



Escola de Sociologia e Políticas Públicas

## Globalização e diversidade cultural na atividade cinematográfica

Carlos Miranda

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de

Mestre em Sociologia

Orientadora:

Doutora Rita Maria Espanha Pires Chaves Torrado da Silva (Professora Auxiliar),  
ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa

Junho, 2015

## **Agradecimentos**

Apesar de se tratar de um projeto individual, esta dissertação está longe de resultar pura e simplesmente do meu trabalho. Gostaria por isso de dedicar estas breves palavras de agradecimento a um conjunto de pessoas fundamentais no percurso até à conclusão desta etapa.

Desde logo a todos os que em algum momento contribuíram para a formação do meu caráter e do meu espírito crítico e curioso, entre os quais destaco amigos que encontrei ao longo da vida e professores, em particular os da licenciatura e mestrado em Sociologia no ISCTE-IUL.

À professora Rita Espanha pela coordenação deste trabalho, que desde o primeiro momento acreditou neste tema e confiou nas minhas capacidades.

Por fim aos meus pais, por todo o carinho e exemplo de perseverança, e à Daniela, companheira de tudo, inspiração, alento e porto de abrigo, que foi ainda a voz da razão que me lançou nesta viagem pela Sociologia.

## **Resumo**

Em contexto de profunda globalização, o cinema permanece como uma das indústrias culturais mais apreciadas e lucrativas, com um alcance potencialmente mundial. Comporta e difunde representações, valores e significados que reforçam a importância da diversidade cultural nesta forma de expressão artística. A discussão teórica tem-se repartido essencialmente entre os autores que vêm na disseminação massificada dos produtos culturais uma ameaça de homogeneização e, pelo contrário, aqueles para quem a tendência de uniformização não coloca em causa a subsistência das culturas locais. No plano político-institucional, a Convenção sobre a Proteção e a Promoção da Diversidade das Expressões Culturais, promovida pela UNESCO, foi o culminar de uma longa disputa entre países defensores da absoluta liberalização do mercado e os que reivindicam a especificidade dos bens culturais e a implementação de medidas de regulação. Em termos empíricos o tema não se encontra suficientemente estudado, pelo que o objetivo deste trabalho consiste na análise extensiva e multidimensional da diversidade cultural no panorama cinematográfico à escala mundial a partir de estatísticas oficiais. A hipótese é a de que globalmente existe reduzida diversidade e forte concentração na produção, distribuição, exibição e consumo de cinema, sobretudo em função da predominância de títulos norte-americanos. Os resultados confirmam a hipótese enunciada, de forma menos vincada em contextos onde existe maior relevância e dinamismo do cinema nacional, e traduzem-se não só num conhecimento mais profundo do tópico como num barômetro que pode orientar futuras decisões político-culturais em relação ao cinema.

**Palavras-chave:** sociologia, globalização, cinema, diversidade cultural, uniformização cultural.

## **Abstract**

In a context of profound globalization, cinema remains one of the most popular and lucrative cultural industries, with a potentially global reach. Carries and spreads representations, values and meanings that reinforce the importance of cultural diversity regarding this form of artistic expression. Theoretical discussion is mainly divided between authors who consider mass dissemination of cultural products a threat of homogenization and, on the other hand, those for whom the trend of uniformity does not jeopardize the subsistence of local cultures. At the political-institutional level, UNESCO's Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions was the culmination of a long dispute between countries promoting an absolute liberalization of the market and those claiming the specificity of cultural goods and the implementation of regulatory measures. Empirically, the subject is not sufficiently studied, so the aim of this work is to carry an extensive and multidimensional analysis of cultural diversity in worldwide film panorama working with official statistics. The hypothesis is that globally there is reduced diversity and strong concentration on production, distribution, exhibition and consumption of cinema, mainly due to the predominance of North American films. Results confirm the hypothesis stated, to a lesser extent in contexts in which there is greater relevance and dynamism of national cinema, and translate not only into a deeper understanding of the topic but also as a barometer that can guide political and cultural decisions in relation to cinema in the future.

**Keywords:** sociology, globalization, cinema, cultural diversity, cultural uniformity.

## **Índice**

INTRODUÇÃO .....	1
1.DINÂMICAS DE GLOBALIZAÇÃO CULTURAL .....	3
1.1. Globalização e cinema .....	4
1.2. Uniformização e hegemonia .....	5
1.3. Mecanismos e fenómenos contra-hegemónicos.....	6
2.A IMPORTÂNCIA DA DIVERSIDADE.....	10
2.1. Representações no cinema: história e ideologia .....	10
2.2. Do valor artístico das obras .....	13
3.METODOLOGIA .....	15
3.1. Do conceito de diversidade cultural à pesquisa empírica.....	15
3.2. Período temporal, universo e amostra .....	16
3.3. Construção do modelo de análise da diversidade no cinema .....	17
3.3.1. Produção .....	19
3.3.2. Distribuição e exibição .....	19
3.3.3. Consumo .....	19
4.ANÁLISE DOS DADOS .....	23
4.1. Diversidade na produção .....	23
4.2. Diversidade na distribuição e exibição.....	24
4.3. Diversidade no consumo .....	26
4.4. Síntese comparativa.....	32
CONCLUSÕES .....	36
FONTES .....	39
BIBLIOGRAFIA .....	39
ANEXO ESTATÍSTICO .....	A

## **Índice de Quadros**

Quadro 3.1. Caracterização da amostra.....	17
Quadro 3.2. Modelo de análise.....	22
Quadro 4.1. 10 maiores países produtores de cinema, 2011 .....	23
Quadro 4.2. N.º de filmes produzidos por país (incluindo coproduções), 2011 .....	24
Quadro 4.3. Ecrãs <i>per capita</i> , 2011 .....	24
Quadro 4.4. N.º de distribuidores ativos, 2011.....	25
Quadro 4.5. N.º de filmes exibidos, 2011.....	25
Quadro 4.6. Quota de mercado dos três maiores distribuidores, 2011 (% de espectadores) .....	26
Quadro 4.7. Filmes de produção nacional no total de filmes exibidos, 2011 (%).....	26
Quadro 4.8. Espectadores <i>per capita</i> , 2011.....	27
Quadro 4.9. Top 10 global, 2009-2011 .....	28
Quadro 4.10. Quota de mercado dos filmes no top 10 em cada país, 2009-2011 .....	30
Quadro 4.11. Filmes de produção nacional no top 10 de cada país, 2009-2011 .....	30
Quadro 4.12. Grau de similaridade do top 10 de cada país com o top 10 global, 2009-2011 (0-1)....	31
Quadro 4.13. Filmes mais descarregados ilegalmente via P2P, 2009-2011 .....	32
Quadro 4.14. Nível de produção, exibição e consumo de cinema nacional por país, 2011 .....	34
Quadro 4.15. Ranking de diversidade cinematográfica, 2011.....	35
Quadro A1. Quota de mercado por país de origem dos filmes estreados, 2011 (% espectadores) .....	A
Quadro A2. Top 10 filmes mais vistos na África do Sul, 2009-2011 .....	A
Quadro A3. Top 10 filmes mais vistos na Austrália, 2009-2011 .....	B
Quadro A4. Top 10 filmes mais vistos no Brasil, 2009-2011 .....	B
Quadro A5. Top 10 filmes mais vistos na Coreia do Sul, 2009-2011 .....	C
Quadro A6. Top 10 filmes mais vistos nos EUA, 2009-2011 .....	C
Quadro A7. Top 10 filmes mais vistos em França, 2009-2011 .....	D
Quadro A8. Top 10 filmes mais vistos no Japão, 2009-2011.....	D
Quadro A9. Top 10 filmes mais vistos em Marrocos, 2009-2011 .....	E
Quadro A10. Top 10 filmes mais vistos no México, 2009-2011 .....	F
Quadro A11. Top 10 filmes mais vistos em Portugal, 2009-2011 .....	F
Quadro A12. Nível de produção, exibição e consumo de cinema nacional por país, 2011 .....	G

## **Índice de Figuras**

Figura 4.1. Quota de mercado por país de origem dos filmes estreados, 2011 (% de espectadores) ....	28
Figuras 4.2, 4.3 e 4.4. Princ. idioma, género e principal prod. no top dos 10 países da amostra, 2009-2011 ...	29
Figura 4.5. Variedade potencial, 2011 .....	33
Figura 4.6. Equilíbrio da diversidade, 2011 .....	34

## **Glossário de siglas**

<b>DVD</b>	Digital Versatile Disc
<b>EUA</b>	Estados Unidos da América
<b>GATT</b>	General Agreement on Tariffs and Trade
<b>HHI</b>	Herfindahl-Hirschman Index
<b>IMDB</b>	Internet Movie Database
<b>NAFTA</b>	North American Free Trade Agreement
<b>P2P</b>	Peer-to-peer
<b>PIB</b>	Produto Interno Bruto
<b>UIS</b>	UNESCO Institute for Statistics
<b>UNESCO</b>	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
<b>VOD</b>	Video On Demand
<b>WCF</b>	World Cinema Fund

## **INTRODUÇÃO**

O cinema é uma forma de expressão cultural centenária que persiste atualmente como uma das mais apreciadas e lucrativas em todo o mundo. Surgiu primeiramente na Europa, em França, como exploração do desenvolvimento de novos instrumentos e técnicas ao serviço de um novo tipo de produção artística de imagens em movimento, sendo que nos Estados Unidos da América (EUA) foi o apelo económico associado à construção de uma inovadora indústria de massas que potenciou o seu florescimento desde a génesis. A capacidade das maiores produtoras norte-americanas de realizar filmes com os meios técnicos mais avançados em cada época, de os popularizar exponencialmente e de os apresentar no grande ecrã um pouco por todo o planeta marcou o panorama cultural do século XX. Com o advento da globalização e a sua progressiva intensificação à medida que a viragem do século se aproximava, particularmente no domínio da livre de circulação de bens e produtos, diversos campos artísticos ficaram mais expostos ao notável poder de produção e exportação cultural norte-americana. Mais do que nunca, os grandes sucessos literários, musicais, televisivos e cinematográficos provêm de países anglo-saxónicos mas sobretudo dos EUA, onde o cinema é a segunda maior indústria exportadora, apenas suplantada pela do armamento.

Neste cenário, emana de uma percepção do senso comum a pista de investigação seguida: estarão os espectadores no início do século XXI e em pontos bastante distintos do globo perante uma oferta de cinema demasiado homogénea, consequentemente optando por assistir a um conjunto semelhante de filmes? Esta questão remete desde logo para o problema da diversidade cultural, em torno do qual se tem gerado intenso debate nas últimas décadas. Ao nível estatal, diversos países têm defendido e conquistado a implementação de barreiras à livre circulação dos produtos culturais, advogando a sua especificidade face às demais mercadorias. No caso do cinema, tal permitiu resistir à forte tendência para a importação de filmes principalmente das maiores produtoras americanas, salvaguardando desde modo a subsistência de cinematografias locais e de menor escala. O reconhecimento da importância da diversidade cultural e do esforço internacional em sua defesa culminou na Convenção sobre a Proteção e a Promoção da Diversidade das Expressões Culturais promovida pela UNESCO, em 2005, antecedida pela publicação oficial, por parte da mesma organização, da Declaração Universal Sobre a Diversidade Cultural, em 2002.

No plano académico, a discussão tem sido feita a partir de duas posições relativamente opostas. Por um lado, autores críticos da massificação do consumo na sua dimensão cultural, entre os quais se destacam Adorno e Horkheimer (2002), que exploram o conceito de indústria cultural como potenciadora de alienação no espectador, ou mais recentemente Lipovetsky (2011), segundo o qual nas últimas décadas se chegou a um paradigma de hipermodernidade, com a mercantilização generalizada da cultura a ser agora acompanhada da culturalização de todas as mercadorias, criticando ainda a tendência para a concentração ao nível da produção e distribuição global de produtos cinematográficos. De outra perspetiva, existem propostas como a de Tomlinson (1991), que não considera que uma maior uniformidade na difusão se traduza em sobreposição cultural, ou a de

Appadurai (2004), que sustenta que ao mesmo tempo que há uniformização e diminuição da diversidade cultural, cresce a fragmentação, a heterogeneização interna e o hibridismo. A importância da diversidade está ainda relacionada com a questão das representações, dos modos de ver e pensar o mundo difundidos pelo cinema e com a tendência para o bloqueio à inovação artística em detrimento da replicação de fórmulas bem-sucedidas no passado.

Enquanto objeto de estudo, as ciências sociais têm olhado para o cinema maioritariamente pelo ângulo do conteúdo, designadamente da representação de papéis e de ideologias, em particular através de propaganda política. Contudo, são escassas as pesquisas que em termos empíricos procuram encontrar significado nos processos de circulação e consumo de obras cinematográficas à escala global, lacuna que o presente trabalho visa em parte colmatar.

Assim, a principal hipótese a verificar é a da existência de um baixo nível de diversidade cultural no cinema contemporâneo em termos mundiais, que corresponde a uma acentuada hegemonia da cinematografia norte-americana, focando-se ainda fenómenos de concentração da atividade fílmica e de homogeneização de conteúdos. Construiu-se um quadro analítico a partir do modelo de Stirling (2007), utilizado no contexto da biodiversidade, identificando-se as dimensões que compõem o conceito de diversidade cultural a utilizar, concretamente a variedade e o equilíbrio, de modo a combiná-las com as etapas do ciclo de vida de um filme: produção, distribuição/exibição e consumo. A cada uma das dimensões definidas correspondem indicadores considerados adequados para medir a diversidade. Foi delimitada uma amostra de 10 países, simultaneamente heterogénea e capaz de representar os diversos continentes do globo, e definido como período a observar o ano de 2011, o mais recente para o qual existe informação estatística. A partir destes critérios e do modelo analítico, recolheram-se e trataram-se um conjunto de dados secundários, disponibilizados oficialmente pela UNESCO.

Este trabalho está estruturado em quatro principais capítulos: os dois primeiros, nos quais se discute a problemática proposta à luz dos contributos teóricos relacionados com o tema; o terceiro, que trata de definir e explicitar os aspetos metodológicos adotados; o quarto, em que se analisa e interpreta a informação recolhida, relacionando indicadores e retirando ilações dos resultados, posteriormente discutidas num último ponto conclusivo.

## **1. DINÂMICAS DE GLOBALIZAÇÃO CULTURAL**

Após o final da Segunda Guerra Mundial, no contexto de expansão do sistema económico capitalista e da emergência de sociedades de consumo em massa, a Teoria Crítica da Escola de Frankfurt desenvolve o conceito de indústria cultural, um sistema de consumo que procura persuadir um alvo – o consumidor – e que atua sobre as suas necessidades, guiando-o e condicionando-o. Neste sentido, e ainda que hierarquicamente superior a outros objetos, a cultura transformava-se também em objeto de consumo (Adorno & Horkheimer, 2002). Trata-se de uma posição de matriz marxista, anteriormente desenvolvida em particular por Gramsci na Teoria da Hegemonia, na qual elabora o conceito de hegemonia cultural, descrito como forma de dominação e manipulação da cultura, expressa nos diversos valores e representações que acentuam a superioridade da classe dominante impondo a sua visão do mundo como a norma (Gramsci, 2004). Segundo esta teoria, a ideologia dominante seria propagada tanto ao nível da esfera pública, através do aparelho burocrático e repressivo do Estado, como ao nível da esfera privada, através de diversas instituições entre as quais a comunicação social. Assim, o sistema cultural hegemônico seria capaz de representar e difundir inconscientemente a ideia de que uma determinada configuração social que privilegia uns em desfavor de outros era não apenas inevitável e natural como, inclusivamente, benéfica para todos (Gramsci, 2004). Neste sistema, o consumidor é considerado um elemento passivo – ele próprio um objeto – e apesar da sua livre escolha aparente não é detentor de uma efetiva individualidade mas sim de uma pseudoindividualidade, refletida pela massificação da indústria cultural, sendo a novidade sempre preterida em prol da repetição, ainda que sob uma forma diferente (Adorno & Horkheimer, 2002). A massificação do consumo foi assim considerada uma forma de alienação e de propagação do conjunto de mensagens, valores e apelos indispensáveis à perpetuação da indústria cultural, veiculada pela publicidade e pelos meios de comunicação de massas que, de acordo com os autores, ganharam um poder considerável sobre a sociedade, sobretudo os economicamente mais fortes (Adorno e Horkheimer, 2002).

Mais tarde, extrapolando o sentido estrito de contacto entre sociedades em diferentes pontos do planeta, a globalização iniciada no final dos anos de 1970 veio complexificar bastante esta realidade. Também na esfera cultural, este processo pressupõe uma importação e exportação, no sentido literal e mercantil mas também considerando a intensidade dos processos de interpenetração de culturas nacionais, incomparável com os de épocas anteriores, bem mais lentos (Jameson, 1998). Basicamente, remete para dois processos, articulados e mutuamente reforçados: a desregulação do sistema capitalista a nível internacional, que levou a que cada vez mais as instâncias regulatórias nacionais e internacionais deixassem de ser decisivas no controlo do sistema económico e financeiro, emergindo agentes com escalas de ações globais; o desenvolvimento das tecnologias computacionais e de comunicação, que criaram uma dinâmica comunicacional potencial e praticamente instantânea. Em última instância, a globalização conduziu à compressão do espaço e à aceleração do tempo e produziu aquilo a que Lipovetsky (2011) denominou de hipermodernidade, na qual existe uma “cultura-mundo”. Esta hipercultura constitui um “novo contexto internacional policêntrico” (idem: 23),

organizado segundo a lógica de mercado capitalista e apoiado no consumismo global, na tecnociência, nas indústrias da cultura e da comunicação. Observa-se a desorganização e desestabilização da vida, que perde os referenciais estruturantes, acompanhada da individualização e da reflexividade inerentes. Trata-se ainda de uma “cultura de hiperconsumo (...) cujos grandes vetores são a multiplicação de gamas e opções, a hipersegmentação dos mercados, a aceleração do ritmo de lançamento de novos produtos, a proliferação da variedade, a excrescência do *marketing*” (idem: 39). Não sendo analiticamente nova (já era a principal preocupação dos teóricos da Escola de Frankfurt), a mercantilização generalizada da cultura é agora acompanhada da culturalização de todas as mercadorias, o que constitui o elemento distintivo da hipermordernidade. Mais do que uma lógica de conspiração ou projeto de dominação cultural, a questão fundamental é de natureza monetária: o negócio do cinema, por exemplo, (ainda) é extremamente lucrativo, ao ponto de justificar a pressão no sentido da liberalização do mercado de bens culturais. Continua a ser a lógica do capitalismo o principal motor da ação (Jameson, 1998), à medida que se esbatem as fronteiras entre cultura, *media* e publicidade num universo de marcas impregnadas de signos-culturais (Lipovetsky, 2010).

### **1.1. Globalização e cinema**

Em termos culturais, o século XX ficou marcado pelo aparecimento e desenvolvimento da expressão artística que associou o movimento à imagem: o cinema. Terá sido em França, no ano de 1985, que uma projeção dos irmãos Lumière deu por inaugurado o cinema. Dessa data até à contemporaneidade tiveram lugar consecutivas revoluções tecnológicas que trouxeram som, cor, efeitos criados artificialmente e até a tridimensionalidade às imagens em movimento, atualmente passíveis de serem fruídas numa pluralidade de suportes e plataformas que configuraram uma faceta incontornável da cultura nas sociedades modernas. A importância do cinema pode ser resumida à sua transformação ao longo do tempo, passando de um mero experimentalismo tecnológico, nos primórdios, a uma das mais proeminentes formas artísticas contemporâneas, com reconhecidos efeitos de transmissão e reprodução cultural, sobretudo nas sociedades ocidentais.

Uma abordagem ao cinema implica necessariamente uma análise da dicotomia entre duas das cinematografias mais importantes até à data: a norte-americana e a europeia. Se a primeira foi desde a sua génesis sinónimo de indústria do entretenimento, rapidamente tomando a forma de uma arte popular, a segunda foi aquela que invocou desde cedo a designação de Sétima Arte para o cinema, devido à ênfase estética e humanista patente nas suas criações. Contudo, foi o cinema norte-americano que se impôs e se tornou dominante no decorrer do século XX, como resultado de uma forte emigração europeia para os EUA, em virtude das duas Guerras Mundiais e da implementação de múltiplos regimes totalitários na Europa, que acabaria mesmo por exercer grande influência na cinematografia norte-americana. Para além dos fatores históricos referidos, o pendor mais artístico do cinema europeu e a secundarização de aspetos relacionados com a criação estruturada de um negócio acentuaram a dominação do cinema dos EUA, difundido até hoje de forma massificada e à escala global. Com

efeito, o cinema, designadamente o norte-americano, foi a primeira forma artística a apresentar as características da globalização cultural, no início do século XX, não somente em termos de lógica económica de produção e exportação mas também ao nível dos conteúdos, simplificados com vista a diminuir a exigência interpretativa do público, potenciando assim o seu alargamento. Posteriormente, a televisão e a internet tomaram o protagonismo enquanto plataformas de entretenimento de massas, nas quais, inclusivamente, o cinema se continua a propagar. Para além disso, o cinema inventou a noção de *stars*, figuras do universo dos filmes cuja existência mítica continua a produzir até hoje enorme desejo e magnetismo junto do público. O *star-system* invade todos os domínios culturais e no caso do cinema torna-se particularmente decisivo: o sucesso comercial de uma produção pode variar drasticamente em função da presença no elenco de uma ou mais estrelas (Lipovetsky, 2011). A lógica de Hollywood “criou uma gramática visual cujo estatuto, eficácia e amplitude de repercussão ultrapassaram os de qualquer outro tipo de estilo ou técnica de produção artística ou criação de significações observável ao longo da história cultural do século XX” (Melo, 2002: 72). Fornece “imagens, métodos de seleção e montagem, códigos de interação” que constituem “elementos cruciais da tessitura dinâmica da rede cultural do nosso tempo” (idem: 73).

Conforme será demonstrado em seguida, as consequências do fenómeno da globalização para a cultura e para o cinema tanto podem ser analisadas pela negativa, de uma perspetiva mais economicista, com o esbatimento de fronteiras a significar uma estandardização sem precedentes, como pela positiva, numa ótica mais cultural, de celebração da diversidade, da diferenciação e de uma maior representatividade de novas vozes na esfera pública (Jameson, 1998).

## **1.2. Uniformização e hegemonia**

A emergência de produtos culturais estandardizados e homogéneos, produzidos numa lógica industrial e económica capitalista, de fácil fruição em termos de códigos interpretativos e consumidos transversalmente pela maioria da população, tem gerado uma pluralidade de visões críticas cuja génese remonta à suprarreferida Escola de Frankfurt. É transversalmente reconhecida a existência de uma dimensão de uniformização e homogeneização associada à globalização cultural, da qual os Estados Unidos da América são o protagonista por excelência. Lipovetsky (2011) chama-lhe “coca-colonização”, enquanto na sua obra “A McDonaldização da Sociedade”, Ritzer (2004) defende que os princípios de funcionamento das cadeias de *fast-food* americanas (eficiência, calculabilidade, previsibilidade, aumento do controlo e predominância da tecnologia) se encontram progressivamente replicados e disseminados por todas as sociedades. Existe uma assimetria da cultura americana face a todas as restantes, similar ao que sucede com a língua inglesa comparativamente com as demais. Seria ingênuo considerar as diversas culturas e idiomas de forma igual e equivalente porque tal implicaria ignorar as desproporções de poder em questão. Ao mesmo tempo que a língua inglesa obteve uma expansão que hoje é absolutamente dominante, a cultura americana de massas, com todo o prestígio e

meios de exportação associados, constitui uma ameaça para a produção doméstica, no caso do cinema pondo fortemente em causa a subsistência das cinematografias locais (Jameson, 1998).

Habermas (1984) vem defender que a esfera pública (plano intermédio entre o sistema político e a vida privada onde se constrói a opinião pública) na cultura de massas passa a estar indexada à sociedade, funcionando puramente como uma reprodução passiva da cultura dominante. Por sua vez, Ramonet considera a indústria cultural como “propaganda silenciosa”, receando, em primeiro lugar, que esta comprometa a emancipação, o discernimento e o livre arbítrio dos indivíduos; em segundo lugar, que conduza à passividade danosa; em terceiro lugar, que reforce o desejo dos próprios indivíduos de serem entretidos e alienados graças ao consumo de conteúdos que lhes proporcionam uma espécie de “satisfação hipnótica” (Ramonet, 2001). Por seu turno, Vidal (1992) sustenta que projetar a história no ecrã é fazer a história, que a visão do mundo pode ser a que determinado produtor ou realizador entender, já que, através da visão e da audição, somos simultaneamente definidos e manipulados por ficções com potência suficiente para substituírem a própria experiência, tornando-se frequentemente na única experiência da realidade, essencialmente irreal. Não só o cinema em particular, mas o espetáculo em geral, incorpora o modelo prevalente de vida social tanto na forma como no conteúdo, serve como total justificação para as condições e objetivos do sistema existente e assegura a presença permanente dessa justificação (Debord, 1994). De outro ângulo, Castells (2009) acentua que o poder da comunicação na era da globalização reside cada vez mais no seu funcionamento em rede. Assim, argumenta fundamentalmente que as redes de comunicação se revelam essenciais para conferir poder a qualquer tipo de rede (Castells, 2009) – o que, naturalmente, também se aplica à indústria do cinema. Neste âmbito, a principal fonte de poder na contemporaneidade reside na capacidade de programar redes e de as conectar com as demais, o que remete para o facto de que um centro cultural não tem a capacidade de se impor como tal se não for simultaneamente um centro de poder noutra dimensão, designadamente política, económica ou religiosa (Melo, 2002). Com efeito, se hoje é possível ver filmes de qualquer parte do mundo independentemente da localização física, o mercado comercial de cinema também se esgota cada vez mais em propostas de tipo *blockbuster* de massas, com tendência para a concentração ao nível da produção e distribuição global de produtos cinematográficos (Lipovetsky, 2011).

### **1.3. Mecanismos e fenómenos contra-hegemónicos**

A visão pessimista e até distópica do processo de massificação das obras cinematográficas não é consensual, existindo autores que colocam em causa posições referidas no ponto anterior. Desde logo, Eco (1987) demonstra objeção ao conceito de indústria cultural, preferindo o termo “cultura de massas”, criticando os teóricos “apocalípticos” (da escola de Frankfurt) em relação à visão absolutista do poder da indústria cultural como algo predestinado a que dificilmente se escaparia e questionando a ideia de que o público é altamente manipulável e não tem autonomia nem condições para resistir à suposta propaganda veiculada através das obras culturais. Neste sentido, Tomlinson (1991) vinca

precisamente que o público não é manipulável nem vulnerável e distingue os processos de imperialismo cultural e de globalização cultural: no primeiro existe um projeto uniformizador coerente e intencional; no segundo há apenas uma forte interdependência, que podendo produzir alguma uniformização não se traduz na falência da originalidade das culturas importadoras. Melo sintetiza bem este tipo de abordagem mais aberta: “a globalização não é um processo de supressão das diferenças – segmentação, hierarquização – mas sim de reprodução, reestruturação e sobredeterminação dessas mesmas diferenças. É um processo dúplice de simultânea revelação/anulação de diferenças, diferenciação/homogeneização e democratização/hegemonização cultural” (2001: 124). Ao mesmo tempo que há uniformização e eliminação da diversidade, cresce a fragmentação, a heterogeneização interna e o hibridismo, corrente na qual pontifica Appadurai, autor que acentua a centralidade do imaginário cultural na modernidade globalizada, a centralidade das imagens, de todo o símbolo, referência, citação e narrativa como imagem apropriável e disponível de forma sincrónica (Appadurai, 2004). Os múltiplos imaginários tornam-se reais e a imaginação a prática social por excelência, no sentido em que os sujeitos recriam permanentemente a definição de si próprios, as narrativas dominantes (Appadurai, 2004). Este é um mundo composto por paisagens (*scapes*) em movimento que se articulam e utilizam entre si, produzindo uma paisagem global. Bhabha (1998) desenvolve o conceito de *mimicry*, enquanto imitação ou, mais propriamente, recitação que constrói a diferença, um terceiro espaço de ambivalência no qual vive a cultura, processo através do qual se pode resignificar elementos, signos e narrativas dominantes, por um lado numa citação que evoca o centro mas que, por outro lado, constitui um certo distanciamento irónico. Habermas (2003) inclusivamente aprofundou e atualizou a sua abordagem ao conceito de esfera pública à medida que os processos de globalização cultural se complexificaram, e embora mantendo a visão de uma sociedade dominada pelo capital e, em particular, pelos *mass media*, acentuou o surgimento de uma pluralidade de movimentos autónomos e estruturas de participação alternativas, sobretudo ancoradas à sociedade civil, que atuam na periferia, mas em convivência com a esfera pública e aos quais também reconhece a capacidade de formar opinião pública. De acordo com estas visões seria erróneo associar uniformização cultural a americanização, não só porque a cultura americana (inclusive a sua cinematografia) não é uma mas diversa, mas porque se encontram cada vez mais fenómenos que desafiam a sua alegada hegemonia, que no caso do cinema se enunciam segundo três tipos.

Um primeiro tipo de fenómenos é a expansão de outras potências na indústria do entretenimento: ao mesmo tempo que os filmes americanos continuam a ser consumidos massiva e transversalmente, a visibilidade de outras cinematografias também têm beneficiado com as dinâmicas culturais globais. O cinema asiático será provavelmente o caso mais expressivo, não apenas a indústria de Bollywood, na Índia, que adotou a lógica de Hollywood resignificando-a de acordo com a especificidade da cultura local, mas também o Japão ou a Coreia do Sul. Por outro lado, nunca o circuito de festivais de cinema foi tão diversificado e o seu alcance tão global: é fácil encontrar em grande parte das capitais em todo o mundo festivais dedicados às mais variadas cinematografias ou a géneros específicos.

Um segundo tipo de fenómenos remete para o poder de afirmação e do dinamismo da produção local e da sua proteção ao nível institucional, nomeadamente estatal. O grau de uniformização cultural está dependente da área cultural ou da disciplina específica, ao mesmo tempo que quanto maior o investimento necessário para a produção maior a propensão para a construção de monopólios, pelo que o cinema se pode considerar uma área particularmente crítica neste domínio. Apesar da suposta multiculturalidade global e diversa, são recorrentemente produtos e produtores anglo-saxónicos que dominam a paisagem artística, o que tem mobilizado algum intervencionismo político. Sinais desta necessidade de defesa por parte dos Estados da sua própria produção cinematográfica são desde logo o financiamento público, a implementação de quotas e a criação de organismos internacionais, como o Eurimages, fundo europeu de apoio à co-produção de longas-metragens que conta com 36 estados-membros, o Ibermedia, programa de incentivo na linha do anterior mas dirigido a 17 países sul-americanos mais Portugal e Espanha, ou o World Cinema Fund (WCF), destinado a potenciar a produção cinematográfica em contextos de crise política ou económica, dinamizando ainda a sua difusão internacional.

Na primeira metade da década de 1990, as negociações no âmbito do Tratado Norte-Americano de Livre Comércio (North American Free Trade Agreement – NAFTA) e particularmente do Acordo Geral de Tarifas e Comércio (General Agreement on Tariffs and Trade – GATT) foram palcos de conflitos de interesses em particular na dimensão cultural das trocas económicas. Ambos surgiram alinhados com o interesse norte-americano em expandir (entre outras) a sua indústria de entretenimento, através do esbatimento das fronteiras do mercado e do desmantelamento dos mecanismos nacionais de financiamento público da cultura via subsídios, considerados pelos EUA como concorrência desleal (Jameson, 1998). Contudo, relativamente ao GATT houve forte resistência por parte de alguns estados, empenhados em defender a sua produção cultural tanto em termos económicos, devido ao elevado volume de negócios que representam, como sociais, cujas implicações se verificam ao nível dos valores difundidos e, portanto, da aprendizagem da cultura americana através das obras (Jameson, 1998). Deste modo, argumentando que as obras audiovisuais comportam valores, significados e uma identidade que extrapola o seu valor comercial, foi a França que liderou essa iniciativa de oposição e não será ao acaso que é o país que sempre demonstrou maior consciência dos perigos da difusão globalizada de filmes americanos e o que, pelo menos na Europa, mantém a identidade cultural e a produção cinematográfica mais vivas (Jameson, 1998). Em 1993 foi atribuída aos produtos e serviços audiovisuais (inclusive ao cinema) a condição de “exceção cultural”, limitando assim o seu comércio liberalizado e estimulando nos países signatários da medida a produção e difusão das suas próprias obras.

Um terceiro tipo de fenómenos diz respeito ao surgimento de plataformas alternativas de circulação das obras. A respeito do cinema, para além do alargamento do mercado para a televisão, foi através da internet e em particular das redes *peer-to-peer* (P2P) que o impacto tecnológico mais se fez sentir. Os ficheiros audiovisuais apresentam uma prevalência incontornável no fenómeno de partilha

através da internet que, também no capítulo do cinema, constitui um circuito de distribuição alternativo ao mercado económico (independentemente dos limites legais que possa transgredir). O que se revela interessante é o facto de não ser apenas a gratuitidade<sup>1</sup> desta forma de partilha de ficheiros que motiva a sua utilização (diversos estudos provam a escassa relação de causa-efeito entre o volume de *downloads* e as quebras nas vendas), mas sobretudo a vontade de aceder a conteúdos, neste caso filmes, que não estão disponíveis de outra forma no mercado – nem nas salas de cinema nem em plataformas alternativas (Cardoso et al., 2012). A configuração específica deste tipo de redes permite assim uma relação mais próxima e fiel entre a procura e a oferta que a satisfaz, colocando filmes, sobretudo europeus, ao alcance de um maior número de utilizadores (Cardoso et al., 2012).

---

<sup>1</sup> Excetuam-se aqui os eventuais custos inerentes ao serviço de acesso à internet contratado pelos utilizadores.

## **2. A IMPORTÂNCIA DA DIVERSIDADE**

### **2.1. Representações no cinema: história e ideologia**

“As coisas raramente têm em si mesmas um significado único, fixo e imutável. (...) Em parte, objetos, pessoas e acontecimentos ganham significado a partir do enquadramento ou interpretação que lhes são atribuídos (...), pelo modo como são representados” (Hall, 1997).

A maioria das sociedades no século XX e XXI são domínios da representação pictórica, essencialmente graças ao desenvolvimento acelerado da tecnologia e à democratização do acesso a dispositivos de registo e difusão de imagens. As imagens ganham crescente preponderância e aumenta também o seu impacto na leitura cognitiva que se faz do mundo (Sobociński, 2001). Uma análise da diversidade cultural no cinema reveste-se de pertinência pelo facto de, por um lado, enquanto produto de um mundo e da sociedade que o construiu em determinado momento histórico, “qualquer obra cinematográfica (...) é sempre portadora de retratos, de marcas e de indícios significativos da sociedade que a produziu” (Barros, 2007), e, por outro lado, permitir “chegar a uma parte da história até agora escondida, indescritível, invisível” (Ferro, 1992). As imagens cinematográficas “constituem a matéria de uma outra história que não a História, uma contra-análise da sociedade”, fornecida, por um lado, através de gestos, objetos ou comportamentos e, por outro lado, por via da representação das estruturas e organizações sociais (Ferro, 1992). Independentemente da especificidade das obras, cinema e história sempre mantiveram uma relação entrelaçada e indissociável, influenciando-se mutuamente. Ocasionalmente os realizadores “reescrevem a história”, no sentido em que exercem a sua atividade artística em prol de uma mais eficaz comunicação com o público. Em termos narrativos, tal pode manifestar-se através da fusão de várias figuras históricas numa só personagem, na compressão do tempo ou na simplificação de vários fatores sociopolíticos numa única causalidade (Toplin, 1996).

A indústria cinematográfica, como a produção cultural e a ação política em geral, produz obras que fazem a sua própria história e comportam uma vertente narrativa na qual estruturas hierárquicas, relações sociais, regalias e punições são representadas de forma inequívoca (Ferro, 1992). Ainda que seja difícil apurar o alcance e a intensidade da influência exercida pelo cinema, pretende-se demonstrar neste ponto quão incontornável é o facto de virtualmente qualquer filme apresentar padrões de comportamento ou traços negativos, uma moralidade implícita que privilegia determinadas personagens, instituições, motivações e modos de agir como atrativos, ao mesmo tempo que retrata os seus opostos como repulsivos (Giannetti, 1972). Este conjunto de elementos e o seu respetivo significado pode ser designado como ideologia, considerada não apenas como “sistema de crenças sociais ou políticas características de uma sociedade ou comunidade social” mas também conjunto de ideais, valores e prioridades que refletem as necessidades sociais e as aspirações de um indivíduo, grupo, classe ou cultura, não circunscritas à dimensão política (Giannetti, 1972). A ideologia no

cinema aparece assim como um tipo de linguagem fílmica, geralmente ocultada pelo facto de ser expressa através de códigos. Raras vezes o cinema se apresenta ao público como neutral face à realidade que recria, funcionando como agente histórico ou, melhor, como “feixe de agentes históricos diversos” (Barros, 2007) que intervêm de forma direta ou indireta na própria História, na medida em que resulta num meio privilegiado de difusão ideológica e de propaganda, tendo por isso historicamente mantido uma estreia relação com o poder. Tal é válido tanto para a sua apropriação por parte de poderes instituídos para a transmissão ou mesmo imposição de conteúdo político-ideológico, para a dominação e consolidação de uma hegemonia, como para a sua utilização por parte de contrapoderes e forças de resistência que procurem dar voz a atores e ideias socialmente sub-representadas (Barros, 2007). Ilusoriamente, imagens aparentemente realistas que se movem no ecrã facilmente reconstroem o presente e o passado, no segundo caso por vezes sem qualquer referência direta a qualquer mundo histórico concreto. Ao assistir vezes suficientes ao passado irreal recriado cresce a familiaridade com as imagens e desenvolve-se uma sensação de intimidade que, por sua vez, se pode confundir com conhecimento (Winkler, 2006). Através deste tipo de mecanismos o espectador tem tendência a aceitar sem objeção uma realidade na qual eventualmente não quer viver, um conjunto de representações, uma conceptualização do mundo e a aceitação deste como natural e inevitável (Sobociński, 2001).

De uma perspetiva analítica podem definir-se três graus de explicitação ideológica no cinema: *neutral*, no qual se inserem sobretudo filmes “de escape”, ora com ênfase na ação, prazer e entretenimento por si mesmos, ora puramente estéticos e dedicados a explorar as fronteiras formais do campo artístico, em qualquer dos casos tratando contextos sociais ou questões valorativas superficialmente; *explícita*, que se verifica em filmes simultaneamente orientados para persuadir e entreter, como filmes de propaganda, patrióticos e muitos documentários, sendo normalmente uma personagem admirável quem veicula os valores centrais; *implícita*, quando se representam sistemas de valores em conflito através de protagonistas e antagonistas, mas não existe uma “moral da história” e é preciso inferir as convicções das personagens com o desenrolar na narrativa (Giannetti, 1972).

Na vertente mais explícita da ideologia, a exploração de imagens da história pelo poder está no centro da produção de sentido, em função da apropriação que delas fazem, da sua promoção ou censura, no sentido em que funcionam como suporte à criação de mitologias políticas (Bimbenet, 2007). O cinema teve a capacidade de se impor por si mesmo e consistiu historicamente no mais eficaz meio de propaganda. Do lado soviético, *O Couraçado Potemkin* (1925) é exemplar enquanto filme que exalta a revolução soviética, profundamente ideológico e alinhado com o contexto histórico e político contemporâneo à sua produção (Ferro, 1992). Contudo, *Outubro* (1927) é possivelmente o caso mais marcante. Rosenstone (2006) sustenta que Eisenstein captou *Outubro* como o tempo em que as massas entraram para a história e a história entrou para as massas. Porém, esta visão negligencia até que ponto o resultado final foi afetado por determinantes de produção ou constrangimentos políticos. *Outubro* já foi considerado por diversos autores como condicionado por interesses políticos, na medida em que

exclui Trotsky da história oficial, promove o culto de Estaline e Lenine e é representado como a personificação do poder do povo e da vontade coletiva precisamente porque era assim que o partido o pretendia (Rosenstone, 2006). Na Alemanha, Hitler não hesitou em fazer uso da produção cinematográfica para promover os valores do nazismo. No emblemático *O Triunfo da Vontade* (1935) um invasor externo é retratado como causa da disfunção social e do medo, um exercício de simplificação de muitos medos num só para uma maior eficácia na transmissão ideológica. Nos Estados Unidos, *O Nascimento de Uma Nação* (1915) é uma evidente demonstração de glorificação de valores nacionalistas no qual também surgem manifestações de racismo.

Todavia, a abordagem não é menos interessante no plano da ideologia implícita, que não só é de identificação menos evidente como pode ser encontrada de forma mais abundante que a explícita. Focando no fértil exemplo do cinema de Hollywood, é comum encontrarem-se transversalmente diversas expressões de assunções ideológicas como: os nativos americanos são mais próximos da natureza e mais selvagens que os americanos com outro tipo de raízes étnicas; a mulher está biológica e psicologicamente capacitada para ser esposa e mãe, pelo que se constrói frequentemente um cenário de estranheza quando decide não casar e/ou não ter filhos; uma família é constituída por um homem, uma mulher e um ou mais filhos; se trabalharmos suficientemente e com afinco subiremos a escada do sucesso, razão pela qual os pobres têm menos bens materiais. Importa ainda reconhecer que o cinema de Hollywood conta o mesmo tipo de história vezes sem conta, reforçando inúmeras mitologias culturais e funcionando, segundo Dayan (1974), como “ventriloquo da ideologia”. No domínio do amor romântico, a trama típica envolve um casal destinado a ficar unido que se vê incapaz de o fazer em função de determinado obstáculo. Uma vez ultrapassado, chega o momento em que a união por fim acontece e a história se encerra. Outro tipo de narrativa recorrente é o da violência em nome da redenção e ao serviço do “bem”, que surge como resposta a determinada ameaça que será combatida pelo herói. De uma perspetiva mais técnica, também é possível identificar um padrão que produz efeitos em termos de receção das obras. Ao nível da edição, por exemplo, uma montagem com planos de curta duração imprime necessariamente um ritmo mais acelerado ao filme, em princípio mais propenso a distrair o espectador do que recorrendo a planos longos. Ao mesmo tempo, essa opção dificulta a capacidade de pensar acerca do que está a ser mostrado, por oposição ao plano mais compassado, que abre espaço à contemplação das imagens e à sua reflexão.

A conceção generalista de cinema como atividade de entretenimento, de algo que não deve ser levado a sério, que serve sobretudo para escapar à realidade e viver emoções intensamente, está bastante disseminada pelo público. É comum adjetivar-se um filme como “excitante” ou “aborrecido”, com base nas sensações que provoca. O que este entendimento deixa escapar é que os filmes também estão repletos de ideias e conceções. Quando alguém assiste a um filme com o intuito de ser entretido, é comum desconsiderar *a priori* a possibilidade de refletir sobre o que vê e assim, mais facilmente, limitar-se a absorver a experiência sensorial, para além de que grande parte dos filmes projetados para

um público massificado são concebidos precisamente de forma a dispensar a reflexão, ainda que não deixem de insinuar quem devemos ser e como nos devemos comportar.

## 2.2. Do valor artístico das obras

Com a globalização cultural ultrapassam-se as “abordagens culturalistas que estabeleciam uma separação entre a grande e a pequena tradição” (Santos, 1994, em Melo (org.), 1994: 101). Em parte, a emergência da cultura de massas diluiu as fronteiras entre cultura restrita e cultural popular, bem como os critérios de valorização das obras, de acesso cada vez mais generalizado. Não obstante, permanecem as hierarquias, que se afirmam, por um lado, heterodeterminadas, ditadas pelo êxito no mercado – é o caso dos sucessos de bilheteira no cinema – e, por outro, endodeterminadas, emanando do reconhecimento artístico interparas (Santos, 1994, em Melo (org.), 1994) – de que é exemplo a crítica ou a atribuição de prémios em festivais. O teor intelectual da produção cultural desvalorizou-se e passou, por vezes, a ser conotado negativamente, sintoma de degradação da aura da alta cultura (Lipovetsky, 2011). De experiência de elevação do espírito, a arte parece ter passado cada vez mais a recurso de “recreação imediata e fácil, estímulos hedonistas em constante renovação” (idem: 79), afirmação que obtém ressonância empírica nas listagem de filmes mais consumidos à escala global, entre os quais figuram recorrentemente comédias, produções de animação, de ação ou de fantasia, repletas de efeitos especiais. Bourdieu também discutiu a questão de a oferta de bens culturais ter eficácia simbólica na construção do gosto. Segundo a sua visão, a raridade relativa e a distinção de um produto cultural é tanto maior quanto menos divulgado e menos frequentemente consumido for. Numa lógica de ciclo autorreproduzido, “o ajustamento da produção ao consumo resulta no essencial da homologia entre o espaço de produção (...) e o campo dos consumidores” (2003: 224). Efetivamente, os produtos culturais e o cinema em particular obedecem a processos de mediação que precedem a própria criação: a produção de um *blockbuster* envolve um conjunto de processos prévios, como sejam o financiamento, o estudo do mercado potencial ou as estratégias de *marketing* (Melo, 2002).

Parece crescentemente remetida para nichos a cultura produtora de interrogações e de referenciais, “autónoma, feita de ideias, valores estéticos e éticos, e obras (...) que interagem com o resto da vida social e são frequentemente, em vez de reflexos, fonte dos fenómenos sociais, económicos, políticos e até religiosos” (Llosa, 2012: 23). É certo que na contemporaneidade se consomem produtos culturais e se frequentam espaços e eventos de âmbito artístico em maior quantidade e diversidade, porém estabelecendo com as obras uma relação superficial (mesmo com as classicamente consagradas) desprovida de qualificações e competências para a sua leitura, precisamente porque a maioria dos produtos culturais de massas não as exige (Llosa, 2012). No mesmo sentido, Habermas defende que os receptores das mensagens da cultura massificada estão praticamente dispensados das suas faculdades reflexivas e intelectuais, sendo estimulados a consumir formas de entretenimento passivo de “digestão fácil” (Habermas, 1984), pelo que o cinema, na sua vertente mais industrializada, também pode atuar nesse sentido, transformando progressivamente o

raciocínio do espectador numa simples seleção acrítica de gostos e preferências. Segundo Jauss, é possível aferir o carácter artístico de uma obra a partir da distância estética que cria em relação ao horizonte de expectativa no qual surge: quando esse “desvio estético” é assinalável, cria-se uma nova experiência que pode dar origem a uma “mudança de horizonte”; se o desvio é reduzido, a receção é pouco estimulada e desafiada em termos de expectativa, sendo a obra rotulada como puro entretenimento ou “arte culinária” (Jauss, 1978). No caso específico do cinema, Epstein (2006) afirma que mesmo nas maiores produtoras a parcela mais volumosa do lucro provém de uma pequena quantidade de enormes êxitos de bilheteira à escala mundial, criados segundo uma “Fórmula de Midas” que contempla as seguintes características: baseiam-se em histórias infantis, livros ou séries de banda desenhada; o protagonista é uma criança ou um adolescente; a trama desenvolve-se em estilo conto de fadas; as relações existentes são estritamente platónicas; têm potencial e licenciamento para adaptação a brinquedos ou videojogos; a classificação não deve ser mais restritiva do que para maiores de 13 anos; têm um final feliz; recorrem a animação digital; evitam incluir atores consagrados que exijam uma comissão das receitas de bilheteira.

### **3. METODOLOGIA**

#### **3.1. Do conceito de diversidade cultural à pesquisa empírica**

O principal objetivo consiste em realizar uma análise extensiva e multidimensional à diversidade cultural no panorama cinematográfico à escala mundial, partindo da hipótese central da existência de um baixo nível de diversidade que se traduz em grande medida numa hegemonia da cinematografia norte-americana. Desta hipótese derivam outras que apontam na mesma direção, designadamente a de que tendencialmente se consomem mais filmes produzidos por um restrito conjunto de grandes estúdios de Hollywood, falados em inglês, de reduzida inovação artística e cujos conteúdos representados são raramente ancorados em narrativas realistas. Para tal, sistematizam-se em seguida os procedimentos metodológicos utilizados no sentido de chegar a uma definição de diversidade cultural analiticamente operacional no campo cinematográfico.

De acordo com a Convenção sobre a Proteção e a Promoção da Diversidade das Expressões Culturais da UNESCO, a diversidade pode entender-se como a “multiplicidade de formas nas quais as culturas de grupos e sociedades encontram expressão.” Ainda que o conceito seja recorrentemente utilizado, sobretudo ao nível das políticas culturais, a definição de diversidade no âmbito da cultura não se encontra ainda suficientemente explorada e clarificada. Trata-se de um conceito que permanece analiticamente negligenciado e carece de uma compreensão sistemática e robusta (Stirling, 2007). Embora algo vaga, uma das aproximações possíveis é a de Bennett, autor para o qual diversidade são as “diferenças culturais etnicamente demarcadas associadas ao movimento internacional das pessoas ou, em territórios nacionais, a reivindicação da diferença associada a prolongadas disputas por parte de minorias *in situ* para a manutenção da sua identidade e especificidade perante a força homogeneizadora das culturas nacionais” (2001: 17).

O percurso até à aprovação da Convenção sobre a Proteção e a Promoção da Diversidade das Expressões Culturais, em outubro de 2005, que posteriormente entrou em vigor em março de 2007, ficou marcado por diversas etapas e debates, desde o surgimento das primeiras pressões relativas às políticas culturais no final da década de 1980, passando pelas já referidas negociações em torno do GATT e pela publicação oficial por parte da UNESCO da Declaração Universal Sobre a Diversidade Cultural, em 2002, que em 2011 já contabilizava 117 estados-membros como signatários. Todavia, é com a aprovação da convenção mencionada que a UNESCO dá também início ao processo de recolha de informação à escala planetária relativa à indústria cinematográfica. Estes são dados recolhidos bienalmente junto de mais de 200 países através do International Survey of Feature Film Statistics, instrumento elaborado pelo UNESCO Institute for Statistics (UIS), que posteriormente trata e divulga a informação em publicações oficiais e na sua base de dados.

No presente trabalho a pesquisa empírica recorreu essencialmente aos dados supra referidos, informação administrativa considerada secundária, pelo que em termos metodológicos importa referir as especificidades que a sua utilização comporta. Por um lado, permitem economizar tempo e recursos

de investigação aplicáveis na análise da informação, para além de que normalmente o seu carácter oficial confere-lhes alguma qualidade; por outro lado, apontam-se como limitações a falta de familiaridade de raiz com os dados, a ausência de controlo sobre o processo de recolha dos dados e o seu rigor, e ainda a lacuna de variáveis específicas que seriam importantes para a análise (Bryman, 2012). De facto, sendo o preenchimento correto do questionário mencionado da responsabilidade de cada um dos estados, a UNESCO não pode garantir completamente o alcance e fiabilidade dos dados estatísticos visto depender de diversos fatores externos, como sejam a capacidade dos estados para fornecer a informação adequada, o seu interesse ou ausência do mesmo em colaborar com o procedimento e até o regime político em vigor, que pode pretender passar uma imagem enviesada da sua realidade cinematográfica. Mais, ao procurar um alcance mundial para os dados, a comparabilidade em termos extensivos aumenta mas a intensidade da análise sai prejudicada, uma vez que são inúmeros os indicadores para os quais falta informação de diversos países, para além da ausência de dados relativos a dimensões importantes do circuito cinematográfico. Em termos concretos, as lacunas e imperfeições da informação não só foram tidas em consideração na definição do modelo analítico como serão especificadas neste capítulo sempre que tal se revele pertinente.

De referir ainda que a interpretação deste tipo de indicadores deve ser realizada com prudência e no contexto de outros fatores de relevo, como sejam a dimensão do financiamento público para a produção de cinema nacional, a existência de uma política de quotas de cinema doméstico, as restrições à importação ou medidas discriminatórias, de que é exemplo a isenção de impostos para filmes nacionais.

### **3.2. Período temporal, universo e amostra**

Identificada a base de dados do UIS como fonte empírica preferencial para uma análise global da realidade cinematográfica, passou-se à delimitação do período temporal, do universo e da amostra a utilizar. Por uma questão de atualidade e pertinência da problemática, é de todo o interesse trabalhar com dados o mais recentes possível. No caso, o último ano com informação disponibilizada pela UNESCO é o de 2011, razão pela qual foi o período adotado. Dado que a recolha de informação apenas teve início em 2005, considerou-se demasiado curto o intervalo entre o primeiro ano disponível e o mais recente para a realização de uma abordagem diacrónica, tendo sido trabalhado apenas este último, a partir da UIS Feature Film Statistics Database<sup>2</sup>. Aliás, alguns autores confirmam a ideia de que para captar alterações em termos de estruturas de produção, distribuição, exibição e consumo de cinema é necessário analisar períodos mais alargados, já que o desempenho de um ou dois filmes com grande sucesso podem enviesar os resultados (Benhamou & Peltier, 2011). Contudo, nos indicadores respeitantes ao consumo e que envolvem a discriminação de títulos de filmes foi considerado o período entre 2009 e 2011, de forma a compensar o desfasamento no calendário de distribuição

---

<sup>2</sup> Salvaguardam-se casos pontuais, devidamente assinalados, em que se recorreu a outros anos com vista a completar alguns indicadores.

internacional<sup>3</sup>. Optar por analisar apenas um ano neste caso seria ignorar este fenómeno e significaria correr o risco de não considerar o eventual sucesso comercial de determinado título em diferentes contextos geográficos pelo simples facto de ocorrer de forma dessincronizada.

Tratando-se de uma abordagem global, o universo da pesquisa é logicamente composto por todos os países onde existe algum tipo de atividade cinematográfica, seja de produção, de distribuição ou exibição. Com vista à operacionalização de uma análise mais aprofundada foi construída uma amostra de 10 países cuja seleção se realizou pela conjugação dos seguintes critérios: representação de todos os continentes; heterogeneidade sociodemográfica e económica; inclusão de casos paradigmáticos no campo do cinema; disponibilidade de dados nos indicadores necessários. Assim, o grupo de 10 países reúne um mínimo de dois países de cada continente (apenas um no caso particular da Oceânia), áreas geográficas e volumes populacionais diversos, níveis de riqueza e desenvolvimento díspares e três casos chave no mundo do cinema (EUA, França e Japão). No quadro seguinte apresenta-se a listagem completa e uma breve caracterização dos países:

**Quadro 3.1. Caracterização da amostra**

País	População	PIB <i>per capita</i> (dólares)	Política de quotas <sup>4</sup>	Signatário da Declaração Universal Sobre a Diversidade Cultural
<b>África do Sul</b>	51,770,560	8,019	Não	Sim
<b>Austrália</b>	21,727,158	67,407	Sim	Sim
<b>Brasil</b>	192,376,496	12,576	Sim	Sim
<b>Coreia do Sul</b>	49,779,440	24,675	Sim	Sim
<b>EUA</b>	311,587,816	49,277	Não	Não
<b>França</b>	63,224,445	43,680	Sim	Sim
<b>Japão</b>	127,817,000	46,384	Não	Não
<b>Marrocos</b>	32,245,120	3,095	Não	Não
<b>México</b>	115,682,868	9,797	Sim	Sim
<b>Portugal</b>	10,282,306	23,108	Não	Sim

Fonte: United Nations Statistics Division, 2015 (população e PIB *per capita*).

### **3.3. Construção do modelo de análise da diversidade no cinema**

O quadro analítico elaborado nesta pesquisa adota como referência o modelo de Stirling, aplicado na análise da biodiversidade de ecossistemas, também adaptado pela UNESCO em publicações oficiais para a divulgação de dados do setor cultural<sup>5</sup>. Segundo o autor, a diversidade caracteriza-se por três dimensões elementares, não necessariamente dependentes e com configurações hipoteticamente distintas: variedade, equilíbrio e disparidade (Stirling, 2007). Assim, a variedade corresponde ao número de unidades diferentes em determinado sistema, o equilíbrio é a proporção de

<sup>3</sup> Determinado filme pode ser líder de bilheteira em França no ano de 2010 e apenas estrear no México em 2011, por exemplo.

<sup>4</sup> Informação retirada da página: [http://www.terramedia.co.uk/media/film/quotas\\_and\\_levies.htm](http://www.terramedia.co.uk/media/film/quotas_and_levies.htm)

<sup>5</sup> Ver o caso de estudo desenvolvido por Benhamou & Peltier (2011).

cada uma das diferentes categorias na totalidade da distribuição, e a disparidade equivale à dissemelhança entre categorias (Stirling, 2007). No domínio cultural e do cinema em particular, a diversidade pode ser apurada igualmente pelo resultado da combinação destas dimensões, embora nesta pesquisa de tenha optado por excluir a disparidade, face à ausência de indicadores suficientes e em função da dificuldade da sua medição no caso concreto do cinema<sup>6</sup>. Neste campo particular, a variedade é considerada como diversidade potencial ou *a priori*, sendo tanto maior quanto o número de filmes produzidos ou exibidos, por exemplo, ao passo que o equilíbrio se prende nomeadamente com a representação dos idiomas nos filmes, com a sua origem geográfica ou género cinematográfico: quanto mais equiparada for a proporção de cada categoria maior a diversidade existente. Não obstante, e conforme referido, estas dimensões são independentes. A título de exemplo, é perfeitamente possível que aumente o número de filmes exibidos ao mesmo tempo que diminui a diversidade dos países de origem e dos géneros cinematográficos.

Porém, uma análise ao panorama cinematográfico pressupõe a compreensão do funcionamento específico do sector. Devem por isso considerar-se três etapas essenciais na vida de uma obra cinematográfica no circuito comercial: a produção, a distribuição e a exibição. A primeira contempla a conceção do projeto, a pré-produção, a produção e a pós-produção do filme. A segunda comporta o registo dos direitos de autoria, a catalogação, o embalamento, a promoção e distribuição do filme propriamente dito, ao passo que a terceira remete para a entrega física das cópias nas salas e a exibição do filme (Obercom, 2004). A construção do modelo de análise resulta assim da combinação das etapas da circulação dos filmes com duas das dimensões basilares propostas por Stirling mas com uma modificação. Fundem-se a distribuição e a exibição numa única dimensão, não apenas devido à ausência de informação substantiva para um conjunto suficiente de países relativo à exibição, mas sobretudo com o intuito de chegar a uma conceptualização que inclua a procura por parte do público dado que, no domínio da cultura, importa estabelecer a ligação não apenas entre a diversidade que é produzida e distribuída mas também a que, no final do ciclo, chega a ser consumida, conforme defendido por Benhamou & Peltier (2011). Em suma, propõe-se analisar a variedade e o equilíbrio enquanto subdimensões em cada uma das dimensões principais – produção<sup>7</sup>, distribuição e consumo –, de modo a avaliar a diversidade produzida, a forma como é distribuída e o efeito dos agentes económicos no consumo final dessa mesma diversidade.

---

<sup>6</sup> Apenas existe informação acerca do idioma falado, do país de origem e do género utilizáveis na análise da disparidade, portanto insuficiente. Mais do que isso, sendo a disparidade definida por Stirling (2007) como a dissemelhança entre um dado par de objetos ou categorias, torna-se complexo medir substantivamente a distância entre um documentário e um filme de animação, ou entre uma produção norte-americano e uma produção japonesa, por exemplo.

<sup>7</sup> Devido à ausência de dados suficientes para apurar o equilíbrio na dimensão da produção, optou-se por trabalhar apenas com a variedade.

### **3.3.1. Produção**

A diversidade da oferta é medida através do número de filmes que determinado país produziu durante um ano, o que permite apurar a dimensão de obras potencialmente distintas na indústria nacional. Dado o volume de investimento necessário para levar a cabo uma produção cinematográfica e o facto de países com territórios e populações de maior dimensão terem uma vantagem teórica, calculam-se os valores deste indicador *per capita*, captando assim o real dinamismo de cada indústria.

### **3.3.2. Distribuição e exibição**

Em termos de variedade na dimensão de acessibilidade das obras serão utilizados três indicadores: o número de ecrãs de cinema *per capita*, que traduz a maior ou menor probabilidade virtual de cada filme ser assistido pelo público; o número de empresas de distribuição cinematográfica em atividade, que representa a possibilidade variável de as produtoras encontrarem um distribuidor disponível para apostar nos seus filmes; o número de filmes exibidos, que corresponde ao universo de obras que em determinado ano foram colocadas à disposição do público (desconhecendo-se a quantidade de cópias distribuídas e de semanas em exibição). Quanto ao equilíbrio, analisa-se o grau de concentração do mercado de distribuição através da quota das três maiores empresas em atividade (um nível alto de concentração em princípio dificulta a entrada de filmes de menor orçamento ou com intervenientes menos reputados no circuito de distribuição), bem como a proporção de produções nacionais no total de filmes exibidos, sendo que um valor médio ou elevado neste indicador seria um sinal positivo de diversidade, considerando a hipótese de uma tendência de globalização cultural homogeneizante. No sentido inverso, se a percentagem de cinema doméstico exibido for demasiado elevada, também pode significar o fechamento excessivo face a produções estrangeiras e, portanto, um contexto de fraca diversidade.

### **3.3.3. Consumo**

Relativamente à dimensão da procura, a variedade consumida é examinada com recurso ao número de espectadores de cinema por cada habitante, pois um grau de diversidade elevado depende não só da oferta e acessibilidade mas também de correspondente fruição. Por seu turno, o equilíbrio é avaliado a partir de dois indicadores principais: a quota de mercado segundo o país de origem e o ranking dos 10 filmes mais vistos, tanto para cada país como globalmente.

No primeiro caso, os dados originais foram trabalhados em duas vertentes. Após análise preliminar, considerou-se vantajoso em termos de comparabilidade agregar as cinco origens disponíveis em três categorias de origens: nacional, EUA e outras. Depois, calculou-se o Índice de Herfindhal-Hirschmann<sup>8</sup> (HHI) para cada país da amostra, de modo a chegar a um valor único e comparável entre os 10 casos. O indicador é calculado a partir da expressão  $HHI = \sum S_i^2$ , em que  $S_i$

---

<sup>8</sup> Índice habitualmente utilizado para avaliar o grau de concentração em determinado mercado, adotado no caso de estudo desenvolvido por Benhamou e Peltier (2011)

corresponde à quota de mercado de cada categoria. Quanto maior o resultado, menos o equilíbrio existente e menor a diversidade.

No segundo caso, pretende-se avaliar a concentração do consumo de cinema entre os filmes exibidos e ainda captar informação em termos de conteúdo. Para tal, apurou-se a listagem dos 10 títulos com mais espectadores ou maior receita de bilheteira<sup>9</sup> entre 2009 e 2011, tanto para cada um dos 10 países selecionados como a nível global, considerando um total de 51 países para os quais os dados estão disponíveis. Contabiliza-se assim a quota de mercado que cada conjunto de 10 filmes atraiu, bem como o número de filmes domésticos suficientemente bem-sucedidos para entrar neste lote restrito. O top 10 global, sendo mais representativo do universo da pesquisa, permite ainda comparações com os diversos tops nacionais, que por sua vez geram uma segunda amostra de 100 filmes, posteriormente alvo de uma abordagem mais aprofundada, nomeadamente termos de idiomas falados, género cinematográfico e principal produtora<sup>10</sup>. Por fim, inclui-se ainda outra possibilidade de comparação com o ranking dos 10 filmes mais descarregados ilegalmente através da internet<sup>11</sup>.

No que concerne aos idiomas importa ressalvar que em diversos contextos se realizam dobragens para a língua nativa, o que em parte adultera a análise deste indicador. Porém, não sendo possível aceder à proporção de sessões dobradas e em língua original, contabilizam-se os principais idiomas em que cada filme é produzido (ainda que por vezes sejam falada mais do que uma língua, mas na maior parte dos casos residual em relação ao idioma principal), salvaguardando-se por isso alguma prudência na interpretação dos dados.

Relativamente ao género não existe uma tipologia academicamente consensual, pelo que se adotou a proposta de Nogueira (2010), que distingue entre clássicos e outros. Segundo o autor, o conjunto dos clássicos, associados ao cinema de ficção, compõe-se pelos seguintes géneros:

- Ação: “cenas e sequências de intensa ação, entre as quais se contam perseguições vertiginosas, batalhas grandiosas, duelos contundentes ou explosões exuberantes”, género que se assume “nitidamente como entretenimento, não visando colocar à discussão temas controversos ou problematizar situações ambíguas” (idem:18);
- Comédia: “procura suscitar necessariamente o riso” e “tende a fazer ressaltar as fragilidades do ser humano: o vício, a negligência, a pompa, a presunção ou a insensatez” (idem: 20);
- Drama: “o seu objeto é o ser humano comum, normal, em situações diárias mais ou menos complexas, mas sempre com grandes implicações afetivas ou causadoras de inescapável polémica social” (idem: 23);

---

<sup>9</sup> A variação no critério depende de qual foi utilizado inicialmente pelo UIS na compilação dos dados.

<sup>10</sup> Os dados do género cinematográfico e das produtoras foram retirados da Internet Movie Database (IMDb), a base de dados *online* de cinema mais completa.

<sup>11</sup> Dados relativos à plataforma BitTorrent, um dos *sites* de downloads ilegais mais utilizados.

- Fantasia: “ligado ao sobrenatural”, é o que “mais se afasta das premissas realistas e das leis comuns do quotidiano. Aqui, as relações de causa-efeito como as conhecemos são constantemente desafiadas (...) tudo acaba por, a certo momento e em certas condições, se tornar possível” (idem: 27-28);
- Ficção Científica: “toda a ficção criada neste género deve tomar como inalienáveis as premissas do conhecimento científico vigente ou expectável acerca de um determinado facto ou fenómeno, projetando, sempre a partir delas, as suas consequências ou desenvolvimentos num momento futuro” (idem: 28-29);
- *Film Noir*: caracteriza-se pela “fotografia a preto e branco, altamente contrastada, com nítidas influências do expressionismo alemão”, por “existências assombradas e penosas” e “cenários urbanos de violência irremediável” (idem: 32-33);
- Musical: “a música é aqui assumida não apenas como um complemento dramático das situações ou da caracterização das personagens, mas como um dispositivo narrativo em si mesmo”. “Os momentos, os números ou as sequências cantadas e dançadas pelos protagonistas são, portanto, o elemento formal distintivo do musical” (idem: 33-34);
- Terror: “procura sempre provocar alguma espécie de efeito emocional nefasto no espectador” e “a tipologia desses efeitos pode ser bastante diversa: o medo, o terror, a repulsa, o choque, o horror, a abjeção” (idem: 36);
- *Thriller*: tem “a intenção de criar no espectador uma intensa excitação e nervosismo”, “uma instauração e perpetuação constante da dúvida sobre o desfecho dos acontecimentos e sobre o destino das personagens” (idem: 39);
- *Western*: “retrato efabulado do Oeste americano, da expansão da fronteira da civilização, da instauração da lei e da ordem, muitas vezes à custa das populações indígenas, tantas vezes deturpadamente retratadas” (idem: 42).

Por sua vez, do segundo conjunto fazem parte os restantes géneros:

- Animação: “consiste numa sequência de imagens que, devido à denominada persistência da imagem na retina (...) cria a ilusão de movimento”, caracterizada pelo fato de “as imagens serem registadas fotograma a fotograma e não de uma forma contínua”, o que leva a que, “pela liberdade criativa que facilita, faça frequentemente do sonho, da fantasia e das mais diversas abstrações e efabulações o seu motivo temático” (idem:59);
- Documentário: “tem como objetivo fundamental o testemunho e a reflexão sobre a realidade, partindo desta” (idem:6).

Quanto ao tipo de produção, o objetivo é estabelecer a distinção entre grandes produções, com elevados orçamentos e os melhores meios técnicos à disposição, e filmes de menor dimensão económica, habitualmente com recursos mais escassos. Em linha com a hipótese de partida, a forma encontrada de sistematizar este indicador foi apurar para os 100 filmes analisados a principal empresa

responsável pela produção, enquadrando os resultados em duas categorias: as seis maiores produtoras norte-americanas, também conhecidas como *majors*, e todas as restantes. Tal categorização é sustentada por diversos autores, entre os quais Epstein (2006), que examina o processo através do qual se chegou ao panorama atual, nomeadamente produto de intervenções governamentais que foram permitindo a concentração e o controlo de diversas plataformas e etapas do circuito em poucas empresas, fazendo ainda o levantamento dos seis maiores conglomerados norte-americanos que dominam a indústria do cinema e do entretenimento à escala global:

- The Walt Disney Company (inclui a The Walt Disney Company e a Pixar);
- Viacom (inclui a Paramount Pictures e a Paramount Animation);
- Sony (inclui a Columbia Pictures, a Sony Pictures Classics e a Sony Pictures Animation);
- NBC Universal (inclui a Universal Pictures, a Focus Pictures e a Working Title Films);
- Time Warner (inclui a Warner Bros. Pictures);
- Fox News Corporation (inclui a 20th Century Fox e a Fox Searchlight Pictures).

Seguidamente, apresenta-se o quadro-resumo do modelo de análise elaborado:

**Quadro 3.2. Modelo de análise**

DIMENSÕES	INDICADORES
PRODUÇÃO	VARIEDADE N.º de produções por país (inclui coproduções) Produções <i>per capita</i> (1.000.000 habitantes)
	EQUILÍBRIO –
DISTRIBUIÇÃO/ EXIBIÇÃO	VARIEDADE Ecrãs <i>per capita</i> (100.000 habitantes) N.º de Distribuidores ativos Distribuidores ativos <i>per capita</i> (1.000.000 habitantes) N.º de filmes exibidos
	EQUILÍBRIO Quota de mercado dos três maiores distribuidores % filmes de produção nacional do total de exibidos
CONSUMO	VARIEDADE Espectadores <i>per capita</i>
	EQUILÍBRIO Quota de mercado por país de origem Filmes mais vistos (top 10 por país + top 10 global) - Principal idioma - Género - Principal produtora Quota de Mercado do top 10 Filmes nacionais no top 10 Grau de similaridade do top 10 de cada país com o top 10 global

Por último, classificam-se os países de um a 10 em cada um dos indicadores utilizados (exceção feita aos cálculos *per capita*, que são preteridos quando existam dados absolutos), ordenados do maior para o menor grau de diversidade observado, para depois se encontrar a média da posição alcançada nos diversos indicadores, agrupados por dimensão. Cada país fica assim com três classificações, uma por dimensão de análise, sendo a média destas que determina a sua posição final no ranking de diversidade cinematográfica da amostra selecionada.

## 4. ANÁLISE DOS DADOS

No encadeamento da metodologia enunciada no capítulo anterior, com o objetivo de avaliar a diversidade cultural patente nas diversas etapas da atividade cinematográfica interpretam-se em seguida os dados recolhidos e tratados, em três momentos que correspondem às dimensões de análise mais uma secção final, em que se relacionam indicadores e sintetizam resultados.

### 4.1. Diversidade na produção

A informação respeitante à produção é certamente a menos complexa em termos interpretativos. Mesmo não integrando o modelo analítico utilizado, os dados no quadro 4.1 fornecem uma visão ampla da produção de cinema em todo o mundo, permitindo situar com maior precisão a realidade da amostra definida. São poucos os países com uma produção de cinema volumosa e são apenas quatro os que em 2011 desenvolveram mais de 300 filmes nacionais. A quota destes 10 maiores produtores equivale a 67,7% de todos os filmes que se fizeram no ano em questão, o que significa que mais de dois terços da produção mundial teve lugar em apenas 10 países, o que espelha uma concentração assinalável.

**Quadro 4.1. 10 maiores países produtores de cinema, 2011**

	N.º de filmes produzidos
<b>Índia</b>	1255
<b>EUA</b>	819
<b>China</b>	584
<b>Japão</b>	441
<b>Reino Unido</b>	299
<b>França</b>	272
<b>Coreia do Sul</b>	216
<b>Alemanha</b>	212
<b>Espanha</b>	199
<b>Itália</b>	155

Fonte: UIS Feature Film Statistics Database, 2011.

Sendo uma expressão cultural que depende de avultados recursos económicos para se materializar, não surpreende que os países de maior dimensão geográfica e populacional possuam uma vantagem de partida em termos de produção cinematográfica, à qual se junta a tradição neste campo artístico que remonta aos seus primórdios, o que explica os valores elevados de EUA e França. Face à escala da população percebe-se que, apesar disso, os países com indústrias mais ativas a par da francesa são a Coreia do Sul e o Japão.

**Quadro 4.2. N.º de filmes produzidos por país (incluindo coproduções), 2011**

	N.º de filmes produzidos	Filmes produzidos <i>per capita</i> (1.000.000 hab.)
<b>EUA</b>	819	2,6
<b>Japão</b>	441	3,5
<b>França</b>	272	4,3
<b>Coreia do Sul</b>	216	4,3
<b>Brasil</b>	99	0,5
<b>México</b>	73	0,6
<b>Austrália</b>	43	2
<b>Portugal</b>	30	2,9
<b>Marrocos</b>	24	0,7
<b>África do Sul</b>	22	0,4

Fonte: UIS Feature Film Statistics Database, 2011.

## 4.2. Diversidade na distribuição e exibição

Do conjunto de fases do ciclo de vida de um filme a distribuição é a mais determinante e a que permitiu a imposição do cinema norte-americano à escala global (Cardoso et al., 2012), desde logo porque faz a ligação entre a produção e a exibição. Não obstante, para que a circulação funcione é necessária uma rede de salas e ecrã de cinema que permita uma suficiente acessibilidade das obras ao público. No capítulo da quantidade de ecrãs de cinema disponíveis por cada 100 mil habitantes, os EUA lideram, acompanhados de perto pela Austrália e pela França, ao passo que Marrocos, Brasil e África do Sul, respetivamente, apresentam as redes de salas de cinema menos densas.

**Quadro 4.3. Ecrãs *per capita*, 2011**

<b>EUA</b>	14
<b>Austrália</b>	9,8
<b>França</b>	9,7
<b>Portugal</b>	5,8
<b>México</b>	4,9
<b>Coreia do Sul</b>	4,3
<b>Japão</b>	2,9
<b>África do Sul</b>	1,9*
<b>Brasil</b>	1,3
<b>Marrocos</b>	0,2

\*dados de 2010

Fonte: UIS Feature Film Statistics Database, 2011.

Indicador de variedade potencial da oferta, os dados do número de empresas a atuar na distribuição destacam a França como a realidade onde a concorrência é mais elevada, ultrapassando as 400 distribuidoras, bem acima das 109 nos EUA. Pelo contrário, este mercado é acentuadamente escasso na África do Sul e em Marrocos. Calculando o valor *per capita* a França mantém-se em evidência, porém percebe-se que, face à dimensão do mercado em que atuam, existe igualmente abundância de distribuidoras em Portugal e na Austrália.

**Quadro 4.4. N.º de distribuidores ativos, 2011**

	N.º de distribuidores ativos	Distribuidores <i>per capita</i> (1.000.000 hab.)
<b>França</b>	439	6,9
<b>EUA</b>	109*	0,3
<b>Austrália</b>	48	2,2
<b>Brasil</b>	39	0,2
<b>México</b>	31	0,3
<b>Portugal</b>	24	2,3
<b>Marrocos</b>	11	0,3
<b>África do Sul</b>	6	0,1
<b>Coreia do Sul</b>	–	
<b>Japão</b>	–	

\*dados de 2009

Fonte: UIS Feature Film Statistics Database, 2011.

No quadro 4.5 encontram-se contabilizados todos os filmes com exploração comercial em sala de cinema no ano de 2011 e não apenas as novas estreias. A quantidade de diferentes títulos exibidos é condição importante para que, pelo menos *a priori*, a oferta potencie a diversidade. Os números *per capita* mostram que França e Portugal fizeram chegar junto do público um vasto leque de filmes, pelo contrário escasso no Brasil e nos EUA, ao contrário do que sucede com a rede de ecrãs *per capita*. Por outro lado, os valores absolutos apontam para menores discrepâncias na amostra, exceção feita à França que se continua a destacar.

**Quadro 4.5. N.º de filmes exibidos, 2011**

	Total de filmes exibidos	Filmes exibidos <i>per capita</i> (1.000.000 hab.)
<b>França</b>	6251	98,9
<b>Portugal</b>	790	76,7
<b>Marrocos</b>	758	23,5
<b>Austrália</b>	447	20,6
<b>Coreia do Sul</b>	439	8,8
<b>Japão</b>	799	6,3
<b>México</b>	525	4,5
<b>África do Sul</b>	204	3,9
<b>Brasil</b>	554	2,9
<b>EUA</b>	760	2,4

Fonte: UIS Feature Film Statistics Database, 2011.

No mesmo sentido do número de distribuidores ativos, a França é o caso em que se verifica menor peso da quota de mercado dos três maiores distribuidores e portanto um maior equilíbrio entre os atores envolvidos. O mercado francês é, aliás, o único em que os três maiores distribuidores controlam apenas perto de um terço dos filmes em circulação, em contraste com o português e o sul-africano, onde o valor da quota atinge os 88,5% e 94%, respetivamente, sendo que nos restantes casos se registam valores em torno dos 50%.

**Quadro 4.6. Quota de mercado dos três maiores distribuidores, 2011 (% de espectadores)**

França	32,1
EUA	49,7
Brasil	51
México	51,1
Japão	52,2
Austrália	57
Marrocos	57*
Coreia do Sul	59,7
Portugal	88,5
Africa do Sul	94

\*dados de 2009

Fonte: UIS Feature Film Statistics Database, 2011.

De acordo com os dados disponíveis<sup>12</sup>, é o Japão que consegue levar às salas de cinema mais filmes nacionais (55,2%), seguindo-se a França (40,5%) e a Coreia do Sul (34,2%). No extremo oposto encontram-se Marrocos (6,2%), Austrália e África do Sul, estes dois países com pouco mais de 10% de produções nacionais entre o total de exibições. A leitura desta informação exige prudência e deve ser feita à luz da presença de quotas para o cinema doméstico em diversos países, que entre os países que apresentam valores mais elevados neste indicador só não existem no Japão.

**Quadro 4.7. Filmes de produção nacional no total de filmes exibidos, 2011 (%)**

Japão	55,2
França	40,5
Coreia do Sul	34,2
Brasil	29,6
México	21,3
Portugal	16,2
África do Sul	10,8
Austrália	10,7
Marrocos	6,2
EUA	-

Fonte: UIS Feature Film Statistics Database, 2011.

### **4.3. Diversidade no consumo**

A dimensão do consumo desperta particular interesse ao possibilitar uma apreciação mais profunda do tipo de cinema a que mais se assiste em diferentes locais do globo. Além do volume de espectadores, a análise dos idiomas falados, do género e da produtora dos filmes mais vistos em cada país permite caracterizar a paisagem cinematográfica dominante, compreender o seu peso relativamente ao universo dos filmes em circulação e compará-la com a lista dos 10 títulos mais bem-sucedidos à escala global.

---

<sup>12</sup> Não existe informação relativa aos EUA para este indicador, mas pela análise de conjunto dos restantes dados é possível inferir que as produções nacionais representem uma parcela muito considerável no total de filmes de exibidos, eventualmente a maior de todos os países da amostra.

Da mesma forma que a rede de ecrãs nos EUA se destaca das demais, este é o país onde a ida ao cinema encontra maior popularidade, com esta prática cultural a atingir perto de 5 espectadores por habitante no período analisado. Segue-se a Austrália, com 4,2, a França, com 3,9, e a Coreia do Sul, com 3,5. Nos restantes países os espectadores *per capita* situam-se abaixo dos 2, com destaque pela negativa para o Brasil (0,8), África do Sul (0,5) e Marrocos (0,1), contextos em que o cinema tende a conquistar menos adeptos.

**Quadro 4.8. Espectadores *per capita*, 2011**

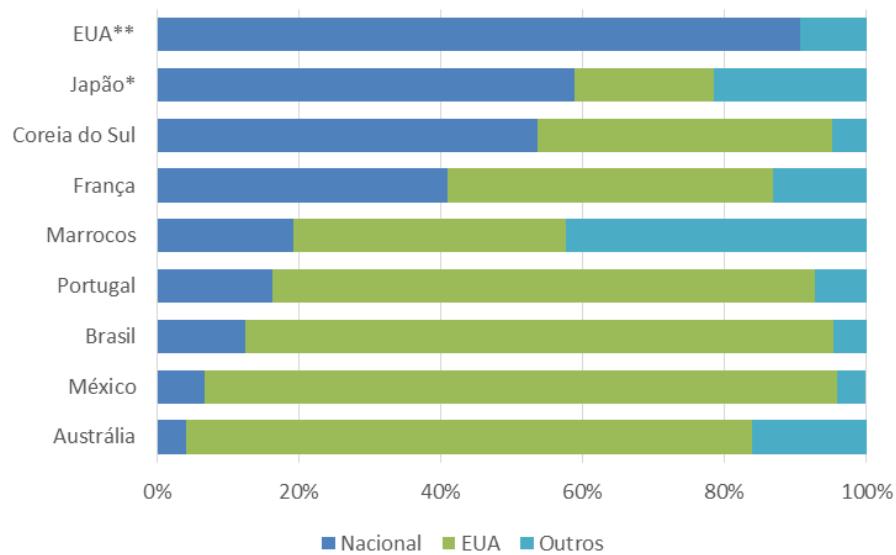
<b>EUA</b>	4,5
<b>Austrália</b>	4,2
<b>França</b>	3,9
<b>Coreia do Sul</b>	3,5
<b>México</b>	1,9
<b>Portugal</b>	1,6
<b>Japão</b>	1,3
<b>Brasil</b>	0,8
<b>África do Sul</b>	0,5
<b>Marrocos</b>	0,1*

\*dados 2009

Fonte: UIS Feature Film Statistics Database, 2011.

Além da esperável predominância do consumo de filmes norte-americanos nos EUA (mais de 90%, o que demonstra falta de abertura a produções estrangeiras), é de realçar a forte quota de espectadores em títulos desta origem em quatro países da amostra, em todos eles representando mais de três quartos – desde os 76,5% verificados em Portugal ao valor máximo de 89,1%, no México. Tendencialmente, o menor peso do cinema norte-americano equivale a uma reforçada capacidade das produções nacionais de captar espectadores, sendo a maior parcela observada nos dois países asiáticos. Por outro lado, apenas em dois países as estreias de origem estrangeira de outros países superam a importação de filmes dos EUA, nos quais têm a menor expressão de toda a amostra, designadamente no Japão (19,75%) e em Marrocos (38,4%). No referido país africano, 42,4% dos espectadores assiste a obras cuja proveniência nem é doméstica nem norte-americana. O apuramento do HHI revela que é também em Marrocos que as três categorias relativas à origem dos filmes estão distribuídas de modo mais equitativo, seguindo-se a França nesse capítulo. Pelo contrário, a maior discrepância encontra-se no México e nos EUA, respetivamente. Pode concluir-se que a importação de filmes estrangeiros tendencialmente vai pouco mais além das produções vindas dos EUA, o que leva a que outras nacionalidades fiquem claramente sub-representadas, tanto na acessibilidade como, por consequência, no consumo.

**Figura 4.1. Quota de mercado por país de origem dos filmes estreados, 2011 (% de espectadores)**



Nota: \*dados de 2009, \*\*dados de 2006

Fonte: UIS Feature Film Statistics Database, 2011.

Ainda que não exista a intenção nem a possibilidade de determinar com precisão as causas e os mecanismos que conduzem a que, de todos os filmes distribuídos ao longo de três anos em 51 países, sejam estes os filmes mais vistos e não outros, o apuramento da listagem apresentada no quadro 4.9 permite retirar ilações relevantes. Primeiro, são na totalidade filmes norte-americanos, embora em alguns casos em coprodução com outro país anglo-saxónico mas sempre tendo como principal produtora uma das seis maiores de Hollywood. Depois, neste cenário não surpreende que o idioma principal destas 10 obras seja precisamente a língua inglesa. Por fim, no género cinematográfico a fantasia e ação dominam o ranking, sendo a par da animação e da ficção científica os únicos representados neste patamar de sucesso comercial.

**Quadro 4.9. Top 10 global, 2009-2011**

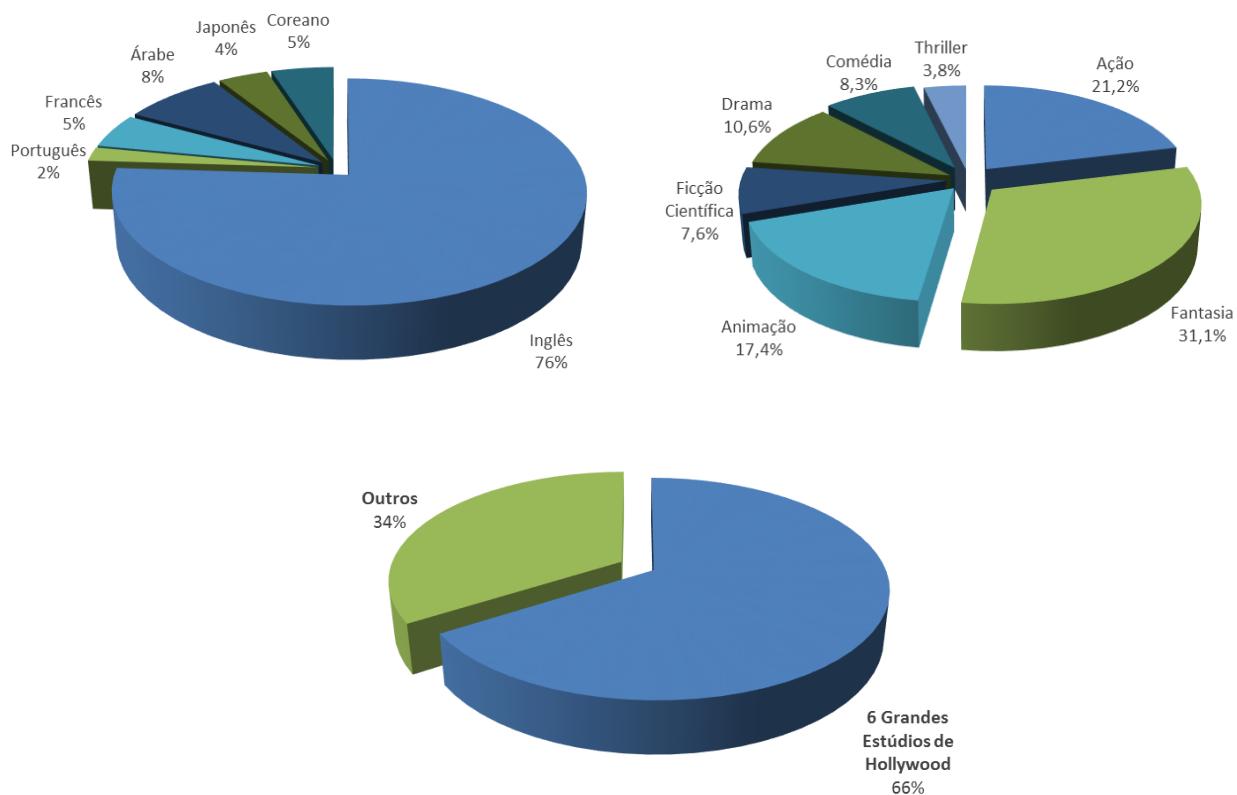
Título original	País de origem	Principal idioma	Género	Principal Produtora
Avatar	EUA/Reino Unido	Inglês	Ficção: Ação, Fantasia	Twentieth Century Fox
<i>Ice Age: Dawn of the Dinosaurs</i>	EUA	Inglês	Animação	Twentieth Century Fox
<i>Harry Potter and the Deathly Hallows: Part 2</i>	Reino Unido/EUA	Inglês	Ficção: Fantasia	Warner Bros.
<i>Pirates of the Caribbean: On Stranger Tides</i>	EUA	Inglês	Ficção: Ação, Fantasia	The Walt Disney Pictures
<i>Harry Potter and the Half Blood Prince</i>	Reino Unido/EUA	Inglês	Ficção: Fantasia	Warner Bros.
<i>Harry Potter and the Deathly Hallows: Part 1</i>	Reino Unido/EUA	Inglês	Ficção: Fantasia	Warner Bros.
<i>Inception</i>	EUA/Reino Unido	Inglês	Ficção: Ação, Ficção Científica	Warner Bros.
<i>Alice in Wonderland</i>	EUA	Inglês	Ficção: Fantasia	The Walt Disney Pictures
<i>2012</i>	EUA/Canadá	Inglês	Ficção: Ação, Ficção Científica	Columbia Pictures
<i>Shrek Forever After</i>	EUA	Inglês	Animação	DreamWorks Animation (Paramount Pictures)

Nota: contempla 51 países.

Fonte: UIS Feature Film Statistics Database, 2011.

Se, como se constatou anteriormente, as produções norte-americanas concentram uma importante quota de mercado em boa parte da amostra, é previsível o fato de o inglês, idioma profunda e transversalmente globalizado, denotar uma presença dominante entre os 10 filmes mais vistos em cada país. Quanto aos géneros, fantasia e ação juntos encontram-se representados em mais de metade dos filmes nos tops dos países da amostra, superando os dois terços se lhes forem somadas as produções de animação. Por seu turno, o *thriller*, a ficção científica e a comédia surgem mais raramente, cada um deles em menos de 10% dos filmes. Em termos de produção, cerca de dois terços dos filmes que mais espectadores assistiram entre 2009 e 2010 são produções de apenas 6 grandes estúdios norte-americanos. As figuras abaixo ilustram mais claramente estas afirmações.

**Figuras 4.2, 4.3 e 4.4. Principal idioma, género e principal produtora no top dos 10 países da amostra, 2009-2011**



Fonte: UIS Feature Film Statistics Database, 2011.

Bem revelador do desequilíbrio no consumo cinematográfico é a disparidade entre o peso que os 10 filmes com mais público têm no total de obras exibidas e a sua capacidade de concentração de espectadores<sup>13</sup>. Assim, no caso mais extremo verifica-se que 1,3% dos filmes que passaram pelas salas de cinema ao longo de três anos captaram quase dois terços dos bilhetes vendidos. Com uma parcela

<sup>13</sup> No caso da Coreia do Sul o cálculo foi efetuado a partir das receitas de bilheteira.

de filmes aproximada, a discrepância mantém elevada mas é todavia menor (cerca de um terço ou menos) nos restantes países, merecendo relevo a África do Sul pelo facto de serem mais filmes (quase 5%) a reunir 35% dos espectadores e, no sentido inverso, em França apenas 0,2% das obras atraírem 26,5% do público (dado que se explica em parte pelo número extremo de filmes exibidos comparativamente com os outros 9 países).

**Quadro 4.10. Quota de mercado dos filmes no top 10 em cada país, 2009-2011**

	% do total de filmes exibidos	% do total de receitas/ espectadores
<b>EUA</b>	1,3	23,9
<b>França</b>	0,2	26,5
<b>Austrália</b>	2,2	27,5
<b>Portugal</b>	1,3	28,2
<b>Japão</b>	1,3	29,6
<b>México</b>	1,9	30,6
<b>Coreia do Sul</b>	2,3	31,1
<b>Brasil</b>	1,8	32,2
<b>África do Sul</b>	4,9	35
<b>Marrocos</b>	1,3	61,9

Fonte: UIS Feature Film Statistics Database, 2011.

As produções norte-americanas não só demonstram uma poderosa capacidade de circulação à escala mundial como gozam de elevada popularidade doméstica, sendo nacionais os 10 filmes que mais espectadores viram nos EUA no período observado. Perto deste valor está apenas Marrocos, que nos três anos analisados viu sete produções nacionais entrarem no seu top 10, seguindo a Coreia do Sul, com cinco, o Japão, com quatro, a França, com três, e o Brasil, com apenas dois. Nos restantes casos, a totalidade da dezena de obras mais consumidas entre 2009 e 2011 é de origem estrangeira.

**Quadro 4.11. Filmes de produção nacional no top 10 de cada país, 2009-2011**

<b>EUA</b>	10
<b>Marrocos</b>	7
<b>Coreia do Sul</b>	5
<b>Japão</b>	4
<b>França</b>	3
<b>Brasil</b>	2
<b>Austrália</b>	0
<b>México</b>	0
<b>Portugal</b>	0
<b>África do Sul</b>	0

Fonte: UIS Feature Film Statistics Database, 2011.

O indicador apresentado no quadro 4.12 demonstra em que medida os países em análise representam a realidade cinematográfica mundial e até que ponto os públicos tendem a alinhar-se

internacionalmente nas suas escolhas, fenómeno também conhecido como *mainstream*. Conclui-se que apenas em quatro casos a similaridade entre o top nacional e o seu equivalente global é inferior a metade. Dois deles são os EUA e o Brasil, nos quais os filmes em comum são quatro e três, respetivamente; os outros são a Coreia do Sul e Marrocos, com uma única produção da sua tabela de obras mais consumidas a figurar na sua homóloga global. Sendo o top mundial dominado por filmes norte-americanos, é interessante que os países cujo ranking mais difere do global sejam também os culturalmente mais distantes dos EUA.

**Quadro 4.12. Grau de similaridade do top 10 de cada país com o top 10 global, 2009-2011 (0-1)**

<b>Coreia do Sul</b>	0,1
<b>Marrocos</b>	0,1
<b>Brasil</b>	0,3
<b>EUA</b>	0,4
<b>África do Sul</b>	0,5
<b>Austrália</b>	0,5
<b>França</b>	0,5
<b>Japão</b>	0,5
<b>México</b>	0,6
<b>Portugal</b>	0,6

Fonte: UIS Feature Film Statistics Database, 2011.

Igualmente pertinente é comparar o cenário dos filmes mais consumidos em sala de cinema com os mais procurados através de plataformas alternativas, de que é exemplo primordial a internet, neste caso particular o *download* em modo *peer-to-peer* (P2P)<sup>14</sup>, que escapa em grande medida ao circuito comercial e aos limites legais. Um estudo anterior constatou que na procura via P2P diminuía a representatividade dos filmes norte-americanos e surgiam cinematografias mais variadas entre os filmes mais partilhados e descarregados (Cardoso et al., 2012). Na presente pesquisa, como representado no quadro 4.13, apenas uma das afirmações do referido estudo encontra correspondência. Com efeito, através do *download* ilegal numa dos sites mais utilizados em todo o mundo, entre 2009 e 2011 procuraram-se de fato títulos distintos dos encontrados nas salas de cinemas, de géneros em certa medida mais variados todavia produzidos quase todos nos EUA, maioritariamente pelas mesmas empresas e falados em inglês. A respeito deste indicador é necessário considerar também algum desfasamento temporal entre a data de estreia de determinado filme em sala e a sua disponibilização na internet, o que poderá justificar uma parcela da variação dos títulos face ao top global. Para além disso, como se sabe o uso da internet está dependente da generalização do seu acesso e da posse de um mínimo de tecnologias, o que também pode fazer variar os países que mais a utilizam para procurar

---

<sup>14</sup> As redes *peer-to-peer* (P2P) funcionam como um meio de distribuição de ficheiros em que cada utilizador é simultaneamente um distribuidor, já que o seu computador funciona como servidor e os próprios conteúdos são disponibilizados pelos diversos utilizadores da rede.

filmes. Se é lógico pensar que, como acontece no campo do cinema assistido em sala, quanto mais desenvolvido for certo país em termos socioeconómicos maior a propensão para uma elevada utilização dessa via, não só não existem garantias da linearidade desse raciocínio como pode não existir qualquer relação de proporcionalidade com as infraestruturas de exibição disponíveis.

**Quadro 4.13. Filmes mais descarregados ilegalmente via P2P, 2009-2011**

Título original	País de origem	Principal idioma	Género	Principal Produtora	N.º de downloads
<i>Avatar</i>	EUA/Reino Unido	Inglês	Ficção: Ação, Fantasia	Twentieth Century Fox	16 580 000
<i>Kick-Ass</i>	Reino Unido/EUA	Inglês	Ficção: Ação, Comédia	Marv Films, Plan B	11 400 000
<i>Star Trek</i>	EUA/Alemanha	Inglês	Ficção: Ação, Ficção Científica	Paramount Pictures	10 960 000
<i>Transformers: Revenge of the Fallen</i>	EUA	Inglês	Ficção: Ação, Ficção Científica	DreamWorks SKG (Paramount Pictures)	10 600 000
<i>Inception</i>	EUA/Reino Unido	Inglês	Ficção: Ação, Ficção Científica	Warner Bros.	9 720 000
<i>Shutter Island</i>	EUA	Inglês	Ficção: Thriller	Paramount Pictures	9 490 000
<i>RocknRolla</i>	Reino Unido/EUA/França	Inglês	Ficção: Ação, Thriller	Warner Bros.	9 430 000
<i>Fast Five</i>	Reino Unido/EUA	Inglês	Ficção: Ação, Thriller	Universal Pictures	9 260 000
<i>The Hangover</i>	EUA	Inglês	Ficção: Comédia	Warner Bros.	9 180 000
<i>The Hangover II</i>	EUA	Inglês	Ficção: Comédia	Warner Bros.	8 840 000

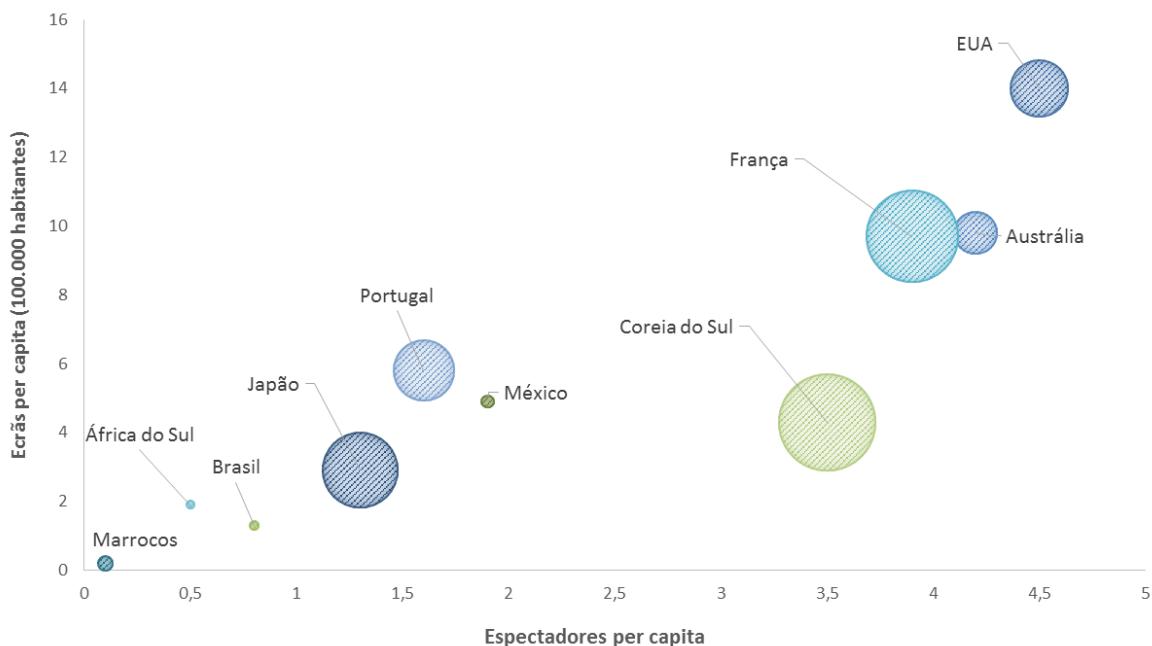
Fontes: Torrent Freak, 2009-2011 (título e n.º de *downloads*); Internet Movie Database, 2015 (país de origem, principal idioma, género e principal produtora)

#### 4.4. Síntese comparativa

Conclui-se o capítulo com uma síntese que cruza determinados indicadores chave para uma compreensão mais englobante da informação analisada nos pontos anteriores, bem como o apuramento do ranking final de diversidade cultural no cinema, que contempla todas as dimensões e respetivas variáveis utilizadas neste trabalho e permite posicionar em termos relativos os 10 países da amostra.

Considerando as principais condições prévias para a diversidade, ou seja, uma elevada capacidade de produção, uma vasta rede de ecrãs para exibição e uma procura que absorva suficientemente a oferta existente, a figura 4.5 permite identificar os EUA como líder destacado. Seguem-se a Austrália e a França, este país com uma produção *per capita* mais significativa que a dos dois países anteriores. No polo oposto, os mercados cinematográficos menos expressivos e *a priori* menos diversos nos aspetos referidos são os de Marrocos, África do Sul e Brasil. Apesar da produção *per capita* expressiva, Japão e Portugal carecem de uma rede de equipamentos mais alargada e de uma maior popularização da ida ao cinema para atrair mais espectadores.

**Figura 4.5. Variedade potencial, 2011**

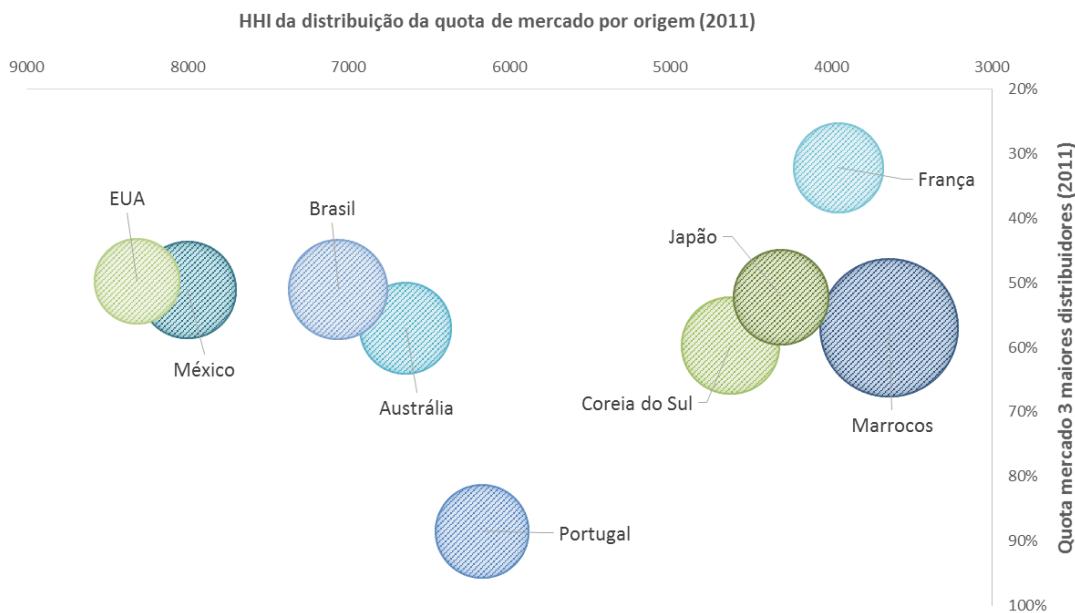


Nota: a dimensão dos círculos corresponde ao número de filmes *per capita* produzidos em cada país.

Fonte: UIS Feature Film Statistics Database, 2011.

Ao comparar as quotas de espectadores dos grupos de origem dos filmes (a partir do valor de HHI) com a concentração verificada no conjunto das 3 maiores distribuidoras e a proporção de espectadores que os 10 filmes mais vistos conseguem captar, evidencia-se a França como o país com maior diversidade na dimensão do equilíbrio no mercado. Seguidamente aparece um grupo de três países composto por Japão, Coreia do Sul e Marrocos, este último apesar de tudo com o ponto negativo da elevada concentração de espectadores em poucos filmes (o n.º de títulos exibidos é também pouco expressivo o que justifica parcialmente este fato). Nas posições menos favoráveis encontram-se Portugal, graças à elevada concentração na etapa da distribuição, e com um cenário muito semelhante entre si o México e os EUA, contextos em que a importação cinematográfica está mais concentrada em poucas origens.

**Figura 4.6. Equilíbrio da diversidade, 2011**



Nota: a dimensão dos círculos corresponde à proporção da quota de mercado dos 10 filmes mais vistos em cada país face ao total de exibidos.

Fonte: UIS Feature Film Statistics Database, 2011.

No quadro 4.14 estão representados os indicadores mais importantes para o cinema doméstico em cada dimensão<sup>15</sup>. É notória a existência de uma marcada harmonia entre as etapas do circuito cinematográfico. Num país com elevada produção, assim também se revela a sua capacidade de a fazer chegar junto do público e os resultados em termos de espectadores tendem a manter altos. O mesmo sucede quando o patamar de produção é médio ou baixo, excetuando o Brasil e o México, países nos quais os filmes nacionais perdem popularidade, o que se reflete no consumo. Deste modo, é possível estabelecer uma tipologia de três grupos de países a partir do desempenho observado no cinema doméstico.

**Quadro 4.14. Nível de produção, exibição e consumo de cinema nacional por país, 2011**

	Total de filmes produzidos	Filmes de produção nacional no total de exibidos	Quota de mercado dos filmes nacionais
<b>Coreia do Sul</b>	Alto	Alto	Alto
<b>França</b>	Alto	Alto	Alto
<b>Japão</b>	Alto	Alto	Alto
<b>EUA</b>	Alto	—	Alto
<b>Brasil</b>	Médio	Médio	Baixo
<b>México</b>	Médio	Médio	Baixo
<b>Austrália</b>	Médio	Baixo	Baixo
<b>África do Sul</b>	Baixo	Baixo	Baixo
<b>Marrocos</b>	Baixo	Baixo	Baixo
<b>Portugal</b>	Baixo	Baixo	Baixo

Fonte: UIS Feature Film Statistics Database, 2011.

<sup>15</sup> Os valores de cada país foram simplificados em três níveis (baixo, médio e alto), de modo a captar uma tendência mais geral e estabelecer grupos a partir de eventuais semelhanças.

A análise dos dados culmina com o derradeiro escalonamento dos países selecionados para constituir a amostra desta pesquisa, agora combinando a totalidade da informação recolhida acerca da diversidade cultural da atividade cinematográfica. Para além das especificidades de cada país que influenciam este ordenamento, o dado a sublinhar desde logo é a coincidência dos quatro países no topo do quadro 4.14 com os do quadro 4.15, a partir da qual se pode atribuir uma importância central ao cinema nacional no quadro da diversidade mais geral, inclusive reforçada pela relevância da circulação e consumo de obras de produção nacional enquanto forma preservação da identidade cultural local.

**Quadro 4.15. Ranking de diversidade cinematográfica**

	Ranking Final	Média das três dimensões	Ranking Produção	Ranking Distribuição/Exibição	Ranking Consumo
<b>França</b>	<b>1</b>	2,0	3	1	2
<b>EUA</b>	<b>2</b>	2,3	1	2	4
<b>Japão</b>	<b>3</b>	3,0	2	3	4
<b>Coreia do Sul</b>	<b>4</b>	4,3	4	8	1
<b>Brasil</b>	<b>5</b>	5,0	5	4	6
<b>México</b>	<b>6</b>	6,3	6	4	9
<b>Austrália</b>	<b>7</b>	6,7	7	6	7
<b>Marrocos</b>	<b>8</b>	7,0	9	9	3
<b>Portugal</b>	<b>9</b>	7,7	8	7	8
<b>África do Sul</b>	<b>10</b>	10,0	10	10	10

Fonte: UIS Feature Film Statistics Database, 2011.

## CONCLUSÕES

Após a análise multidimensional da atividade cinematográfica em contexto de profunda globalização, a principal conclusão é a de que a hipótese testada é globalmente validada, existindo uma reduzida diversidade em parte considerável dos países observados e indicadores apurados, que no entanto se reveste de especificidades que merecem ser exploradas. No campo do cinema, não se observa ainda o novo contexto internacional policêntrico preconizado por Lipovetsky (2011), já que os EUA continuam a ser o grande centro cinematográfico capaz de fazer chegar as suas produções a quase todos os lugares, sendo também o único que é igualmente central na dimensão económica e política, o que, de acordo com Melo (2002), é um requisito essencial para que se constitua como polo cultural.

De fato, quando se observa um elevado grau de concentração em aspectos que envolvem a proveniência das produções, a presença dominante de filmes norte-americanos explica quase inteiramente o fenômeno. Noutro domínio, as condições de acessibilidade existentes revelam-se uma condição prévia indispensável para a diversidade cinematográfica, pois é necessário que exista uma rede numerosa e suficientemente dispersa pelo país, tanto para que a produção doméstica tenha maior probabilidade de chegar a ser exibida como para que o público tenha facilidade em consumir efetivamente as obras.

Incontestavelmente, o cinema a que mais se assiste em todo o mundo é norte-americano. Quando essa posição hegemónica é posta em causa, como no caso do Japão, da Coreia do Sul ou da França, é graças à presença considerável de filmes nacionais, ficando as cinematografias estrangeiras não-americanas remetidas a um espaço residual. Por seu turno, as escolhas dos espectadores, e por consequência as receitas de bilheteira, surgem normalmente concentradas num pequeno número de grandes êxitos. De forma transversal na amostra, os 10 filmes mais vistos equivalem a uma parcela nunca superior a 5% do total de exibidos, mas conseguem captar em média cerca de um terço do público. Mais, estas são obras que em grande medida apresentam as características da “Fórmula de Midas” conceitualizada por Epstein (2006), criados sobretudo a partir de conceitos não-originais, portanto não escritos direta e intencionalmente para cinema. Ainda que não existam dados que o sustentem, hipoteticamente pode explicar-se esta tendência pelas estratégias adotadas nas etapas de circulação de filmes pensados para o consumo em massa: as produtoras investem habitualmente em filmes de grande reconhecimento; as distribuidoras colocam o maior número possível de cópias no mercado de modo a ocupar o máximo de ecrãs possível, esperando ainda que as agressivas operações de *marketing* captem a atenção do público. Confirma-se assim, como sustenta Castells (2009), a prevalência do poder de programar redes de circulação, sendo que quanto mais concentrado se encontrar mais prejudicada fica a diversidade.

A questão do consumo é ainda importante na medida que não há garantia de que o público deseje a diversidade *per si*. Pelo contrário, existem estudos que observaram alguma relutância da parte dos espectadores quando confrontados com a diversidade (Benhamou, 2002), para além de que uma mudança no horizonte de expectativa, como lhe chama Jauss (1978), raramente é célere,

principalmente porque exige do público a aprendizagem de competências de leitura e códigos interpretativos relativos a determinada inovação artística. Esta ideia está alinhada com a homologia que Bourdieu (2003) identifica entre o espaço de produção e o campo dos consumidores.

Pode dizer-se que, à imagem do que reflete a sua posição na história recente, a França carrega a “bandeira” da diversidade e cultiva-a na prática. Com efeito, no apuramento global da diversidade na amostra a França é o país que apresenta indicadores de maior variedade e equilíbrio, ao passo que os EUA, na segunda posição, em muito beneficiam do fato de apresentarem a mais densa infraestrutura de ecrãs de cinema, o maior volume de produção em termos absolutos e a maior taxa de consumo de filmes por habitante. Apesar de uma avaliação mais fina poder demonstrar que em termos linguísticos, de género ou de principais produtoras a diversidade é relativamente baixa, o desempenho acumulado dos EUA nos indicadores adotados e respetiva agregação indicam consideravelmente o oposto. Graças à sua produção bastante dinâmica, que garante uma certa resistência à penetração de produções norte-americanas, também surgem bem posicionados o Japão e a Coreia do Sul, respectivamente na terceira e quarta posição.

A distribuição das quatro primeiras posições do ranking total de diversidade permite ainda retirar uma das ilações mais relevantes desta pesquisa: a relação entre o desempenho dos países nos indicadores respeitantes à cinematografia doméstica (designadamente de produção, exibição e quota de espectadores) e sua diversidade cultural no cinema. Este fenómeno leva a confirmar o argumento de Tomlinson (1991), que defende que a tendência de uniformização em torno de obras norte-americanas, embora exista, não se traduz diretamente em prejuízo das cinematografias dos países importadores. No entanto, salvaguarda-se que tal se verifica apenas nos casos em que a produção local é ativa, volumosa e percorre eficazmente o circuito cinematográfico, como sucede em França, Japão e Coreia do Sul, com o esmagador consumo de filmes domésticos nos EUA a dever-se mais ao seu fechamento tendencial em relação ao cinema estrangeiro.

O acréscimo científico do conhecimento da diversidade cinematográfica a uma escala mundial e o contributo para tomadas de decisões mais informadas em termos de políticas culturais são as principais implicações deste trabalho. Em última análise, esta pesquisa poderá ser utilizada como argumento favorável à adoção de medidas de incentivo à produção nacional, à sua efetiva distribuição e exibição e à existência de restrições à importação, sem que tal se transforme em fechamento face ao cinema estrangeiro, que potenciaria igualmente a diminuição da diversidade.

Como limitações sublinha-se a impossibilidade de estabelecer uma relação causal entre políticas culturais e diversidade existente, já que seria necessário conhecer em cada contexto os momentos em que ocorreram intervenções governamentais (de que são exemplo a introdução e alteração de quotas para exibição de filmes nacionais ou o aumento do financiamento público destinado ao cinema) e medir o seu impacto no panorama cinematográfico, preferencialmente analisando-o de forma diacrónica. Para além disso, é igualmente problemático inferir se a uniformização que se observa produz realmente alienação no público e se há efeitos resultantes da difusão de valores subjetivos

associados ao país que domina a indústria. A este respeito, parece menos arriscado concordar com Jameson (1998) quando este afirma que a hegemonia na atividade cinematográfica se deve mais à exploração de uma atividade económica que se reconhece como altamente lucrativa do que à existência de um projeto concertado de dominação cultural ou ideológica. Para além disso, se existissem dados acerca da origem completamente desagregados, seria interessante perceber quantos países inclui a categoria “outros” – se apenas mais um ou dois, eventualmente vizinhos ou com o mesmo idioma, ou diversos, demonstrando uma recetividade mais global na importação de cinema. Como neste caso e de um modo geral, a ausência de dados para uma parte considerável dos países e indicadores funcionou como constrangimento na pesquisa, tanto em extensão como em intensidade.

No futuro seria igualmente valioso investigar a referida questão das representações culturais e ideológicas, explorada especificamente em função do país produtor, para além das questões de género ou de classes sociais mais amplamente estudadas. Por outro lado, apesar de ser abordado superficialmente o fenómeno do consumo ilegal de filmes através da internet, o papel que vêm conquistando recentemente torna necessário compreender em detalhe a pluralidade de plataformas alternativas ao circuito de salas de cinema, como o *Video On Demand* (VOD), o DVD, o Blu-Ray ou até mesmo suportes extracinematográficos em que os filmes se desdobram (os videojogos são o caso mais frequente). Apesar de este trabalho colmatar parcialmente uma lacuna na investigação empírica dos processos de globalização cultural no cinema de um prisma sociológico, o tema certamente merece aprofundamento e uma maior diversidade de análises.

## **FONTES**

Box Office Mojo (2015). *South Korea Yearly Box Office*. Acedido a 16 de Fevereiro de 2015 em:

<http://www.boxofficemojo.com/intl/korea/yearly/>

Eurimages (2014). *What we do?*. Acedido a 2 de Fevereiro de 2015 em:

[http://www.coe.int/t/dg4/eurimages/About/default\\_en.asp](http://www.coe.int/t/dg4/eurimages/About/default_en.asp)

Ibermedia (2013). *O programa*. Acedido a 2 de Fevereiro de 2015 em:

<http://www.programaibermedia.com/pt/el-programa/>

Internationale Filmfestspiele Berlin (2015). *World Cinema Fund*. Acedido a 2 de Fevereiro de 2015 em:

[http://www.berlinale.de/en/branche/world\\_cinema\\_fund/wcf\\_profil/index.html](http://www.berlinale.de/en/branche/world_cinema_fund/wcf_profil/index.html)

Internet Movie Database (2015). Acedido a 16 de Fevereiro de 2015 em: <http://www.imdb.com/>

Torrent Freak (2011). Acedido a 16 de Fevereiro de 2015 em: <https://torrentfreak.com/top-10-most-pirated-movies-of-2009-091220/>, <http://torrentfreak.com/avatar-crowned-the-most-pirated-movie-of-2010-101220/> e <http://torrentfreak.com/top-10-most-pirated-movies-of-2011-111223/>

UNESCO Institute for Statistics (2012) Feature Film Statistics Database. Acedido a 16 de Fevereiro de 2015 em:

<http://data.uis.unesco.org/>

### **Filmes:**

Aleksandrov, G & Eisenstein, S. M. (1928). *Outubro* (Filme). União Soviética: Sovkino.

Eisenstein, S. M. (1925). *O Couraçado Potemkin* (Filme). União Soviética: Goskino.

Griffith, D.W. (1915). *O Nascimento de uma Nação* (Filme). EUA: David W. Griffith Corp.

Riefenstahl, L. (1935). *O Triunfo da Vontade* (Filme). Alemanha: Leni Riefenstahl-Produktion.

## **BIBLIOGRAFIA**

Adorno, T. W. & Horkheimer, M. (2002). *Dialectic of Enlightenment: Philosophical Fragments*. Califórnia: Stanford University Press.

Appadurai, A. (2004). *Dimensões Culturais da Globalização: A modernidade sem peias*. Lisboa: Teorema.

Barros, J. A. (2007). "Cinema e História- as funções do Cinema como agente, fonte e representação da História" *Ler História*, n.º 52.

Benhamou, F. (2002). *L'Economie du star system*. Paris: Odile Jacob.

Benhamou, F. & Peltier, S. (2011). "Application of the Stirling model in assessing diversity using UNESCO Institute for Statistics (UIS) cinema data", *Unesco Institute for Statistics Technical Paper*, (6), pp.9-76.

Bennett T. (2001). *Differing diversities. Transversal study on the theme of cultural policy and cultural diversity*. Estrasburgo: Council of Europe Publishing.

Bhabha, H. K. (1998). *The location of culture*. Londres: Routledge.

Bimbenet, J. (2007). *Film et histoire*. Paris: Armand Colin

Bourdieu, P. (2003). *Questões de Sociologia*. Lisboa: Fim de Século.

Bryman, A. (2012), *Social Research Methods*, Nova Iorque, Oxford University Press.

Cardoso, G.; Caetano, M.; Espanha, R.; Jacobetty, P. & Quintanilha T. L. (2012). P2P in the Networked Future of European Cinema, *International Journal of Communication* (IJOC), (6), pp.795-821.

Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford: University Press.

- Dayan, D. (1974). "The Tutor-Code of Classical Cinema", *Film Quarterly*, volume 28 (1).
- Debord, G. (1994). *The Society of the Spectacle*. Nova Iorque: Zone Books
- Eco, U. (1987), *Apocalípticos e Integrados*, São Paulo, Editora Perspectiva.
- Epstein, E. J. (2006). *The Big Picture: Money And Power in Hollywood*. New York: Random House.
- Ferro, M. (1992). *Cinema e História*. São Paulo: Paz e Terra
- Giannetti, L. (2007). *Understanding Movies*. Nova Jérsia: Prentice Hall
- Gramsci, A. (2004). *Cadernos do Cárcere*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Habermas, J. (1984). *Mudança estrutural da esfera pública - Investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.
- Habermas, J. (2003). *Direito e Democracia – entre facticidade e validade*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.
- Hall, S. (1997). *Representation – Cultural Representations and Signifying Practices*. London: SAGE Publications.
- Jameson, F. "Notes on Globalization as a Philosophical Issue" em Jameson F. & Miyoshi M. (eds) (1998). *The Cultures of Globalization*. Durham & London: Duke University Press.
- Jauss, H.R. (1978). *Pour une Esthétique de la Réception*. Paris, Gallimard.
- Lipovetsky, G. & Juvin, H. (2011). *O Ocidente Mundializado: controvérsia sobre a cultura planetária*. Lisboa: Edições 70.
- Lipovetsky, G. & Serroy, J. (2010). *A Cultura-Mundo: resposta a uma sociedade desorientada*. Lisboa: Edições 70.
- Llosa, M. V. (2012). *A Civilização do Espectáculo*. Lisboa: Quetzal
- Melo, A. (2001). *Arte*. Lisboa: Quimera.
- Melo, A. (2002). *Globalização Cultural*. Lisboa: Quimera.
- Melo, A. (org.) (1994). *Arte e Dinheiro*. Lisboa: Assírio & Alvim.
- Nogueira, L. (2010) *Manuais de Cinema II: Géneros Cinematográficos*. Covilhã: Livros Labcom/UBI.
- Obercom (2004). *A Cadeia de Valor do Audiovisual*. Lisboa: Instituto da Comunicação Social.
- Ramonet, I. (2001). *Propagandas Silenciosas - Massas, Televisão, Cinema*. Porto: Campo das Letras.
- Ritzer, G. (2004). *The McDonaldization of Society*. California: Pine Forge Press.
- Rosenstone, R. A. (2006). *History on film, Film on History*. Nova Jérsia: Pearson Education
- Sobociński, M. (2001). *Ideology in Images - We Are Being Framed*. Toruń: Nicolaus Copernicus University.
- Stirling, A. (2007). "A General Framework for Analysing Diversity in Science, Technology and Society", *Journal of the Royal Society Interface*, volume 4 (15), p.707-719.
- Tomlinson, J. (1991). *Cultural Imperialism: A Critical Introduction*. London: Pinter.
- Toplin, R. (1996). *History by Hollywood: The Use and Abuse of the American Past*. Champaign: University of Illinois Press
- Vidal, G. (1992). *Screening History*. Cambridge: Harvard University Press
- Winkler, M. (2009). *The Roman Salute*. Ohio: Ohio State University Press

## ANEXO ESTATÍSTICO

**Quadro A1. Quota de mercado por país de origem dos filmes estreados, 2011 (% espectadores)**

	Nacional	EUA	Outros	HHI
<b>Marrocos</b>	19,2	38,4	42,4	3641
<b>França</b>	40,9	45,9	13,2	3953,9
<b>Japão*</b>	58,8	19,7	21,5	4307,8
<b>Coreia do Sul</b>	53,6	41,6	4,7	4625,6
<b>Portugal</b>	16,2	76,5	7,3	6168
<b>Austrália</b>	4,1	79,8	16,1	6644,1
<b>Brasil</b>	12,4	83	4,6	7063,9
<b>México</b>	6,7	89,1	4,1	8000,5
<b>EUA**</b>	90,7	—	9,3	8313

\*dados de 2009, \*\*dados de 2006

Fonte: UIS Feature Film Statistics Database, 2011.

**Quadro A2. Top 10 filmes mais vistos na África do Sul, 2009-2011**

Título original	País de origem	Principal idioma	Género	Principal produtora
Avatar	EUA/Reino Unido	Inglês	Ficção: Ação, Fantasia	Twentieth Century Fox
<i>The Twilight Saga: Breaking Dawn - Part 1</i>	EUA	Inglês	Ficção: Fantasia	Temple Hill Entertainment
<i>The Smurfs</i>	EUA	Inglês	Animação	Columbia Pictures
<i>The Twilight Saga: Eclipse</i>	EUA	Inglês	Ficção: Fantasia	Summit Entertainment
<i>Ice Age: Dawn of the Dinosaurs</i>	EUA	Inglês	Animação	Twentieth Century Fox
<i>Pirates of the Caribbean: On Stranger Tides</i>	EUA	Inglês	Ficção: Ação, Fantasia	Walt Disney Pictures
<i>Toy Story 3</i>	EUA	Inglês	Animação	Walt Disney
<i>Shrek Forever After</i>	EUA	Inglês	Animação	DreamWorks Animation (Paramount Pictures)
<i>The Twilight Saga: New Moon</i>	EUA	Inglês	Ficção: Fantasia	Temple Hill Entertainment
<i>Alice in Wonderland</i>	EUA	Inglês	Ficção: Fantasia	Walt Disney Pictures

Fontes: UIS Feature Film Statistics Database, 2011 (título, país de origem e idioma); Internet Movie Database, 2015 (género e principal produtora)

**Quadro A3. Top 10 filmes mais vistos na Austrália, 2009-2011**

Título original	País de origem	Principal idioma	Género	Principal produtora
<i>Avatar</i>	EUA/Reino Unido	Inglês	Ficção: Ação, Fantasia	Twentieth Century Fox
<i>Harry Potter and the Deathly Hallows: Part 2</i>	Reino Unido/EUA	Inglês	Ficção: Fantasia	Warner Bros.
<i>Toy Story 3</i>	EUA	Inglês	Animação	Walt Disney
<i>Harry Potter and the Half-Blood Prince</i>	Reino Unido/EUA	Inglês	Ficção: Fantasia	Warner Bros.
<i>Transformers: Revenge of the Fallen</i>	EUA	Inglês	Ficção: Ação, Ficção Científica	Paramount Pictures
<i>Harry Potter and the Deathly Hallows: Part 1</i>	Reino Unido/EUA	Inglês	Ficção: Fantasia	Warner Bros.
<i>Alice in Wonderland</i>	EUA	Inglês	Ficção: Fantasia	Walt Disney Pictures
<i>Transformers: Dark of the Moon</i>	EUA	Inglês	Ficção: Ação, Ficção Científica	Paramount Pictures
<i>The Twilight Saga: New Moon</i>	EUA	Inglês	Ficção: Fantasia	Temple Hill Entertainment
<i>Inception</i>	EUA/Reino Unido	Inglês	Ficção: Ação, Ficção Científica	Warner Bros.

Fontes: UIS Feature Film Statistics Database, 2011 (título, país de origem e idioma); Internet Movie Database, 2015 (género e principal produtora)

**Quadro A4. Top 10 filmes mais vistos no Brasil, 2009-2011**

Título original	País de origem	Principal idioma	Género	Principal produtora
<i>Tropa de Elite 2 - O Inimigo Agora É Outro</i>	Brasil	Português	Ficção: Ação, Drama	Globo Filmes
<i>Ice Age: Dawn of the Dinosaurs</i>	EUA	Inglês	Animação	Twentieth Century Fox
<i>Shrek Forever After</i>	EUA	Inglês	Animação	DreamWorks Animation (Paramount Pictures)
<i>The Twilight Saga: Breaking Dawn - Part 1</i>	EUA	Inglês	Ficção: Fantasia	Temple Hill Entertainment
<i>Rio</i>	EUA	Inglês	Animação	Twentieth Century Fox
<i>The Twilight Saga: Eclipse</i>	EUA	Inglês	Ficção: Fantasia	Summit Entertainment
<i>Se Eu Fosse Você 2</i>	Brasil	Português	Ficção: Comédia	Globo Filmes
<i>The Twilight Saga: New Moon</i>	EUA	Inglês	Ficção: Fantasia	Summit Entertainment
<i>Harry Potter and the Deathly Hallows: Part 2</i>	Reino Unido/EUA	Inglês	Ficção: Fantasia	Warner Bros.
<i>Alvin and the Chipmunks: The Squeakquel</i>	EUA	Inglês	Animação	Twentieth Century Fox

Fontes: UIS Feature Film Statistics Database, 2011 (título, país de origem e idioma); Internet Movie Database, 2015 (género e principal produtora)

**Quadro A5. Top 10 filmes mais vistos na Coreia do Sul, 2009-2011**

Título original	País de origem	Principal idioma	Género	Principal produtora
<i>Avatar</i>	EUA/Reino Unido	Inglês	Ficção: Ação, Fantasia	Twentieth Century Fox
<i>Transformers: Dark of the Moon</i>	EUA	Inglês	Ficção: Ação, Ficção Científica	Paramount Pictures
<i>Haeundae</i>	Coreia do Sul	Coreano	Ficção: Ação, Drama, Thriller	CJ Entertainment
<i>Gukga daepyo</i>	Coreia do Sul	Coreano	Ficção: Drama	KM Culture Co.
<i>Mission: Impossible - Ghost Protocol</i>	EUA	Inglês	Ficção: Ação, Thriller	Paramount Pictures
<i>Sunny</i>	Coreia do Sul	Coreano	Ficção: Drama	Toilet Pictures
<i>Chojongbyunggi Hwal</i>	Coreia do Sul	Coreano	Ficção: Ação	Dasepo Club
<i>Transformers: Revenge of the Fallen</i>	EUA	Inglês	Ficção: Ação, Ficção Científica	Paramount Pictures
<i>The Man From Nowhere</i>	Coreia do Sul	Coreano	Ficção: Ação, Thriller	Cinema Service
<i>Kung Fu Panda 2</i>	EUA	Inglês	Animação	DreamWorks Animation (Paramount Pictures)

Fontes: Box Office Mojo, 2015 (título);  
Internet Movie Database, 2015 (país de origem, idioma, género e principal produtora)

**Quadro A6. Top 10 filmes mais vistos nos EUA, 2009-2011**

Título original	País de origem	Principal idioma	Género	Principal produtora
<i>Avatar</i>	EUA/ Reino Unido	Inglês	Ficção: Ação, Fantasia	Twentieth Century Fox
<i>Toy Story 3</i>	EUA	Inglês	Animação	Walt Disney Pictures
<i>Transformers: Revenge of the Fallen</i>	EUA	Inglês	Ficção: Ação, Ficção Científica	Paramount Pictures
<i>Harry Potter and the Deathly Hallows: Part 2</i>	Reino Unido/ EUA	Inglês	Ficção: Fantasia	Warner Bros.
<i>Transformers: Dark of the Moon</i>	EUA	Inglês	Ficção: Ação, Ficção Científica	Paramount Pictures
<i>Alice in Wonderland</i>	EUA	Inglês	Ficção: Fantasia	Walt Disney Pictures
<i>Iron Man 2</i>	EUA	Inglês	Ficção: Ação, Ficção Científica	Paramount Pictures
<i>Harry Potter and the Half Blood Prince</i>	Reino Unido/EUA	Inglês	Ficção: Fantasia	Warner Bros.
<i>The Twilight Saga: Eclipse</i>	EUA	Inglês	Ficção: Fantasia	Summit Entertainment
<i>Up</i>	EUA	Inglês	Animação	Walt Disney Pictures

Fontes: UIS Feature Film Statistics Database, 2011 (título, país de origem e idioma);  
Internet Movie Database, 2015 (género e principal produtora)

**Quadro A7. Top 10 filmes mais vistos em França, 2009-2011**

Título original	País de origem	Principal idioma	Género	Principal produtora
<i>Intouchables</i>	França	Francês	Ficção: Comédia, Drama	Quad Productions
<i>Avatar</i>	EUA/Reino Unido	Inglês	Ficção: Ação, Fantasia	Twentieth Century Fox
<i>Rien à déclarer</i>	França /Bélgica	Francês	Ficção: Comédia	Pathé
<i>Ice Age: Dawn of the Dinosaurs</i>	EUA	Inglês	Animação	Twentieth Century Fox
<i>Harry Potter and the Deathly Hallows: Part 2</i>	Reino Unido/ EUA	Inglês	Ficção: Fantasia	Warner Bros.
<i>Harry Potter and the Half-Blood Prince</i>	Reino Unido/EUA	Inglês	Ficção: Fantasia	Warner Bros.
<i>Harry Potter and the Deathly Hallows: Part 1</i>	Reino Unido/ EUA	Inglês	Ficção: Fantasia	Warner Bros.
<i>Le petit Nicolas</i>	França /Bélgica	Francês	Ficção: Comédia	Fidélité Productions
<i>The Adventures of Tintin</i>	EUA/Nova Zelândia	Inglês	Animação	Columbia Pictures
<i>Les Petits Mouchoirs</i>	França	Francês	Ficção: Comédia, Drama	Les Productions du Trésor

Fontes: UIS Feature Film Statistics Database, 2011 (título, país de origem e idioma); Internet Movie Database, 2015 (género e principal produtora)

**Quadro A8. Top 10 filmes mais vistos no Japão, 2009-2011**

Título original	País de origem	Principal idioma	Género	Principal produtora
<i>Avatar</i>	EUA/ Reino Unido	Inglês	Ficção: Ação, Fantasia	Twentieth Century Fox
<i>Alice in Wonderland</i>	EUA	Inglês	Ficção: Fantasia	Walt Disney Pictures
<i>Toy Story 3</i>	EUA	Inglês	Animação	Walt Disney Pictures
<i>Harry Potter and the Deathly Hallows: Part 2</i>	Reino Unido/ EUA	Inglês	Ficção: Fantasia	Warner Bros.
<i>Kari-gurashi no Arietti</i>	Japão	Japonês	Animação	Studio Ghibli
<i>Pirates of the Caribbean: On Stranger Tides</i>	EUA	Inglês	Ficção: Ação, Fantasia	Walt Disney Pictures
<i>Rookies the Movie: Graduation</i>	Japão	Japonês	Ficção: Drama	Amuse
<i>Za rasuto messêji: Umizaru</i>	Japão	Japonês	Ficção: Drama	Fuji Television Network
<i>Harry Potter and the Half-Blood Prince</i>	Reino Unido/EUA	Inglês	Ficção: Fantasia	Warner Bros.
<i>Odoru daisousasen the movie 3: Yatsura o kaihou seyo!</i>	Japão	Japonês	Ficção: Drama	Fuji Television Network

Fontes: UIS Feature Film Statistics Database, 2011 (título, país de origem e idioma); Internet Movie Database, 2015 (género e principal produtora)

**Quadro A9. Top 10 filmes mais vistos em Marrocos, 2009-2011**

Título original	País de origem	Principal idioma	Género	Principal produtora
<i>Casanegra</i>	Marrocos	Árabe	Ficção: Drama	Sigma Technologies
<i>Le clandestin</i>	Marrocos	Árabe	Ficção: Comédia	Hi Com Production
<i>Amours voilées</i>	Marrocos	Árabe	Ficção: Comédia, Drama	Arts Films
<i>Zahaymer</i>	Egito	Árabe	Ficção: Comédia	Al Arabia Cinema Production & Distribution
<i>Ex Shamkar</i>	Marrocos	Árabe	Ficção: Comédia	Arts & Zness Prod
<i>Avatar</i>	EUA/ Reino Unido	Inglês	Ficção: Ação, Fantasia	Twentieth Century Fox
<i>Les oubliés de l'histoire</i>	Marrocos	Árabe	Ficção: Drama	Bentaqueria Productions
<i>Nhar tzad tfa dow</i>	Marrocos	Árabe	Ficção: Comédia	Karrat Data Image
<i>Les ailes de l'Amour</i>	Marrocos	Árabe	Ficção: Drama	A2L Production Films
<i>Coco</i>	França	Francês	Ficção: Comédia, Drama	Légende Films

Fontes: UIS Feature Film Statistics Database, 2011 (título, país de origem e idioma); Internet Movie Database, 2015 (género e principal produtora)

**Quadro A10. Top 10 filmes mais vistos no México, 2009-2011**

Título original	País de origem	Principal idioma	Género	Principal produtora
<i>Toy Story 3</i>	EUA	Inglês	Animação	Walt Disney Pictures
<i>Ice Age: Dawn of the Dinosaurs</i>	EUA	Inglês	Animação	Twentieth Century Fox
<i>Avatar</i>	EUA/Reino Unido	Inglês	Ficção: Ação, Fantasia	Twentieth Century Fox
<i>Harry Potter and the Deathly Hallows: Part 2</i>	EUA /Reino Unido	Inglês	Ficção: Fantasia	Warner Bros.
<i>Shrek forever after</i>	EUA	Inglês	Animação	DreamWorks Animation (Paramount Pictures)
<i>Alice in Wonderland</i>	EUA	Inglês	Ficção: Fantasia	Walt Disney Pictures
<i>Fast Five</i>	EUA	Inglês	Ficção: Ação, Thriller	Universal Pictures
<i>Harry Potter and the Half-Blood Prince</i>	Reino Unido/EUA	Inglês	Ficção: Fantasia	Warner Bros.
<i>Transformers: Dark of the Moon</i>	EUA	Inglês	Ficção: Ação, Ficção Científica	Paramount Pictures
<i>Cars 2</i>	EUA	Inglês	Animação	Walt Disney Pictures

Fontes: UIS Feature Film Statistics Database, 2011 (título, país de origem e idioma); Internet Movie Database, 2015 (género e principal produtora)

**Quadro A11. Top 10 filmes mais vistos em Portugal, 2009-2011**

Título original	País de origem	Principal idioma	Género	Principal produtora
<i>Avatar</i>	EUA/Reino Unido	Inglês	Ficção: Ação, Fantasia	Twentieth Century Fox
<i>Shrek Forever After</i>	EUA	Inglês	Animação	DreamWorks Animation (Paramount Pictures)
<i>Ice Age: Dawn of the Dinosaurs</i>	EUA	Inglês	Animação	Twentieth Century Fox
<i>2012</i>	EUA/Canada	Inglês	Ficção: Ação, Ficção Científica	Columbia Pictures
<i>The Twilight Saga: Eclipse</i>	EUA	Inglês	Ficção: Fantasia	Summit Entertainment
<i>The Twilight Saga: New Moon</i>	EUA	Inglês	Ficção: Fantasia	Temple Hill Entertainment
<i>Angels &amp; Demons</i>	EUA	Inglês	Ficção: Thriller	Columbia Pictures
<i>Harry Potter and the Deathly Hallows: Part 2</i>	Reino Unido/EUA	Inglês	Ficção: Fantasia	Warner Bros.
<i>Pirates of the Caribbean: On Stranger Tides</i>	EUA	Inglês	Ficção: Ação, Fantasia	Walt Disney Pictures
<i>The Smurfs</i>	EUA	Inglês	Animação	Columbia Pictures

Fontes: UIS Feature Film Statistics Database, 2011 (título, país de origem e idioma); Internet Movie Database, 2015 (género e principal produtora)

**Quadro A12. Nível de produção, exibição e consumo de cinema nacional por país, 2011**

	N.º de filmes produzidos	Nível de produção	% filmes de produção nacional no total de exibidos	Nível de exibição	Quota de mercado dos filmes nacionais	Nível de consumo
<b>Africa do Sul</b>	22	Baixo	10,8	Baixo	4,1	Baixo
<b>Austrália</b>	43	Médio	10,7	Baixo	4,1	Baixo
<b>Brasil</b>	99	Médio	29,6	Médio	12,4	Baixo
<b>Coreia do Sul</b>	216	Alto	34,2	Alto	53,6	Alto
<b>EUA</b>	819	Alto	—	—	90,7	Alto
<b>França</b>	272	Alto	40,5	Alto	40,9	Alto
<b>Japão</b>	441	Alto	55,2	Alto	58,8	Alto
<b>Marrocos</b>	24	Baixo	6,2	Baixo	19,2	Baixo
<b>México</b>	73	Médio	21,3	Médio	6,7	Baixo
<b>Portugal</b>	30	Baixo	16,2	Baixo	16,2	Baixo

Fonte: UIS Feature Film Statistics Database, 2011.