocos assinaram um acordo chamado Programa Mercosul Audiovisual (PMA). O programa conta com um orçamento total de € 1,86 milhão, sendo € 1,5 milhão da UE e de € 360 mil do Mercosul.

O objetivo geral do PMA é promover o sentido de pertencimento cidadão ao Mercosul, por meio de um maior acesso aos conteúdos culturais audiovisuais próprios do Mercosul. O PMA tem o objetivo específico de fortalecer o setor cinematográfico e audiovisual do Mercosul como um instrumento que favoreça o processo de integração regional, a participação da sociedade civil e o apoio das indústrias envolvidas (RECAM, 2016).

Os principais eixos de atuação do PMA são os estudos da legislação no setor audiovisual nos países do Mercosul, que buscam harmonizar as legislações dos países do Mercosul e fazer um levantamento de mercado sobre o consumo audiovisual nestes Estados, juntamente a uma análise da incidência das novas tecnologias no modelo de negócios e no consumo cultural da população; a implementação da Rede de 30 salas digitais no bloco, implementação esta que será melhor discutida no próximo item; o Patrimônio Audiovisual Mercosul, que busca conservar, restaurar e digitalizar o patrimônio audiovisual regional e fixar o estabelecimento do Dia do Patrimônio Audiovisual Mercosul; e o Fortalecimento das capacidades profissionais e técnicas, que tem o intuito de oferecer maiores oportunidades de inserção e de competitividade no mercado audiovisual, concedendo capacitação técnica artística e profissional (RECAM, DCI-ALA/2008/20-297, p. 8; CANEDO; LOIOLA; PAUWELS, 2015, p. 14).

A política cinematográfica da UE é uma referência para o Mercosul e essa cooperação inter-regional está inclusa nas relações entre as duas entidades regionais no quadro global de apoio à integração regional. O caso do PMA é relevante para a análise da integração cinematográfica regional, tendo em vista o quão inovador é o modelo de cooperação inter-regional cinematográfico que podem agir em diversos campos de ação em busca de promover nos cidadãos um sentimento de pertencimento à região. Todavia, parece claro que para atingir os objetivos pretendidos poderia ser mais eficaz realizar atividades específicas relacionando o

audiovisual e a integração regional como, por exemplo, ações de intercâmbio regional. (CANEDO, 2013, p. 251; CANEDO; LOIOLA; PAUWELS, 2015, p. 14).

#### 2.2.1.1.3 Circulação de filmes

A circulação de filmes no Mercosul é um grande problema. Com o objetivo de melhorar a distribuição e exibição dos filmes, a RECAM desde 2004 debate como promover a circulação dos conteúdos regionais com melhor eficiência. Essa linha de ação pretende ampliar a exibição regional de filmes nacionais em todos os mercados e países membros do Mercosul.

De acordo com Canedo (2013), a solução encontrada pela RECAM através do Programa Mercosul Audiovisual pretende enfrentar o problema da circulação não mudando o esquema de exibição das salas comerciais, mas sim, seguindo o exemplo da Rede Europa Cinemas, construindo salas digitais próprias do Mercosul (CANEDO, 2013, p. 255). Com o apoio do PMA, nasce a Rede de Salas Digitais do Mercosul (RSD). Esta iniciativa é uma das maiores conquistas para o setor cinematográfico da região. A RSD nasce com a finalidade de impulsionar a circulação de conteúdos audiovisuais do Mercosul, mediante sua projeção em salas cinematográficas dos Estados Partes (MERCOSUL/GMC/RES. Nº47/15, 2015). A RSD tem como objetivos gerais e específicos:

1. Gerar um maior volume de circulação de conteúdos audiovisuais da região e da América latina;
2. Incentivar e fomentar a presença do público nas salas de cinema da região;
3. Formar novos espectadores
4. Aproximar a produção audiovisual do Mercosul à Comunidade através das salas de cinema;
5. Integração das cinematografias dos países que compõem o Mercosul e da região (RECAM, 2016).

De acordo com o site institucional da RECAM, a programação – assim como a RSD em seu conjunto – é gerenciada por uma Coordenadoria de Programação Regional (CPR), sediada em Montevideu. A CPR é responsável por coordenar as funções executivas, administrativas e técnicas, bem como a programação da RSD que, hoje, é composta por 10 salas na Argentina, 10 salas no Brasil, 5 salas no Paraguai e 5 salas no Uruguai.

Outro aspecto da circulação de filmes são as dificuldades de circulação dos materiais cinematográficos entre os países do Mercosul. Há uma linha de ação que tenta regulamentar a



circulação física dos materiais nesses países, como forma de evitar o pagamento de taxas de importação e facilitar os processos alfandegários.

De acordo com Canedo (2013), diversos atores do cinema do Mercosul relatam enormes dificuldades de liberação de material cinematográfico nas alfândegas. Os rolos filmicos, por exemplo, ao não receberem aprovação de cruzar as fronteiras, acabam tendo problemas em serviços destinados à revelação ou à exibição em outros países. Os profissionais do Uruguai e do Paraguai enfrentam grandes adversidades geradas por esta situação, pois não há muitos laboratórios de revelação de filmes nesses países (CANEDO, 2013, p. 255).

A circulação de obras culturais deveria ter sido solucionada com a criação do Selo Mercosul Cultural, porém, 20 anos passados de sua criação, o selo não está em pleno funcionamento e não garante a circulação de bens artísticos entre os países do bloco. Assim, a RECAM tomou para si a responsabilidade de resolver esse problema. Houve grandes debates entre 2004 e 2006 nas reuniões da RECAM, em vista de harmonizar as legislações nacionais e criar uma certificação de obra do Mercosul (CANEDO, 2013, p. 255).

No período de 2005 e 2006, a RECAM reuniu-se com o GMC e a Comissão de Comércio do Mercosul (CCM) para solicitar a livre circulação de cópias de filmes, e em junho de 2006, o GMC aprovou a criação de Obras Cinematográficas do Mercosul. A norma prevê que toda obra que recebe certificação como nacional em um Estado-Parte do Mercosul deve também ser considerada uma obra do Mercosul. Como tal, tem o direito de receber "tratamento equivalente às obras nacionais nos Estados-Partes para os efeitos de aplicação das políticas públicas" do Mercosul (MERCOSUL/GMC/RES. Nº 27/06). Todavia, como afirma Canedo (2013), os produtores audiovisuais ainda contestam a certificação, devido ao fato de que os funcionários das alfândegas não reconhecem o certificado e não permitem a entrada ou saída dos materiais cinematográficos (CANEDO, 2013, p. 256).

#### 2.2.1.2 Posição do Brasil na RECAM

A atuação do MinC no campo da diplomacia cultural no governo Lula, principalmente no período em que Gilberto Gil foi ministro da cultura, foi notória. De acordo com Lessa, Saraiva e Mapa (2011, p. 108), "o Brasil foi protagonista na criação do Selo Mercosul Cultural e da RECAM". Para analisar a posição do Brasil na RECAM, serão elencados os principais ideais e ações descritas nas reuniões ordinárias do grupo.

Na questão financeira da RECAM o Brasil sempre se dispôs a pagar com um montante que varia de U\$40 mil a U\$48 mil para o funcionamento da ST e da instituição. Na IX reunião

foi constatado um déficit nas contas da ST. O Brasil se prontificou adiantando U\$15 mil para permitir a continuidade dos trabalhos da instituição (RECAM ATA N° 03/06, 2006).

Diversos repasses das ações tomadas em terrenos nacionais são relatados. Na X Reunião, a representação brasileira comenta sobre a implementação da Lei 11.437, que institui um fundo público setorial de audiovisual – chamado de Fundo Setorial de Audiovisual, como uma nova forma de fomento ao cinema. Esta lei poderia criar novos mecanismos para a coprodução dos países do Mercosul e conceber dispositivos que permitem realizar levantamentos de dados da indústria cinematográfica no Brasil (RECAM ATA N° 01/07, 2007).

Na XVIII Reunião, primeira do governo da presidenta Dilma Rousseff, o Brasil reafirma que continuaria com as políticas que vinham se desenvolvendo no governo anterior e destaca a importância da criação do Cinema Perto de Você, que teve como resultado concreto a inauguração de um segundo complexo de cinema com seis salas totalmente digitais e 2 projetores 3D. Ressaltou a importância do FSA, que poderia investir R\$84 milhões em projetos de produção independente de cinema e televisão. Por fim, ressaltou a aprovação da Lei 12.485, que entrou em vigor trazendo novas fontes de financiamento à produção brasileira e garantindo espaços de exibição nos canais de televisão (RECAM ATA N° 01/11, 2011).

Em questões de integração e cooperação, na III Reunião, o governo propôs que a criação de rede de salas digitais deveriam ser prioridades da RECAM, argumentando que não se poderia desenhar uma política de exposição de um produto sem construir um mercado novo. A criação de um circuito digital atenderia a esta necessidade, ao gerar formas de distribuição e exibição. Acrescentou ainda dizendo que a RECAM poderia ampliar o escopo de sua missão, incluindo a televisão pública como meio de difusão da produção audiovisual (RECAM ATA N° 03/04, 2004).

Na IV Reunião o governo brasileiro aceitou, em relação ao processo de harmonização legislativa, o comprometimento em realizar um estudo comparativo inicial a respeito da legislação atualizada fornecida pelos países (RECAM ATA N° 04/04, 2004). No VIII encontro, o Coordenador Alterno do Brasil reiterou a importância no tema da livre circulação, pois todos os acordos de coprodução e codistribuição esbarrariam nesta questão. Ainda destacou a importância da entrada da Venezuela no bloco e disse que, com este advento, o bloco deixa de ser a porção sul do continente e passa a ser visto como porção sul do mundo (RECAM ATA N° 02/06, 2006).

Na XX Reunião, o Brasil reafirma a RECAM como um espaço efetivo de integração regional que possibilita que as sociedades do Mercosul trabalhem juntas (RECAM ATA N° 01/12, 2012). Dessa forma, considera o Mercosul como um espaço propício na construção de

um mercado internacional cinematográfico. No XXV encontro, destaca-se o projeto brasileiro chamado de Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Brasileiro (PRODECINE), que viabilizará o investimento de R\$5 milhões em coproduções cinematográficas com 19 países latino-americanos (RECAM ATA Nº 01/15, 2015).

Nesse breve relato do posicionamento brasileiro pode-se notar que o país arca com seus compromissos econômicos na RECAM, ao mesmo tempo em que repassa claramente as atividades feitas no setor audiovisual em seu país. Destaca-se que são poucos os projetos criados e os orçamentos são aquém da capacidade de produção do setor. O governo brasileiro entende que a RECAM é uma excelente instituição de diálogo em áreas cinematográficas para melhorar a integração regional.

Assim, essa fração do trabalho buscou fazer uma análise do mercado cinematográfico na região do Mercosul. Nota-se uma grande assimetria entre os países da região com lideranças, em termos de produção, renda e consumo, do Brasil e da Argentina e o Paraguai em situação mais delicada. O Brasil assume um importante papel na idealização e formação da RECAM e enxerga o órgão como um significativo caminho na estruturação das políticas cinematográficas regionais. No que se refere às ações práticas, é de se observar que a maioria das políticas cinematográficas concernem a produção ou coprodução de filmes. Neste caso, o Brasil tem projetos como o PRODECINE de incentivo à coprodução latino-americana. Por fim, as distribuições e exibições aos poucos ganham forma, principalmente na criação da Rede Salas Digitais, mas ainda não se pode dizer que há um espaço cinematográfico integrado no Mercosul.

### 2.3 BRASIL, O PROTAGONISTA?

Os anos 1990 trazem inúmeras mudanças na América do Sul. Na nova ordem mundial, os países buscam cooperar entre si formando integrações regionais. Nessa conjuntura, o Brasil tenta alcançar uma posição de *global player* e enxerga na possibilidade de integração do Mercosul a chance de ser o líder da região. Em relação ao setor cinematográfico os anos 1990 representam uma repaginação na formulação das políticas culturais, sobretudo após o governo Collor.

A volta da presença do cinema brasileiro no cotidiano dos brasileiros pode ser entendida tanto pela criatividade dos produtores, quanto pelas políticas públicas criadas como forma de impulsionar o setor. Assim, os projetos de leis e incentivos tornam-se essenciais, em um setor fortemente penetrado pelas distribuições da indústria cultural estrangeira.

Os agentes culturais também participam ativamente em ações cinematográficas. Festivais de cinema na região são vitrines de produção e exibição, sendo porta de entrada de muitas obras audiovisuais, além de serem canais de difusão de novos realizadores, de curta-metragem, de animações, entre outros. Esses eventos, acompanhados de seminários ou mesas de discussão, contribuem como forma de implantar uma cultura audiovisual, estimulando o intercâmbio das ideias, a produção, a cooperação e a reflexão crítica do setor.

O presente capítulo é dividido em três partes e tem como objetivo analisar se o papel de protagonista do Brasil nas políticas culturais cinematográficas da região realmente existe. Para entender a posição do Brasil, será feita, primeiramente, uma descrição das principais instituições de cinema do governo brasileiro que trabalham internacionalmente. Em um segundo momento, será feita uma pesquisa acerca das principais leis e incentivos que abrangem o cinema brasileiro e a Mercosul. Por fim, será analisado o papel da sociedade brasileira na criação de um dos maiores festivais de exibição de cinema do Mercosul, o FAM.

### 2.3.1 Instituições de cinema de atuação internacional do governo brasileiro

Foi notado na seção anterior deste capítulo que a ANCINE e a SAV participam da reunião da RECAM. Além dessas duas, existe o Departamento de Promoção do Audiovisual (DAV) do Itamaraty que trabalha o cinema internacionalmente. Esta parte do capítulo buscará dizer o que são e o que fazem essas instituições.

Segundo Matta (2008) a ANCINE foi criada como autarquia especial pela Medida Provisória nº 2.228-1, em 2001 e começou a atuar efetivamente em 2002. Atualmente a ANCINE é vinculada ao MinC e atua como uma agência reguladora que tem como atribuições o fomento, a regulação e a fiscalização das atividades cinematográficas e videofonográficas (MATTA, 2008, p. 12). A ANCINE auxilia o setor audiovisual através de incentivos fiscais, de políticas de fomento direto via concursos e editais – do MinC, da ANCINE, da Petrobrás, entre outros – e do apoio à realização de eventos e festivais de cinema (MATTA, 2008, p. 12).

Internacionalmente, de acordo com o *website* da instituição<sup>10</sup> a ANCINE tem como principais atividades programas de fomento de cooperação; apoio à participação em festivais e *workshops* internacionais; apoio à participação de produtores em eventos de mercado; suporte à exportação; participação de fóruns internacionais; entre outros. A ANCINE é a representante-

<sup>10</sup> Disponível em: <<http://www.ancine.gov.br/>>. Acesso em: 08 nov. 2016.

substituta da RECAM, sendo a titularidade da representação brasileira junto à reunião exercida pela SAV.

A Secretaria do Audiovisual foi criada pela Lei nº 8.490/92, como parte do ressurgimento do MinC, que, em 1990 havia sido transformado em Secretaria da Cultura, diretamente vinculada à Presidência da República. Ela conta com duas unidades, o Centro Técnico Audiovisual (CTAv) que atua nos campos da produção, coprodução, pesquisa, documentação, etc., e a Cinemateca Brasileira que é responsável pela preservação da produção audiovisual brasileira<sup>11</sup>.

Em seu Relatório de Gestão de 2009, a SAV diz que suas competências são

"a elaboração da política nacional do cinema e do audiovisual; a elaboração de políticas e diretrizes gerais para o desenvolvimento da indústria cinematográfica e audiovisual brasileira; o planejamento, promoção e coordenação das ações necessárias à difusão, preservação e renovação das obras cinematográficas e de outros conteúdos audiovisuais brasileiros, bem como à pesquisa, formação e qualificação profissional; a representação do Brasil em organismos e eventos internacionais relativos às atividades cinematográficas e audiovisuais" (SAV, 2009).

Como órgão de assessoramento do Ministro de Estado da Cultura, é função da SAV formular uma política internacional para o cinema brasileiro, bem como seu acompanhamento, em conjunto com a ANCINE, o DAV e outros órgãos de instituições com atuação internacional no campo cultural audiovisual (SAV, 2009).

No que diz respeito ao DAV, ele surge como objetivo de política externa do Itamaraty no sentido de internacionalizar o cinema brasileiro. Segundo Silva Filho (2011, p. 55) o DAV surge em dezembro de 2006 e "cobre um hiato institucional de quase duas décadas". O departamento é pensado como forma de institucionalizar a divulgação, a promoção e o apoio à presença da produção brasileira de cinema e televisão no exterior. Assim, essa instituição busca resgatar a presença do Itamaraty na participação de um dos segmentos mais importantes da indústria criativa brasileira (SILVA FILHO, 2011, p. 56).

A diferença do DAV para a ANCINE e para a SAV é que ela apoia apenas obras finalizadas, enquanto as outras duas apoiam projetos. Segundo a diplomata Paula Alves de Souza (2011 apud SILVA FILHO, 2011, p. 65) o auxílio do departamento é destinado "não para projetos que desejam ir ao exterior captar recursos, mas sim à participação de produtores que buscam espaços nos festivais internacionais, como por exemplo, possibilidades de coprodução".

---

<sup>11</sup> MINC. SAV: Secretaria do Audiovisual. Ministério da Cultura do Brasil. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/secretaria-do-audiovisual-sav>>. Acesso em: 08 nov. 2016.

Pode-se observar então, que essas instituições se complementam, na medida em que regulam, apoiam a produção e distribuição e promovem o cinema brasileiro no exterior. O seguinte subcapítulo pretende avaliar essa atuação internacional, mostrando os principais incentivos em relação ao cinema mercosulino.

### 2.3.2 Projetos de incentivo ao audiovisual com países do Mercosul

No Brasil há algumas formas de incentivo e captação de recursos para impulsionar o cinema. A composição para a captação de recursos pode ser através de investimento próprio de editais, das coproduções, do Fundo Setorial do Audiovisual, das leis de incentivo e de doações. A presente seção pretende destacar duas práticas adotadas que são relacionadas com Mercosul.

Dentre as diversas leis e projetos que foram criados visando o incentivo da produção audiovisual nacional, pode-se destacar o FSA. Este é um fundo ligado à ANCINE, destinado ao desenvolvimento articulado de toda a cadeia produtiva do audiovisual brasileiro, ou seja, contempla desde a produção, infraestrutura, serviços até a exibição. Entre seus principais objetivos destacam-se

“[...]o incremento da cooperação entre os diversos agentes econômicos, a ampliação e diversificação da infra-estrutura de serviços e de salas de exibição, o fortalecimento da pesquisa e da inovação, o crescimento sustentado da participação de mercado do conteúdo nacional, e o desenvolvimento de novos meios de difusão da produção audiovisual brasileira. As ações do FSA estão voltadas para atuar em gargalos específicos, identificados com base em diagnósticos, pesquisas e estudos técnicos. Para tal, as linhas de atuação do FSA são definidas tendo como premissas fundamentais os resultados esperados, a perspectiva da sustentação das ações e de seus resultados no longo prazo, a garantia do comprometimento dos beneficiários com os resultados estabelecidos, bem como a avaliação periódica dos resultados alcançados” (FSA, 2016).

Criada pela Lei Federal nº 11.437/06 e regulamentado pelo Decreto nº 6.299/07, o FSA possui recursos oriundos do Orçamento da União que provêm de diversas fontes, principalmente das arrecadações da CONDECINE e do Fundo de Fiscalização das Telecomunicações (FISTEL). Esses recursos podem ser acessados a partir de quatro modalidades principais: investimento na participação de projetos, tendo como contrapartida a participação do FSA nos resultados comerciais dos mesmos; financiamento, através de empréstimos, mediante a constituição de garantias e como contrapartida o pagamento de encargos financeiros; e equalização, que seria a redução de encargos financeiros em operações de financiamento; valores não-reembolsáveis, modalidade de colaboração financeira prevista

apenas em casos excepcionais e mediante a prévia autorização do Comitê Gestor do FSA (FSA, 2016).

Através desses incentivos, o FSA aponta como principais diretrizes:

“melhorar a posição competitiva das empresas brasileiras independentes de cinema e de audiovisual nos mercados interno e externo; Atuar em gargalos existentes no setor audiovisual; Ampliar o consumo dos produtos brasileiros do cinema e do audiovisual; Estimular modelos de negócios menos dependentes de recursos públicos e compartilhar os riscos inerentes da atividade audiovisual entre os agentes públicos e privados; Aperfeiçoar a competência artística, técnica, gerencial e financeira das empresas brasileiras do cinema e do audiovisual; Estimular a produção de conteúdo cinematográfico e audiovisual com alto grau de competitividade nos mercados doméstico e internacional; Aperfeiçoar a capacitação profissional do setor audiovisual” (FSA, 2016).

Destaca-se dentro do FSA o PRODECINE. O programa busca selecionar projetos de comercialização de obras cinematográficas brasileiras de produção independente de longa-metragem de ficção, documentário ou animação. O suporte dado é através do investimento na operação financeira e, como citado anteriormente, tem como característica a participação do FSA nos resultados da exploração comercial do projeto (FSA, 2016).

O PRODECINE tem em um de seus eixos a coprodução com países da América Latina. Conforme o site institucional da ANCINE (2015), o programa viabiliza R\$5 milhões em recursos divididos da seguinte forma: projetos de ficção e animação recebem apoio de até R\$250 mil; para documentários o valor é de R\$175 mil. Podem ser inscritos projetos em parceria com Argentina, Bolívia, Costa Rica, Colômbia, Chile, Cuba, El Salvador, Equador, Guatemala, Honduras, México, Nicarágua, Panamá, Paraguai, Porto Rico, Peru, República Dominicana, Uruguai e Venezuela (ANCINE, 2015).

Podem ser inscritos projetos que se encontrem em quaisquer etapas de produção, desde que a obra não tenha sido concluída. O fundo se destina a projetos que já possuam algum tipo de financiamento garantido, seja ou através de fundos internacionais, ou através de concursos nos países majoritários (ANCINE, 2015). O programa qualifica os países latino-americanos em grupos de acordo com suas características econômico-estruturais e o grau de desenvolvimento de sua indústria cinematográfica. De acordo com a ANCINE (2015), esses grupos determinam o teto de captação por proposta apresentada a depender dos países coprodutores do projeto. A divisão é feita da seguinte forma:

"no Grupo 1: Bolívia, Costa Rica, Cuba, El Salvador, Equador, Guatemala, Honduras, Nicarágua, Panamá, Paraguai, Porto Rico e República Dominicana têm direito a cota de 50% do montante (R\$ 2,5 milhões). O Grupo 2 formado por Colômbia, Chile, Peru, Uruguai e Venezuela ficam sujeitos a uma cota de 25% (R\$ 1,25 milhões) sobre o

montante total. O mesmo valor se destina aos países do Grupo 3 (Argentina e México)" (ANCINE, 2015).

De acordo com Manoel Rangel (2015 apud ANCINE 2015), o objetivo do programa é não só garantir que haja mais filmes exibidos no Brasil, como também promover o cinema brasileiro no mercado externo. Além do aumento da distribuição, as parcerias enriquecem o contato entre produtores desses países e permitem o intercâmbio profissional (ANCINE 2015).

Esse eixo do PRODECINE de coprodução com a América Latina faz parte de um pacote de ações de incentivo da ANCINE, que conta também com quatro editais binacionais. Dois desses são relacionados entre a ANCINE e a INCAA, e a ANCINE e a ICAU. O Protocolo de Cooperação registra que esses editais são implementações e ações diretas que estimulam o desenvolvimento de uma indústria cinematográfica dos países do Mercosul, sendo assim, importantes para avançar o processo de integração regional (ANCINE; ICAU, 2016; ANCINE; INCAA, 2016).

Esse acordo de cooperação trabalha com projetos entre produtores do Brasil e Argentina, ou do Brasil e Uruguai. De acordo com os editais de cooperação, os apoios serão concedidos pela ANCINE a título de investimento retornável. O montante total investido pela ANCINE nesses editais é de US\$800 mil, sendo US\$200 mil para o Uruguai e US\$600 mil para a Argentina. Importante saber que esses valores superam os valores argentinos e uruguaios que contribuem com US\$400 mil e US\$100 mil, respectivamente.

Por fim, é importante ressaltar que como forma de democratizar o acesso a essas iniciativas, os agentes brasileiros sempre comunicam essas iniciativas à RECAM. Esse diálogo é importante, pois desse modo mostra que faz iniciativas pensando na região, estimulando a participação dos países sul-americanos à coprodução.

### 2.3.3 O FAM e a sociedade civil brasileira na construção do Mercosul

O Florianópolis Audiovisual Mercosul é um dos maiores festivais de filmes do Mercosul. Sediado em Florianópolis e gratuito ao público, o evento apresenta diversas exposições cinematográficas em formas de longa e curta-metragem, de documentário e de animações. O evento ainda conta com exposições de artes plásticas, oficinas, palestras e painéis, tudo isso em vista ao desenvolvimento cinematográfico da região.

O evento foi formulado por cineastas, técnicos, empresários, representantes do setor público e de organizações não governamentais (ONGs) que se reuniram no I Seminário de Cinema e TV do Mercosul, em 1997 na cidade de Florianópolis. De acordo com a I Carta de



Florianópolis 1997 o seminário buscava firmar uma nova mentalidade de produção, pautada na necessidade de produzir cinema de qualidade para o público, assumindo o status de mercadoria desta arte (PANVISION, 2016).

Os pontos elencados na I Carta de Florianópolis 1997 destacam a forte penetração da indústria cultural hollywoodiana nos países do Mercosul; mostram que a expansão do setor audiovisual gera desenvolvimento econômico e é uma alternativa de caráter social e cultural extremamente relevante; dizem que essa indústria vive da criação e reprodução das imagens da cultura e da paisagem e contribui para o desenvolvimento dos imaginários locais e a preservação do meio ambiente; incentivam os fluxos de turismo interno e promovem os países produtores de audiovisual no exterior, reduzindo a evasão de divisas e ampliando os lucros diretos e indiretos proporcionados pelo turismo internacional; e destacam que a cultura veiculada pelos meios audiovisuais é um produto industrial indispensável à defesa da língua, imaginário e cidadania sul-americana (PANVISION, 2016).

Assim, neste e nos encontros dos dois anos seguintes, eles reivindicam ações urgentes dos governos nacionais para a resolução de problemas das coproduções e produções do Mercosul. Destacam-se dessas ações uma melhor harmonização das leis alfandegárias vigentes, requisitando a isenção de impostos incidentes sobre os equipamentos a serem utilizados nessas produções; uma melhoria dos preços de transportes e hospedagens para viabilizar as coproduções; estabelecer mecanismos para possibilitar a livre circulação de bens e serviços culturais; e criar um fórum permanente, constituindo uma Secretaria de Informação e Comunicação através dos eventos já existentes no Mercosul (PANVISION, 2016).

A história do evento traz um ineditismo e um constante aperfeiçoamento dos canais de comunicação entre público e profissionais do setor audiovisual no Brasil e nos países do Mercosul. O objetivo do evento é de fomentar a formação do público, difundir obras inéditas e viabilizar o debate de temas da plataforma audiovisual; seu lema diz "O FAM é o FAM de todos, construído pelo desejo coletivo de nossa própria identidade cultural" (FAM DE TODOS, 2016).

Atualmente, o FAM tem destaque no pensamento da integração cultural a partir da cinematografia. Este fato pode ser identificado, entre muitos outros fatores, com o reconhecimento do festival pela RECAM na XXVII reunião da instituição. O presidente *pro tempore* disse que o festival, além de trazer um conteúdo criativo, deu bases para o debate de desenvolvimento do cinema regional. Os membros se comprometeram ainda em entregar o Prêmio RECAM no evento (RECAM ATA N°01/16, 2016).

Dessa forma, constata-se que o FAM nasce da vontade de uma parcela da sociedade, que envolve diversas camadas da produção cinematográfica – de cineastas a representante de ONGs – e não de uma formulação governamental. Já em 1997, eles realçaram a importância da indústria criativa no desenvolvimento econômico e cobram das instituições governamentais apoio e incentivo. Essas reivindicações listadas em suas cartas são as mesmas debatidas pela RECAM anos depois, e até hoje permanecem difíceis de serem colocadas em prática.

## 2.4 CONCLUSÕES PARCIAIS

Desde seu surgimento, o Mercosul foi considerado como base da estratégia de inserção internacional do Brasil. Nota-se que o aspecto permanente da política externa brasileira tem sido buscar e garantir uma coesão mínima no Mercosul, de forma que se utilize a integração regional como plataforma para sua inserção internacional (MARIANO, 2007 apud VIGEVANI; ROMANZINI JÚNIOR, 2009, p. 52).

No Brasil, país em que somente 1% dos brasileiros identificam-se como sul-americanos<sup>12</sup>, e que a maior parte da mídia, em busca exclusivamente de vendas e consequentemente de lucro, dá espaços maiores para filmes estrangeiros, é difícil criar políticas culturais que incentivem uma maior integração do bloco (GUIMARÃES, 2015; SILVA, 2015). Pôde-se constatar que mesmo com essas dificuldades, o pensamento do governo Lula e de Rousseff foi de fomentar a construção de uma identidade mercosulina, trazendo a questão da diversidade cultural e do desenvolvimento.

Assim, a agenda progressista brasileira identificou que a questão central de integração regional passava pela necessidade de investimentos econômicos que promovessem e acelerassem a integração cultural. Fato que foi observado na XVIII reunião da RECAM, em que o governo da presidenta Dilma Rousseff, recém-eleito, afirmou que continuaria com as políticas iniciadas no governo anterior. Assim, o Brasil conferiu grande importância à indústria criativa, sobretudo a cinematográfica, como forma de fomentar uma identificação regional e estreitar laços na região.

Porém, conforme visto, o FAM, um dos maiores eventos cinematográficos do Mercosul, não foi formulado pelo governo brasileiro, e sim por produtores culturais que tinham o pensamento de fomentar o cinema na região. Isso vai ao encontro do pensamento de Maria

---

<sup>12</sup> GUIMARÃES, Thiago. **Brasil despreza identidade latina, mas quer liderança regional, aponta pesquisa.** BBC Brasil. 2015. Disponível em: <[http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/12/151217\\_brasil\\_latinos\\_tg](http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/12/151217_brasil_latinos_tg)>. Acesso em: 14 nov. 2016.

Susana Arrosa Soares (2008, p. 56) que diz que "as atividades culturais mais importantes com maior regularidade do bloco, têm resultado, principalmente, de iniciativas de novos atores internacionais como artistas, intelectuais, professores e pesquisadores universitários, alguns empresários e ONGs". Dessa forma, as iniciativas como o FAM têm origem em relações pessoais e, raramente são feitas a partir de políticas culturais externas formuladas pelo governo nacional.

Conclui-se que o Brasil teve a iniciativa na formulação de uma construção de integração cultural no Mercosul através da criação da RECAM. O país contribui, ainda que com valores baixos, com a maior parcela do orçamento da reunião. Importante destacar, também, que o Brasil tem projetos concretos de coprodução cinematográfica com a Argentina e o Uruguai. No ano de 2015, com o lançamento de um eixo do PRODECINE para coproduções com países latino-americanos, o país deu um passo importante em direção à integração cultural cinematográfica.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa apresentada nessa monografia teve por objetivo compreender como o Brasil se insere, através da cinematografia, nas políticas culturais do Mercosul em busca de uma identidade coletiva. Sob a lógica desta construção, as aproximações das diversidades culturais se tornam necessárias, pois auxiliam na redução das desigualdades e das assimetrias sociais e fortalecem a cooperação entre os Estados sul-americanos.

Para alcançar o sentido da construção da integração cultural no Mercosul, foi visto primeiramente o significado de cultura. Esta é a bússola que orienta a sociedade. Ela é toda a característica e conhecimento das mais diferentes sociedades do mundo e pode ser visualizada através do idioma, da tradição, das artes e por todas as outras infinitas formas de interações sociais. Em esfera internacional, manifestar a valorização da diversidade cultural é buscar a solidariedade entre os povos.

No esforço de entender o porquê de construir uma identidade mercosulina ser importante para os sul-americanos, contextualizou-se como as identidades são formadas no mundo contemporâneo. Dessa forma, mostrou-se que as identidades são fluídas, híbridas e moldadas em diferentes contextos sociais. Uma identidade comum promove interesses comuns, devido ao “outro” não ser visto como “outro” e sim como um “eu”. Assim, o reconhecimento recíproco entre as diferentes sociedades e países gera uma aptidão no trabalho conjunto à superação de conflitos e desconfianças, e no desenvolvimento sustentável e equitativo.

A sétima arte pode ser vista como uma ferramenta que atua com enorme influência no cotidiano das pessoas. Ela pode ser analisada tanto como um elemento da indústria cultural que dissemina valores e ideologias de uma hegemonia cultural, quanto como um meio que provoca a reflexão de valores e crenças que compõem a pluralidade cultural. Na economia criativa, o cinema é um produto criativo que traz conjuntamente valores culturais e econômicos. Com tal característica, por meio de políticas culturais, a cinematografia pode conciliar interesses privados, relativos ao modelo de negócio dessa indústria criativa, e o interesse público, sob o viés da promoção cultural.

Sob a ótica das integrações regionais, que surgem como forma de reorganização dos Estados, as políticas culturais e a diplomacia cultural podem conceber um aprofundamento nas relações intrabloco. As ações culturais de longo prazo ampliam a participação da sociedade civil, criam canais de conexões entre os povos e desempenham um ofício importante na promoção da cooperação.

O Mercosul não fugiu à tendência da integração regional através do intercâmbio econômico-comercial e iniciou sua construção cultural, ainda que com passos lentos, após a assinatura do Protocolo de Integração Cultural de 1996. O recorte cinematográfico da pesquisa mostrou que muito deve ser feito em relação às políticas culturais intrabloco. Os mercosulinos apresentam cenários muito desiguais na produção, na renda, no consumo e sofrem com a forte penetração de *majors* estrangeiras na distribuição de filmes na região. Pode-se dizer que existe cinco mercados cinematográficos que não estão interligados.

Sob esses aspectos teóricos e analíticos apresentados, com vistas a aprimorar a presente pesquisa, considera-se necessário o desenvolvimento das identidades dentro do campo de Relações Internacionais. Assim, pode-se entender melhor a relação de interesses entre o Estado e a sociedade. Além disso, para uma análise completa da dimensão das políticas culturais e cinematográficas no Mercosul, torna-se fundamental a investigação da ação dos outros países na vinculação com o bloco e não somente o enquadramento brasileiro.

Como reflexões finais, descrevendo o desdobramento do objetivo geral e respondendo à pergunta da pesquisa, afirma-se que o Brasil trabalhou ativamente na construção cultural e identitária do Mercosul, sobretudo com a entrada do governo Lula. Os governos brasileiros dos anos 1990 tiveram como orientação o fortalecimento da inserção brasileira em relação às potências comerciais, visando a atração do capital estrangeiro para o país. O tratamento dado ao bloco nesse período foi essencialmente econômico e comercial. Já os governos de Lula e da presidenta Dilma Rouseff trataram o Mercosul com um rumo mais político e social e trabalhou a integração pela identificação recíproca entre os países do bloco.

Não se pode negar que ambas as agendas se empenharam para alcançar melhores desenvolvimentos socioeconômicos, porém enquanto os neoliberais enfatizaram a sustentabilidade econômica, os progressistas buscaram a sustentabilidade social. Estes utilizaram o Mercosul como a principal ferramenta de projeção do Brasil no mundo e essa articulação política foi pensada como forma de fortalecer a integração, não só do bloco, mas da América Latina, objetivando assim uma menor dependência das potências econômicas tradicionais.

Com esse pensamento, a formulação política do Mercosul voltou-se a uma “agenda positiva”, visou à integração física do continente e criou organismos que vão além das relações econômicas e comerciais. Nesta perspectiva, o Brasil formulou, junto com os outros países do bloco, a RECAM. Segundo o ponto de vista do governo brasileiro, a RECAM é um órgão significativo na estruturação das políticas cinematográficas regionais e atua como um excelente local de diálogo.

Assim, em relação ao cinema com vistas ao maior entrelaçamento cultural e identitário da região, as ações emblemáticas do Brasil na cooperação no Mercosul são: a participação na RECAM através do SAV e a ANCINE; os acordos de coprodução entre Brasil e Argentina e Brasil e Uruguai, que em seus protocolos manifestam que esses acordos são importantes para região; e, mais recentemente, com o PRODECINE que investe em coproduções com países latino-americanos. Conforme visto, o Brasil contribui com a maior parte orçamentária de todas essas iniciativas, entretanto, esses valores ficam aquém de um investimento adequado e o país poderia estimular ainda mais o cinema mercosulino, sobretudo na distribuição e exibição.

Neste sentido, o FAM, uma das maiores plataformas de discussão e exibição da cinematografia mercosulina, foi formulado e pensado pela sociedade e visa a democratizar o acesso às produções dos países sul-americanos. Assim observado, o evento representa um real e forte diálogo na construção de uma região comum e mostra que uma das ações mais importantes de integração cultural, no âmbito da sétima arte, vêm de relações pessoais feitas a partir de políticas culturais formuladas pelas pessoas, produtores culturais, diretores e etc., e não do governo.

Por fim, é importante ressaltar que não há como prever com que forma as políticas culturais do Mercosul se comportarão perante a retomada da agenda neoliberal nos governos da América do Sul. O ministro das Relações Exteriores, José Serra (2016), em sua primeira aparição em terras estrangeiras, anunciou na Argentina que

"a diplomacia (brasileira) voltará a refletir de modo transparente e intransigente os legítimos valores da sociedade brasileira e os interesses de sua economia, a serviço do Brasil como um todo, e não mais das conveniências e preferências ideológicas de um partido político e de seus aliados no exterior" (SERRA, 2016 apud PEROSA, 2016).

A tendência é que, com esta ideologia, o Brasil volte a atuar em uma agenda mais comercial e econômica e menos política no Mercosul. Dessa forma, o fomento da identidade sul-americana pela cultura e pelo cinema fica em xeque. Porém, não se deve abdicar dessa construção de região coletiva. O cinema mercosulino, debatido nessa pesquisa por meio de iniciativas como as coproduções entre Brasil e Argentina, Brasil e Uruguai, o PRODECINE, a RECAM, a formulação da RSD e eventos como o FAM, mostra que há, de fato, uma luz do outro lado do rio. Assim sendo, para que um dia a região se torne mais integrada, diversa e de todos, deve-se continuar a remar.

## REFERÊNCIAS

- ACHUGAR, Hugo. A política cultural no acordo Mercosul. **Estud. av.**, São Paulo, v. 8, n. 20, p. 215-229, Abr. 1994. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-40141994000100021&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40141994000100021&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 20 nov. 2016.
- ALVAREZ, Maria Luisa Ortíz. **A diversidade cultural no processo de integração latino-americana: o grande desafio do século XXI**. Intercambio, v. 1, p. 40-53, 2008. Disponível em <[http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/2801/1/artigo\\_AQuest%C3%A3oDaDiversidadeCultural.pdf](http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/2801/1/artigo_AQuest%C3%A3oDaDiversidadeCultural.pdf)>. Acesso em: 20 nov. 2016.
- ANCINE. **ANCINE abre edital inédito de apoio à produção com a América Latina**. 2015. Disponível em: <<https://www.ancine.gov.br/sala-imprensa/noticias/ancine-abre-edital-dito-de-apoio-produ-o-com-am-rica-latina>>. Acesso em: 20 nov. 2016.
- \_\_\_\_\_. **Valor adicionado pelo setor audiovisual**. Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual. 2016. Disponível em: <[http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/Estudos/Um\\_Estudo\\_Sobre\\_o\\_Valor\\_Adicionado\\_pelo\\_Setor\\_Audiovisual\\_2016.pdf](http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/Estudos/Um_Estudo_Sobre_o_Valor_Adicionado_pelo_Setor_Audiovisual_2016.pdf)>. Acesso em: 20 nov. 2016.
- BAUMAN, Zygmunt. **Identidade: entrevista a Benedetto**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005. Disponível em: <<https://identidadesculturais.files.wordpress.com/2011/05/baumanzygmunt-identidade.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2016.
- BANDEIRA, Luiz Alberto de Vianna Moniz. **Brasil, Argentina e Estados Unidos: conflito e integração na América do Sul (da Tríplice Aliança ao Mercosul)**. Civilização Brasileira, Ed. 1: 2010.
- BRITEZ, Isabel Apel. **Cultura e regionalismo: o audiovisual no Mercosul**. Revista de Iniciação Científica em Relações Internacionais, v. 3, n. 6, p.113-137. UFPB: 2016. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/index.php/ricri/article/download/28436/15565>>. Acesso em: 20 nov. 2016.
- CANEDO, Daniele Pereira. **Cultura, Democracia e participação social: um estudo da II Conferência Estadual de Cultura da Bahia**. 2008. 190 f. Dissertação (Mestrado) - Cultura e Sociedade, Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação, Salvador, 2008. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/10590/1/disertacao%20Daniele%20Canedo.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2016.
- \_\_\_\_\_. **Todos contra Hollywood?: Políticas, redes e fluxos do espaço cinematográfico do Mercosul e a cooperação com a União Europeia**. 2013. 451 f. Tese (Doutorado) - Cultura e Sociedade, Universidade Federal da Bahia e Vrije Universiteit Brussel., Salvador, 2013. Disponível em: <[https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/14836/1/DanieleCanedo\\_tese\\_02ABRIL2014.pdf](https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/14836/1/DanieleCanedo_tese_02ABRIL2014.pdf)>. Acesso em: 20 nov. 2016.
- CANEDO, Daniele Pereira; LOIOLA, Elisabeth; PAUWELS, Caroline. **RECAM e a política cinematográfica do Mercosul: promoção da integração regional e da diversidade**

cultural? **Políticas Culturais em Revista**, Salvador, v. 8, n. 1, p.2-20, 2015. Disponível em: <<http://www.portalseer.ufba.br/index.php/pculturais/article/viewFile/13462/9742>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

CANEDO, Daniele Pereira; RANAIVOSON, Heritiana; LOIOLA, Elisabeth. **Existe uma indústria cinematográfica do Mercosul?:** uma análise da Rede Social de Produção do cinema regional. Encontro baiano de estudos em cultura, ed. 3. Disponível em: <<http://www3.ufrb.edu.br/ebecult/wp-content/uploads/2012/04/Daniele-Canedo.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

CABALLERO, Sergio. **Tres hitos del mercosur a la Luz de las Teorías de Relaciones Internacionales.** 2009. Disponível em: <[http://paperroom.ipsa.org/papers/paper\\_384.pdf](http://paperroom.ipsa.org/papers/paper_384.pdf)>. Acesso em: 20 nov. 2016.

CABALLERO, Sergio. **El proceso de integración del MERCOSUR a través de las teorías de la integración regional.** CEFIR, 2011.

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede: do conhecimento à política. In: CASTELLS, Manuel; CARDOSO, Gustavo (Org.). **A sociedade em rede:** do conhecimento à política. Centro Cultural de Belém. Belém, 2005. Cap. 1. p. 17-30.

CASTRO, Matías. **El cine uruguayo perdió la mitad de su público en salas comerciales.** El Observador. 2016. Disponível em: <<http://www.elobservador.com.uy/el-cine-uruguayo-perdio-la-mitad-su-publico-salas-comerciales-n877142>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

CHAUÍ, Marilena. **Cultura e democracia.** In: Crítica y emancipación: Revista latino-americana de Ciencias Sociales. Año 1, no. 1, jun., 2008. Buenos Aires: CLACSO, 2008. Disponível em: <<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/secret/CyE/cye3S2a.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

CNAC. **El 2015:** récord de estrenos en la historia del cine venezolano. Centro Nacional Autónomo de Cinematografía. 2015. Disponível em: <<http://www.cnac.gob.ve/?p=6349>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

COMIN, Daniela Cristina. Integração regional e identidade coletiva. In: COMIN, Daniela Cristina. **As relações argentino-brasileiras: identidade coletiva e suas implicações no processo de construção do Mercosul.** 2008. Disponível em: <<http://www.eumed.net/libros-gratis/2008a/377/Integracao%20regional%20e%20identidade%20coletiva.htm>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

COSTA, Rogério Santos da. Mercosul: antecedentes, formação e sistema institucional. In: SILVA, Karine de Souza; COSTA, Rogério Santos da. **Organizações internacionais de integração regional:** União Europeia, Mercosul e Unasul. Florianópolis: Ufsc: Fundação Boiteux, 2013. p. 191-234.

DAIELLO, Janaina Zart. **Coprodução entre o Brasil e Argentina no cinema:** O caso do filme *Insônia* de Beto Souza. 50 f. TCC (Graduação) - Curso de Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/37574/000820158.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 20 nov. 2016.



DUISENBERG, Edna dos Santos. A economia criativa: uma opção de desenvolvimento viável? In: REIS, Ana Carla Fonseca (Org.). **Economic criativa como estratégia de desenvolvimento**: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural, 2008. p. 52-73. Disponível em: <[https://disciplinas.stoa.usp.br/pluginfile.php/112807/mod\\_resource/content/1/EconomiaCriativaPortugues.pdf](https://disciplinas.stoa.usp.br/pluginfile.php/112807/mod_resource/content/1/EconomiaCriativaPortugues.pdf)>. Acesso em: 20 nov. 2016.

FOCUS. **FOCUS 2010**: World Film Market Trends. Tendances du Marché Mondial du Film. European Audiovisual Observatory. Strasbourg/Cannes: Marché du Film. 2010. Disponível em: <<http://www.obs.coe.int/documents/205595/424287/focus2010+optim.pdf/94edb391-5bfe-4c1d-be83-7d79a98c67c4>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

FAM DE TODOS. **Vinte anos dedicados ao desenvolvimento cinematográfico**. 2016. Disponível em: <<http://www.famdetodos.com.br/noticia.asp?id=462&lang=pt#.WCAR8eErJGM>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

FERREIRA, Bruna de Fátima Brito. Diplomacia cultural brasileira para o Mercosul: avanços e desafios no governo Lula. In: GOVERNANÇA GLOBAL: TRANSFORMAÇÕES, DILEMAS E PERSPECTIVAS, 2015, São Paulo. **Anais Eletrônicos do SIMPORI 2015**. São Paulo: Unesp, Unicamp, Pucsp, 2015. p. 1 - 17. Disponível em: <[http://www.santiagodantassp.locaweb.com.br/novo/images/simposio/artigos2015/BRITO\\_Diplomacia.pdf](http://www.santiagodantassp.locaweb.com.br/novo/images/simposio/artigos2015/BRITO_Diplomacia.pdf)>. Acesso em: 20 nov. 2016.

FIRJAN. **Mapeamento da indústria criativa no brasil**. Rio de Janeiro: 2014. Disponível em: <<http://www.abradi.com.br/wp-content/uploads/2015/05/Mapeamento-2014.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

FURTADO, Celso. Prefácio. In: ÁLVAREZ, Gabriel O. (Org.). **Indústrias culturais no Mercosul**. Brasília: Instituto Brasileiro de Relações Internacionais, 2003. p. 11-15.

FSA. **O que é o FSA**. Fundo Setor Audiovisual. Disponível em: <<http://fsa.ancine.gov.br/?q=o-que-e-fsa/>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

FSA. **Chamada pública BRDE/FSA PRODECINE 03/2016**. 2016. Disponível em: <[http://www.brde.com.br/wp-content/uploads/2016/10/Edital\\_PRODECINE-03-2016.pdf](http://www.brde.com.br/wp-content/uploads/2016/10/Edital_PRODECINE-03-2016.pdf)>. 20 nov. 2016.

GOMES, Cleber Fernando. Polos de Cinema: formas de desenvolvimento e integração entre nações. **Revista Parlasur**, Montevideu, abril, 2016. Disponível em: <<https://www.parlamentomercosur.org/innovaportal/file/10763/1/0artigo.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

GIL, Luciana; PAIKIN, Damián. Mapa de la Integración Regional en América Latina: procesos e instituciones. **Nueva Sociedad**, p.1-34, set. 2013. Disponível em: <<http://www.ba.unibo.it/risorse/files/GilInt.RegionalenAL.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

INCAA. **Anuario 2015 de la indústria cinematográfica y audiovisual Argentina**. 2015. Disponível em: <[http://fiscalizacion.incaa.gov.ar/images/Anuarios/Anuario\\_2015.pdf](http://fiscalizacion.incaa.gov.ar/images/Anuarios/Anuario_2015.pdf)>. Acesso em: 20 nov. 2016.

HALL, Stuart. **A identidade cultural da pós-modernidade**. DP&A, 2005.

HOLLEBEN, Índia Mara Aparecida Dalavia de Souza. **Cinema e Educação: diálogo possível**. 2011. Disponível em: <<http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/pde/arquivos/462-2.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

KUNSCH, Margarida M. Krohling (Org.). **Indústrias culturais e os desafios da integração latino-americana**. São Paulo: Intercom, 1993. 163 p.

LILLO, Gastón; CHACÓN, Albino. El cine latinoamericano: del código realista al código postmoderno. **Revista del Instituto de Análisis Semiótico del Discurso**, San José, v. 2, n. 2, p.45-56. 1998. Disponível em: <<http://www.biblioteca.unlpam.edu.ar/pubpdf/anclajes/v02a04chacon.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

LITTÍN, Miguel. **O novo cinema latino-americano: a busca da identidade perdida**. Carta Maior On-line. 2006. Disponível em: <<http://www.cartamaior.com.br/?/Editoria/Midia/O-Novo-Cinema-Latino-americano-a-busca-da-identidade-perdida/12/10881>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

LULA DA SILVA, Luis Inácio. **"O Brasil votou para mudar", discursa Lula**. Folha Online 2002. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc2910200209.htm>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

LULA DA SILVA, Luis Inácio. **Leia a íntegra do discurso de Lula em Porto Alegre**. Folha Online. 2003. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u54086.shtml>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

MACHADO, Felipe Viero Kolinski. Para, epistemologicamente, pensar o saber, o conhecimento e a comunicação: noções primeiras para uma tese em construção. In: Seminário Internacional de Pesquisa em Comunicação, 5. Santa Maria: Ufsm, 2013. p. 1 - 15. Disponível em: <[http://coral.ufsm.br/sipecom/2013/wp-content/uploads/gravity\\_forms/1-997169d8a192ed05af1de5bcf3ac7daa/2013/09/sipecom\\_pdf.pdf](http://coral.ufsm.br/sipecom/2013/wp-content/uploads/gravity_forms/1-997169d8a192ed05af1de5bcf3ac7daa/2013/09/sipecom_pdf.pdf)>. Acesso em: 20 nov. 2016.

MACHADO, Gabriel Luiz. **A difusão cultural brasileira como instrumento de política externa: estratégias contemporâneas**. 2012. 75 f. TCC (Graduação) - Curso de Relações Internacionais, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/71683/000879328.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

MACHADO, Rosi Marques. **Da indústria criativa à economia criativa**. ALCEU, v. 9, n. 18, p. 83-95. 2009. Disponível em: <[http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/Alceu%2018\\_artigo%206%20\(pp83%20a%2095\).pdf](http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/Alceu%2018_artigo%206%20(pp83%20a%2095).pdf)>. Acesso em: 20 nov. 2016.

MAPA, Dhiego de Moura. **Política externa do governo Lula: o papel da cultura (2003-2006)**. 101 p. TCC (Graduação) - Curso de História, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2009. Disponível em: <[http://agendas\\_de\\_politica\\_externa\\_iri.usuarios.rdc.puc-rio.br/pdfs/ec/monografias/monografia\\_dhiego\\_mapa.pdf](http://agendas_de_politica_externa_iri.usuarios.rdc.puc-rio.br/pdfs/ec/monografias/monografia_dhiego_mapa.pdf)>. Acesso em: 20 nov. 2016.

MATTA, João Paulo Rodrigues. **Políticas públicas federais de apoio à indústria cinematográfica brasileira: um histórico de ineficácia na distribuição**. Revista Desenbahia n. 8, 2008. Disponível em: <[http://www.cenacine.com.br/wp-content/uploads/joao-industria-cinematografica-brasileira-e-ineficacia-na-distribuicao\\_jpmatta\\_revista-desenbahia-2008.pdf](http://www.cenacine.com.br/wp-content/uploads/joao-industria-cinematografica-brasileira-e-ineficacia-na-distribuicao_jpmatta_revista-desenbahia-2008.pdf)>. Acesso em: 20 nov. 2016.

MELLO, Gustavo; GOLDENSTEIN, Marcelo; FERRAZ, Rafael. O audiovisual brasileiro em um novo cenário. **Economia Criativa: BNDES Setorial**, v. 38, p.291-328, set. 2016. Disponível em: <[http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes\\_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/bnset/set3808.pdf](http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/bnset/set3808.pdf)>. Acesso em: 20 nov. 2016.

MERCOSUL. **Legislação e textos básicos**. 656 p. Ed. 5. Brasília: Senado Federal. 2011. Disponível em: <<http://goo.gl/1jU5yM>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

\_\_\_\_\_. **MERCOSUL/CMC/DEC. Nº 11/96**. 1996. Disponível em: <<https://goo.gl/btuU2q>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

\_\_\_\_\_. **MERCOSUL/GMC/RES. Nº 34/92**. 1992. Disponível em: <<http://gd.mercosur.int/SAM/GestDoc/pubweb.nsf/OpenFile?OpenAgent&base=SAM/GestDoc/DocOfic0Arch.nsf&id=A202AED8CD25EF8883257C850046F24E&archivo=ATTTXG4N.DOC>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

\_\_\_\_\_. **MERCOSUL/GMC/RES. Nº 49/03**. 2003. Disponível em: <<https://goo.gl/geAow3>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

\_\_\_\_\_. **MERCOSUL/GMC/RES. Nº 27/09**. 2009. Disponível em: <[http://www.mercosur.int/innovaportal/file/6350/1/res\\_027-2009\\_pt\\_ferr2\\_conveniofinanc\\_mcs\\_audiovisual.pdf](http://www.mercosur.int/innovaportal/file/6350/1/res_027-2009_pt_ferr2_conveniofinanc_mcs_audiovisual.pdf)>. Acesso em: 20 nov. 2016.

\_\_\_\_\_. **MERCOSUL/GMC/RES. Nº 47/15**. 2015. Disponível em: <[http://www.recam.org/pma/files/other/332/rsd\\_pt.pdf](http://www.recam.org/pma/files/other/332/rsd_pt.pdf)>. Acesso em: 20 nov. 2016..

\_\_\_\_\_. **Países do MERCOSUL**. Mercosul. Disponível em: <<http://www.mercosur.int/innovaportal/v/7824/3/innova.front/paises-do-mercosul>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

MOCELLIM, Allan. A questão de identidade em Giddens e Bauman. **Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC**, Vol. 5, n.1 (1), agosto-dezembro, 2008. Disponível em: <<https://goo.gl/RYlh1P>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

NASCIMENTO, José Leonardo do. **Arte como Cultura: Concepções e Problematizações**. Rede São Paulo de Formação Docente. Unesp, 2012. 55p. Disponível em: <<http://goo.gl/j1ykNM>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

NASTARI, Danielle Misura. **O Itamaraty e a promoção eletrônica das artes visuais no exterior**. 30 p. Monografia (Pós-Graduação) - Curso de Gestão de Projetos Culturais e Organização de Eventos, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013. Disponível em: <<http://200.144.182.130/celacc/sites/default/files/media/tcc/654-1781-1-SP.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

NOE, Sergio. **Más de 20 películas paraguayas se estrenarán en los cines en 2015**. Última Hora. 2014. Disponível em: <<http://www.ultimahora.com/mas-20-peliculas-paraguayas-se-estrenaran-los-cines-2015-n856219.html>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

NOGUEIRA, Carolina Dantas. Os atores sociais e a teoria das relações internacionais. In: 3º ENCONTRO NACIONAL ABRI 2001, 3., 2011, São Paulo. **Proceedings online...** Associação Brasileira de Relações Internacionais Instituto de Relações Internacionais - USP, Disponível em: <[http://www.proceedings.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=MSC000000012201100100045&lng=en&nrm=abn](http://www.proceedings.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=MSC000000012201100100045&lng=en&nrm=abn)>. Acesso em: 20 nov. 2016.

NYE, Joseph S. Soft Power. In: **Bound to Lead: The Changing Nature of American Power**. Nova Iorque: Basic Books, 1990. Disponível em: <<http://goo.gl/h5dKqN>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

PANVISION. **I Carta de Florianópolis**. Disponível em: <<http://www.panvision.com.br/historico.html>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

PATRIOTA, Lúcia Maria. Cultura, identidade cultural e globalização. **Revista Eletrônica de Ciências Sociais**. João Pessoa, p. 1-6. Ago. 2002. Disponível em: <<http://www.cchla.ufpb.br/caos/numero4/04patriota.pdf>>. Acesso em: 27 jul. 2016.

PENA, Rodolfo F. Alvez. **Países membros do Mercosul**. Mundo Educação. Disponível em: <<http://mundoeducacao.bol.uol.com.br/geografia/paisesmembros-mercosul.htm>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

PEROSA, Teresa. **José Serra quer um novo Mercosul**: em sua primeira escala internacional como chanceler, ele foi à Argentina. Quer Macri como sócio de um bloco regional menos político e mais voltado para o comércio. Época Online. Disponível em: <<http://epoca.globo.com/ideias/noticia/2016/05/jose-serra-quer-um-novo-mercosul.html>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

PORTAL BRASIL. **O investimento em audiovisual é o maior da história do Brasil**. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/cultura/2015/06/investimento-em-audiovisual-e-o-maior-da-historia-do-brasil>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

PREDEBON, Eduardo Angonesi; BULGACOV, Sergio. **Processo de integração regional e internacionalização**: o caso da Weg. Encontro de Estudos em Estratégia, n. 5. Porto Alegre, 2011. Disponível em: <[http://www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/3Es/3es\\_2011/2011\\_3ES149.pdf](http://www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/3Es/3es_2011/2011_3ES149.pdf)>. Acesso em: 20 nov. 2016.

RECAM. **ATA N° 03/04**. 2004. Disponível em:

<[http://www.recam.org/\\_files/documents/acta\\_iii\\_reunionordinariarecam.pdf](http://www.recam.org/_files/documents/acta_iii_reunionordinariarecam.pdf)>. Acesso em: 20 nov. 2016.

\_\_\_\_\_. **ATA N° 04/04**. 2004. Disponível em:

<[http://www.recam.org/\\_files/documents/acta\\_iv\\_reunionordinariarecam.pdf](http://www.recam.org/_files/documents/acta_iv_reunionordinariarecam.pdf)>. Acesso em: 20 nov. 2016.

\_\_\_\_\_. **ATA N° 01/05**. 2005. Disponível em:

<[http://www.recam.org/\\_files/documents/acta\\_i\\_reunionextraordinaria.pdf](http://www.recam.org/_files/documents/acta_i_reunionextraordinaria.pdf)>. Acesso em: 20 nov. 2016.

\_\_\_\_\_. **ATA N° 02/06**. 2006. Disponível em:

<[http://www.recam.org/\\_files/documents/acta\\_viii\\_reunionordinariarecam.pdf](http://www.recam.org/_files/documents/acta_viii_reunionordinariarecam.pdf)>. Acesso em: 20 nov. 2016.

\_\_\_\_\_. **ATA N° 03/06**. 2006. Disponível em:

<[http://www.recam.org/\\_files/documents/acta\\_ix\\_reunionordinariarecam.pdf](http://www.recam.org/_files/documents/acta_ix_reunionordinariarecam.pdf)>. Acesso em: 20 nov. 2016.

\_\_\_\_\_. **ATA N° 01/07**. 2007. Disponível em:

<[http://www.recam.org/\\_files/documents/acta\\_x\\_reuninordinariarecam.pdf](http://www.recam.org/_files/documents/acta_x_reuninordinariarecam.pdf)>. Acesso em: 20 nov. 2016.

\_\_\_\_\_. **ATA N° 01/11**. 2011. Disponível em:

<[http://www.recam.org/\\_files/documents/actafinal\\_reunion\\_xviii.pdf](http://www.recam.org/_files/documents/actafinal_reunion_xviii.pdf)>. Acesso em: 20 nov. 2016.

\_\_\_\_\_. **ATA N° 01/12**. 2012. Disponível em:

<[http://www.recam.org/\\_files/documents/xx\\_ro\\_recam\\_acta\\_firmada.pdf](http://www.recam.org/_files/documents/xx_ro_recam_acta_firmada.pdf)>. Acesso em: 20 nov. 2016.

\_\_\_\_\_. **ATA N° 01/15**. 2015. Disponível em:

<[http://www.recam.org/\\_files/documents/acta\\_recam.pdf](http://www.recam.org/_files/documents/acta_recam.pdf)>. Acesso em: 20 nov. 2016.

\_\_\_\_\_. **ATA N° 01/16**. 2016. Disponível em:

<[http://www.recam.org/\\_files/documents/acta\\_recam\\_xxvii.pdf](http://www.recam.org/_files/documents/acta_recam_xxvii.pdf)>. Acesso em: 20 nov. 2016.

\_\_\_\_\_. **A Rede de Salas Digitais do Mercosul**. Disponível em:

<<http://www.recam.org/pma/pt/noticias/a-rede-de-salas-digitais-do-mercosul>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

REIS, Ana Carla Fonseca. Introdução. In: REIS, Ana Carla Fonseca (Org.). **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento**: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural, 2008. p. 14-49. Disponível em:

<[https://disciplinas.stoa.usp.br/pluginfile.php/112807/mod\\_resource/content/1/EconomiaCriativaPortugues.pdf](https://disciplinas.stoa.usp.br/pluginfile.php/112807/mod_resource/content/1/EconomiaCriativaPortugues.pdf)>. Acesso em: 20 nov. 2016.

RIBEIRO, Edgard Telles. **Diplomacia Cultural: seu papel na política externa brasileira.** Brasília: Fundação Alexandre de Gusmão, 2011. 128p. Disponível em: <<http://goo.gl/wSuoMF>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

RIGGIROZZI, Pía; TUSSIE, Diana. The rise of post-hegemonic regionalism in Latin America. In: RIGGIROZZI, Pía; TUSSIE, Diana (Ed.). **The rise of post-hegemonic regionalism: the case of Latin America.** 4. ed. Londres: Springer, 2012. Cap. 1. p. 1-17.

SANTOS, Cátia Cilene dos. **O cinema como agente construtor da identidade cultural.** Seminário de estudos culturais, identidades e relações interétnicas. Universidade Federal de Sergipe. Sergipe, 2009. Disponível em: <[http://www.gerts.com.br/seciri/anais\\_I\\_SECIRI/gt\\_06/Catia\\_Cilene\\_dos\\_Santos.pdf](http://www.gerts.com.br/seciri/anais_I_SECIRI/gt_06/Catia_Cilene_dos_Santos.pdf)>. Acesso em: 20 nov. 2016.

SANTOS, José Luiz dos. **O que é cultura?** São Paulo. Brasiliense, 1986.

SANTOS, Raquel Paz dos. **Relações Brasil-Argentina: a cooperação cultural como instrumento de integração regional.** Est. Hist., Rio de Janeiro, vol. 22, n. 44, p. 355-375, julho-dezembro de 2009. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-21862009000200003](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-21862009000200003)>. Acesso em: 20 nov. 2016.

SARAIVA, Grazielle. Os desafios da integração cultural da América do sul. In: Simpósio de Pós-Graduação em Relações Internacionais, 3., 2011, São Paulo. **Anais...** São Paulo: San Tiago Dantas, 2011. Disponível em: <[http://www.santiagodantassp.locaweb.com.br/br/simp/artigos2011/graziele\\_saraiva.pdf](http://www.santiagodantassp.locaweb.com.br/br/simp/artigos2011/graziele_saraiva.pdf)>. Acesso em: 20 nov. 2016.

SAV. **Relatório de Gestão 2009.** Secretaria do Audiovisual, Ministério da Cultura. 2009. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/documents/10883/1212327/Relatorio+de+Gestao+2009+SAV.pdf/b137d7e2-609d-4d55-b2ee-35c1f83986ee>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

SEN, Amartya. **Identidade e violência: a ilusão do destino.** 1 Ed. São Paulo: Iluminuras. Itaú Cultural. 2015. Disponível em: <[http://d3nv1jy4u7zmsc.cloudfront.net/wp-content/uploads/2016/03/IDENTIDADE-E-VIOLENCIA\\_-Final.pdf](http://d3nv1jy4u7zmsc.cloudfront.net/wp-content/uploads/2016/03/IDENTIDADE-E-VIOLENCIA_-Final.pdf)>. Acesso em: 20 nov. 2016.

SILVA, Denise Mota da. **Vizinhos Distantes Circulação Cinematográfica no Mercosul.** São Paulo: Anna Blume, 2007.

SILVA, Janaína Carvalho. **Cinema, identidade cultural latino-americana e o imperialismo estadunidense.** 25 f. TCC (Especialista) - Curso de Gestão de Projetos Culturais e Organização de Eventos, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015. Disponível em: <[http://200.144.182.130/celacc/sites/default/files/media/tcc/cinema\\_identidade\\_latino\\_america\\_janaina\\_gestcultb.pdf](http://200.144.182.130/celacc/sites/default/files/media/tcc/cinema_identidade_latino_america_janaina_gestcultb.pdf)>. Acesso em: 20 nov. 2016.

SILVA, Karine de Souza. Organizações Internacionais de Integração Regional: abordagens teórico-conceituais. In: SILVA, Karine de Souza; COSTA, Rogério Santos da. **Organizações**

**internacionais de integração regional:** União Europeia, Mercosul e Unasul. Florianópolis: Ufsc: Fundação Boiteux, 2013. p. 13-52.

SILVA, Maurício Pedro da. Questionamentos acerca dos conceitos fundamentais de globalização, identidade e pós-modernidade a partir da obra de Stuart Hall. **Revista de História e Estudos Culturais**, Rio de Janeiro, v. 4, n. 4, p.1-4, jan. 2007. Trimestral. Disponível em:

<<http://www.revistafenix.pro.br/PDF10/RESENHA2.Mauricio.Pedro.da.Silva.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

SILVA FILHO, Nilson Costa da. **A divisão de promoção do audiovisual no Ministério das Relações Exteriores do Brasil**. 95 f. Monografia (Especialização) - Curso de Comunicação Social - Audiovisual, Universidade de Brasília, Brasília, 2011. Disponível em: <[http://bdm.unb.br/bitstream/10483/3107/1/2011\\_NilsonCostadaSilvaFilho.pdf](http://bdm.unb.br/bitstream/10483/3107/1/2011_NilsonCostadaSilvaFilho.pdf)>. Acesso em: 20 nov. 2016.

SILVA JUNIOR, Humberto Alves. **Walter Benjamin e a dimensão política da Indústria Cultural**. Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura. Salvador, 2007. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/enecult2007/HumbertoAlvesSilvaJunior.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

STETS, Jan E. BURKE, Peter J. **Identity Theory and Social Identity Theory**. Social Psychology Quarterly. Vol. 63, n. 3, 224-237. Washington. 2000. Disponível em: <<http://wat2146.ucr.edu/papers/00a.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

SOARES, Maria Susana Arrosa. A Diplomacia Cultural no Mercosul. **Rev. Bras. Polít. Int.** 51 (1): 53-69, 2008. Disponível em: <<http://goo.gl/nPz62J>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

SOUSA, Rainer Gonçalves. **"Zollverein"**. Brasil Escola. Disponível em <<http://brasilecola.uol.com.br/historiag/zollverein.htm>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

UNESCO. **Declaração universal da diversidade cultural**. 2002. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127160por.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2016..

UNESCO. **Investir na diversidade cultural e no diálogo intercultural**. Organizações das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e Cultura. Paris, 2009. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001847/184755por.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

OURIVES, Maíra. **Soft power e indústria cultural: a política externa norte-americana presente no cotidiano do indivíduo**. Revista Acadêmica de Relações Internacionais, ed. 4, v. II. 2013. Disponível em: <<http://rari.ufsc.br/files/2013/10/RARI-N%C2%B04-Vol.-II-Artigo-7.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

VALENTE, Leonardo. Cultura contemporânea na América Latina. In: SARTI, Ingrid; MARTINS, José Renato Vieira; LESSA, Mônica Leite; CARVALHO, Glauber Cardoso. (Org.). **Os desafios da integração sul-americana: autonomia e desenvolvimento**. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2014.

VIGEVANI, Tullo; RAMANZINI JÚNIOR, Haroldo. **Mudanças da inserção brasileira na América Latina**. Lua Nova, São Paulo, n. 78, p. 37-75. 2009.

WARNIER, Jean-Pierre. **A mundialização da Cultura**. Rio de Janeiro. Edusc, 2003. 182 p.

ZANELLA, Cristine Koehler; NEVES JÚNIOR, Edson José. (Org.). **As Relações Internacionais e o Cinema, Volume 1: Espaços e Atores Transnacionais**. Belo Horizonte, MG: Fino Traço. 2015.