

## **INDEPENDENTE, *PERO NO MUCHO*: A COPRODUÇÃO DAS OBRAS AUDIOVISUAIS FICCIONAIS INDEPENDENTES BRASILEIRAS**

Ana Heloiza Vita Pessotto<sup>1</sup>; Pedro Santoro Zambon<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Docente da Universidade Estadual Paulista (Unesp), FAAC, Campus Bauru. Mestre em Comunicação e Bacharel em Radialismo pela mesma instituição. Membro do GrAAu. E-mail: anahvp@gmail.com

<sup>2</sup>Docente da Universidade Estadual Paulista (Unesp), FAAC, Campus Bauru. Mestre em Comunicação e Bacharel em Jornalismo pela mesma instituição. Membro do Lecotec. E-mail: pedro@faac.unesp.br

### **RESUMO**

Em 2011, a lei direcionada a TV paga incorporou a obrigatoriedade de veiculação de produções brasileiras independentes no horário nobre nos canais de espaço qualificado. Ser produção independente consiste em: ser realizada por produtora que não tenha vínculo com empresas de radiodifusão. A análise da eficiência da lei permite afirmar que as cotas de produção independente foram respeitadas e a exibição destes conteúdos excedeu as horas obrigatórias, nos anos de 2012 a 2014. Entretanto, um estudo aprofundado evidenciou um fenômeno: a coprodução. Mais claramente, a coprodução recorrente realizada pela empresa Globo Filmes. A presente investigação busca desvelar o processo de coprodução neste ambiente mercadológico/legislativo, com o intuito de destacar a importância da indústria audiovisual independente e possíveis impactos do processo de coprodução massiva no âmbito simbólico.

**Palavras-chave:** Audiovisual. Audiovisual Independente. Coprodução. TV paga.

### **INTRODUÇÃO**

Entre as inovações trazidas pelo texto da Lei 12.485/11, conhecida como Lei da TV paga está a introdução das cotas obrigatórias de conteúdo nacional e independente nas grades de programação dos canais de espaço qualificado no horário nobre. A especificação de conteúdo independente na lei foi discutida como uma forma de abrir espaço para novas empresas e não reforçar o poder das grandes empresas de radiodifusão, já solidificadas no mercado como produtoras de conteúdo. Além do incentivo às produções e narrativas não-hegemônicas. Preocupação que se estende a questões mais amplas relativas ao estímulo à diversidade cultural e à produção regional. A UNESCO, na Convenção sobre a proteção e promoção da Diversidade das Expressões Culturais (2005) deu ênfase na necessidade de os Estados estabelecerem medidas para incentivar a indústria local e independente como forma de promover a diversidade cultural. Para delimitar o conceito de produção independente, a lei da TV paga utiliza as indicações da Medida Provisória 2.228-1 de 2001, que deu origem a Ancine. Produção independente é a obra realizada por produtora que não tenha vínculo, direta ou indiretamente, com empresas de radiodifusão.

## OBJETIVOS

O objetivo da presente pesquisa é desvelar o fenômeno de coprodução da empresa Globo Filmes às produções audiovisuais nacionais independentes exibidas na TV paga. Discutir os possíveis impactos desse fenômeno no âmbito simbólico.

## METODOLOGIA

Esta pesquisa tem como quadro-teórico metodológico os Estudos Culturais e o Ciclo de Políticas Públicas com ênfase no estágio de avaliação da Lei 12.485/11. Os materiais analisados foram a Lei 12.485/11, a Medida Provisória 2.228-1, e os Informes de Mercado da TV paga 2012 a 2014 (Ancine).

## RESULTADOS

Durante o processo de implantação da lei, o Grupo Globo manteve um posicionamento contrário as cotas. Entretanto, com a aprovação da norma, o grupo encontrou uma brecha para posicionar-se como coprodutora. A Globo Filmes é coprodutora 36 dos 42 filmes analisados (os mais exibidos de 2012 a 2014). A função não é prevista em lei, tornando a coprodução de filmes independentes por empresas de radiodifusão um processo legal. Um quadro parecido com o que ocorre com as séries ficcionais que estrearam no período. Neste caso, entretanto, o Grupo Globo apareceu representado pelos seus canais de TV paga (Multishow e GNT).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Dentre as importâncias da produção independente estão: a) ampliação do mercado, favorecendo a capacitação de profissionais e a concorrência justa; b) a diversidade cultural e espaço de fala para as identidades emergentes (BHABHA, 1998) por meio das narrativas não-hegemônicas. As políticas públicas tem como função reequilibrar a balança do mercado e dar oportunidades à diferentes atores. O fenômeno da coprodução e do papel de realizadora de mais da metade das obras mais exibidas na TV paga por grandes empresas e conglomerados de comunicação põe em cheque a validade da necessidade das produções independentes. O Grupo Globo monopoliza e concentra, desta forma, a produção, com poder de interferência criativa, a distribuição, com o direito de exploração sobre as obras independentes, e de veiculação, por ser detentor de um conjunto de canais.

## REFERÊNCIAS

BHABHA, Homi K. **O local da cultura**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.

BOURDIEU, Pierre. Sobre o poder simbólico. In: **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989. p.7-16.

BRASIL. **Lei nº 12.485**, de 12 de setembro de 2011. **Lei Da TV paga**.