



# POLOS DE PRODUÇÃO CINEMATOGRAFICA NO BRASIL: reflexões sobre o caso do Rio de Janeiro<sup>1</sup>

## POLES OF FILM PRODUCTION IN BRAZIL: reflections about Rio de Janeiro's case

André Ricardo Araujo Virgens<sup>2</sup>

**Resumo:** Nos últimos anos, o país tem presenciado a expansão de um formato de incentivo à produção audiovisual com a criação de polos locais, que buscam aliar o incremento da produção com a adoção de políticas de fomento concentradas em determinado território. Assim, este trabalho tem como objetivo discutir esse fenômeno a partir da análise da experiência da cidade do Rio de Janeiro. Essa análise foi realizada a partir de quatro categorias principais: contexto, histórico, natureza e mapeamento de agentes envolvidos no processo. E, ao final, buscamos refletir sobre a noção de polo de produção cinematográfica.

**Palavras-Chave:** Cinema no Brasil. Polos de Produção Cinematográfica. Economia da Cultura. Economia do Cinema. Rio de Janeiro. ...

**Abstract:** In recent years, the country has witnessed the expansion of an incentive format for audiovisual production with the creation of local centers, seeking to combine increased production with the adoption and support policies concentrated in a particular territory. This work aims to deepen discussions about this phenomenon from the analysis of the implementation of the experience of Rio de Janeiro. This analysis was performed from four main categories: context, history, nature and mapping agents involved. And in the end, we reflect on the notion of film production center

**Keywords:** Cinema in Brazil. Poles of film production. Economy of Culture. Economy of film. Rio de Janeiro.

---

## 1. INTRODUÇÃO

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Políticas de Comunicação, do VI Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (VI COMPOLÍTICA), na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), de 22 a 24 de abril de 2015.

<sup>2</sup> Diretor de Produção vinculado à Escola de Teatro da Universidade Federal da Bahia, é Mestre em Cultura e Sociedade pela mesma universidade. E-mail: andre.arauj@gmail.com

O mercado cinematográfico, conforme conhecemos hoje, começou a se consolidar em meados do século XX. Sendo hegemônico, atualmente, pelo modelo hollywoodiano, tanto do ponto de vista do modo de produção, quanto da construção de linguagem e expressão, diversos países têm buscado, historicamente, assegurar uma posição privilegiada para suas cinematografias nacionais, tendo em vista a importância cada vez maior do audiovisual na construção de valores e bens simbólicos e na geração de divisas comerciais. No Brasil, não foi diferente.

É um fato que o país nunca conseguiu construir uma indústria sólida, entretanto, diversas experiências surgiram com essa finalidade. A primeira delas data do início do Século XX, com a produção incentivada pelos donos de salas de exibição – e que originou a chamada “Bela Época” do cinema nacional. Posteriormente, com a criação de estúdios privados, como a Cinédia, a Atlântida e a Vera Cruz, entre os anos 30 e 50. Em seguida, com a atuação direta do Estado através da criação da Embrafilme – Empresa Brasileira de Filmes S/A ou, mais recentemente, com o advento das leis de incentivo e com uma intersecção cada vez mais forte entre televisão e cinema.

Dentro desse contexto, nos últimos anos, o país tem presenciado a expansão de um formato de incentivo com a criação de polos locais, aliando o incremento da produção com a adoção de políticas de fomento concentradas num determinado território. Assim, esse trabalho tem como objetivo aprofundar as discussões sobre esse fenômeno traçando os principais marcos históricos e analisando a configuração da cidade do Rio de Janeiro enquanto polo cinematográfico.

Importante salientar que o paradigma Hollywoodiano também surge como um marco fundamental para o raciocínio que realizamos aqui, pois foi a primeira iniciativa que associou a noção de produção cinematográfica com a partir de um “polo”. Ou seja, dotar uma determinada região de infraestrutura técnica e de mão de obra especializada para o desenvolvimento de uma determinada atividade econômica.

A capital fluminense sempre foi uma cidade que ocupou lugar de destaque no Brasil, seja do ponto de vista econômico, político e/ou cultural. E, no que se refere



ao desenvolvimento do campo cinematográfico, vale lembrar que acabou acumulando certa tradição. Foi nela, por exemplo, que se realizou a primeira exibição cinematográfica no país, no ano de 1898. A partir de então, começou a montar seu parque exibidor e realizador, e foi se consolidando como o principal centro de produção nacional.

Não podemos esquecer que algumas das principais experiências que tentaram consolidar uma produção cinematográfica “industrial” citadas anteriormente tiveram sede no Rio de Janeiro: a maior parte das produtoras da chamada “Bela Época do Cinema Brasileiro”, os estúdios da Cinédia, da Atlântida, ou mesmo a sede da Embrafilme. Mas, se até então a cidade concentrava boa parte da produção brasileira, seja por conta da atuação da iniciativa privada, seja pela atuação de iniciativas estatais, é importante ressaltar que é apenas nos anos 80 que consideramos a existência de sua condição de polo de produção institucionalizado.

Interessa-nos, aqui, pensar não apenas sobre o desenvolvimento de ações para o fomento ao audiovisual regional, mas também entender como esse fenômeno acontece quando sua estruturação ganha corpo de política pública reconhecida e mediada por governos (municipais, estaduais e/ou municipais), pelo mercado e por agentes do campo audiovisual. Essa opção metodológica denota, também, uma posição do autor sobre o que poderia ser entendido como um “polo de produção cinematográfico”. Consideramos que essa é uma reflexão importante, pois, nos últimos anos, tem sido cada vez mais comum surgirem notícias e relatos sobre a constituição de novos polos de produção no país. Entretanto, para além da realização de ações pontuais, partimos de uma ideia, a priori, de que a constituição de um polo perpassa a conjunção de uma série de ações estratégicas e continuadas. Isso significa que ele se constitui dentro de uma política de longo prazo, cuja característica fundadora é a existência de marcos legais desse processo.

Consideramos que essa institucionalização se apresenta de duas formas: pela existência de uma estrutura organizacional responsável pela sua manutenção/gestão; e pela criação e vigência de marcos legais fundacionais e reguladores da sua dinâmica de funcionamento. E, nesse processo, dois marcos



foram importantes: a criação do Polo Rio Cine&Vídeo, na zona oeste da cidade a partir de uma “parceria” entre poder público e sociedade civil; e a criação da RioFilme - Empresa Distribuidora de Filmes S.A., já em 1991.

A análise desse fenômeno se deu a partir de 04 categorias de análise, escolhidas a partir da proposição de Robert Stake para estudos de caso: 1) Contexto – caracterização geral da região; 2) Histórico – caracterização e constituição de marco legal fundacional; 3) Natureza – Caracterização de arranjo institucional/ modelo de gestão, infraestrutura construída, projetos implementados; e 4) Informantes, com breve caracterização dos agentes envolvidos no processo. E vale salientar que essa análise levou em consideração ações implementadas até maio de 2014.

Assim, para além da síntese dessa experiência, buscamos desenvolver, a partir daí, um conceito inicial sobre o que entendemos como polo de produção cinematográfica. Acreditamos que tanto o setor público quanto a classe de artistas, produtores cinematográficos e pesquisadores necessitam complexificar o debate das políticas de fomento a esse campo, e a própria banalização da noção de polo cinematográfico aponta para a necessidade de refletirmos sobre as implicações e consequências desse tipo de política de fomento.

Esse artigo apresenta parcialmente os resultados da dissertação de mestrado intitulada “Cinema e Indústria: a experiência dos polos de produção cinematográfica brasileiros”, desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade da UFBA, sob orientação da profª Drª Clarissa Bittencourt Pinho e Braga.

## **2. CONTEXTO**

O Rio de Janeiro sempre foi uma cidade que ocupou um lugar de destaque no Brasil, do ponto de vista econômico, político e/ou cultural. Isso se intensificou a partir do ano de 1763, quando assumiu o posto de capital do país, uma posição que ocuparia até meados de 1960. Atualmente, sua população ultrapassa a marca de



6,3 milhões de habitantes, e seu índice de desenvolvimento humano municipal (IDHM)<sup>3</sup> é de 0,799, considerado muito alto.

Segundo dados da Fundação Centro Estadual de Estatísticas, Pesquisas e Formação de Servidores Públicos do Rio de Janeiro (CEPERJ, 2013) referentes ao ano de 2011, a cidade tem um PIB aproximado de 209 bilhões de reais e uma renda per capita de R\$ 32.940,00. Esses números posicionam o Rio como a cidade com o segundo maior PIB do país - atrás apenas de São Paulo.

Apesar de o estado do Rio de Janeiro ter como uma de suas principais bases econômicas a extração de petróleo, o setor de serviços é o verdadeiro responsável pela movimentação econômica de sua capital, responsável por cerca de 85,5% da renda local (CEPERJ, 2013). Algo que não surpreende, pois é de conhecimento geral a força da cidade em ramos como o turismo (um dos principais destinos turísticos do país) e as comunicações (a sede de algumas das principais TVs do país).

Nesse sentido, vale lembrar que a cidade acabou acumulando certa tradição no campo cinematográfico. Foi nela, por exemplo, que se realizou a primeira exibição cinematográfica no país no ano de 1898. Isso apenas três anos depois da exibição pública feita pelos irmãos Lumière em Paris. Desde então, começou a montar seu parque exibidor e produtor e foi se consolidando como o principal centro de produção no país.

As ações de incentivo ao setor, por parte da prefeitura, começaram a sair do papel nos anos 30. Em 1934, através do Decreto nº 5034, de 27 de agosto de 1934, o então interventor federal no Distrito Federal isentou de impostos e taxas municipais estúdios e laboratórios cinematográficos brasileiros, por um período de três anos (GONZAGA, 1987). Também não podemos esquecer que a sede de algumas das principais experiências que tentaram consolidar uma produção cinematográfica “industrial” no país foi no Rio de Janeiro: a maior parte das produtoras da chamada “Bela Época do Cinema Brasileiro”, os estúdios da Cinédia,

---

<sup>3</sup> Índice calculado pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) a partir de dados obtidos pelos censos do IBGE.



da Atlântida, ou mesmo a sede da Embrafilme, iniciativas que já foram discutidas com mais detalhes no tópico anterior desta pesquisa.

Outros fatores também contribuíram para a construção desse ambiente favorável à potencialização do setor audiovisual na região. Desde 1968, havia sido criado o Curso de Cinema da Universidade Federal Fluminense, com a iniciativa do cineasta Nelson Pereira dos Santos (que também havia participado da fundação desse curso da UNB, mas foi desligado da instituição brasileira nesse mesmo ano). Eles, juntamente com a graduação em cinema da Universidade de São Paulo (USP), são os três cursos superiores mais antigos do país nessa área.

A partir dos anos 80, a cidade começou a ser palco de Festivais Internacionais de Cinema. O primeiro deles foi o I Festival Internacional de Cinema, Televisão e Vídeo do Rio de Janeiro, realizado em 1984. Nesse mesmo ano, foi criado o Festival de Cinema da Cidade do Rio de Janeiro, através da Lei Municipal nº 549, de 18 de junho desse mesmo ano, tendo sua primeira edição realizada em 1985.

Se, até então, a cidade concentrava grande parte da produção brasileira, seja por conta da atuação da iniciativa privada, seja pela atuação de iniciativas estatais, é importante ressaltar que só nos anos 80 foi que consideramos a existência de sua condição de polo de produção institucionalizado. Isso devido aos critérios que enumeramos antes, que levam em consideração fatores como marcos legais e ações de planejamento, execução e controle em curto, médio e longo prazos.

### **3. HISTÓRICO**

Desde os anos 60, os planos de urbanização da região oeste da cidade apontavam para o desenvolvimento de atividades econômicas de menos impacto ambiental. Já nos anos 80, uma série de dispositivos legais foi assinada de forma que a Zona Oeste do Rio, em especial, a região de Jacarepaguá, na Barra da Tijuca, passasse a ser ocupada por um polo de desenvolvimento cultural. Assim, foram feitas desapropriações e modificações no zoneamento urbano municipal,



através dos decretos 9.510 e 9806, ambos de 1990. Além disso, a Lei Orgânica do Município, sancionada em 05 de abril de 1990, previa, em seu artigo 345:

O Poder Público manterá mecanismos institucionais, na forma da lei, e garantirá incentivos materiais e fiscais para consolidação, desenvolvimento e ampliação da posição que o Município detém na produção de filmes cinematográficos de enredo e documentários e na produção de vídeos.

Ainda em relação à questão fundiária, outra ação que favoreceu o setor foi a isenção do imposto sobre propriedade predial e territorial urbana (IPTU) que a Prefeitura do Rio tem oferecido para imóveis ocupados por empresas do setor, desde 1984, para beneficiar laboratórios, estúdios, locadoras de equipamentos e distribuidoras. A medida criada pelo Artigo 12, inciso IX da Lei nº 206 de 16 de dezembro de 1980, foi referendada pelo Art. 61 da Lei 691 de 24 de dezembro de 1984 (que reformou o código tributário municipal) e vem sendo prorrogada, seguindo em vigor, pelo menos, até o final de 2014, período em que venceu a atual legislação que rege essa matéria - Lei nº 5124 de 02, de dezembro de 2009. As salas de exibição administradas por empresas brasileiras também foram desoneradas de IPTU pela mesma legislação citada.

No ano de 1986, começou a ser estruturada a criação do Polo Rio Cine & Vídeo nessa região. Por isso, nossa hipótese é de que a cidade não só passou a ser um centro produtor importante, como também a desenvolver ações sistemáticas para se estruturar como polo de produção. Esse processo surgiu a partir da mobilização da classe cinematográfica local, juntamente com uma articulação com o poder público. Assim, ele foi integrado ao “Programa de Construção de Polos Industriais da Cidade do Rio de Janeiro” (PETRAGLIA, 2002), que estava sendo levado adiante pela prefeitura na época.

Outro marco importante foi a criação da RioFilme - Empresa Distribuidora de Filmes S.A., através da sanção da Lei Municipal nº 1672, de 25 de janeiro de 1991, de autoria do vereador e ator, Francisco Milani. O Artigo 2º dessa lei aponta suas finalidades:

I - a distribuição de filmes no país e no exterior;



II - a realização de mostras e apresentação em festivais, no país e no exterior, visando à difusão do filme brasileiro em seus aspectos culturais, artísticos e científicos;

III - a realização de atividades comerciais relacionadas com o objetivo principal de sua atividade, conforme definido no inciso I;

IV - o fomento à produção de filmes, quando vinculada a contratos de distribuição de exclusividade da empresa.

A partir de 2003, com a aprovação da Lei nº 3553 de 13 de maio de 2003, o inciso IV passou a vigorar com o seguinte texto: “IV - coprodução e participação na realização de obras audiovisuais de qualquer natureza”. Na prática, isso já vinha acontecendo nos anos anteriores, porque a empresa nunca se restringiu ao papel de distribuidora, mas também de patrocinadora e coprodutora de filmes. Em relação à atuação da RioFilme, abordaremos seu histórico e resultados específicos em tópico mais adiante.

Já em 2005, dessa vez por iniciativa do governo do Estado, foi instituída a “Comissão Estadual de Fomento à Atividade de Audiovisual”, através do Decreto nº 37.369, de 12 de abril de 2005, assinado pela então governadora Rosinha Garotinho. Através dele, foi formado um grupo de trabalho cujo principal objetivo seria de criar a *Rio State Film Commission*, um órgão que assessoraria “equipes estrangeiras com demandas para projetos cinematográficos no estado do Rio de Janeiro”.

Vale reforçar a informação de que os trabalhos seriam coordenados pela Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico, e não, pela Secretaria de Cultura. Já em 2007, quando o Estado estava sob a gestão de Sérgio Cabral, foi assinado um convênio de cooperação técnica entre o governo estadual e a ANCINE, com o objetivo principal de implementar essa proposta. Entretanto, mostrando a falta de diálogo entre o Estado e a Prefeitura, proposta semelhante vinha sendo gestada em âmbito municipal desde 2006, a qual se intitulava “RioFilme *Comission*” e estava sendo desenvolvida pela distribuidora RioFilme. Apesar de não ter encontrado nenhum aparato legal de fundação, achamos registros de suas atividades desde 2007, quando se filiou à Aliança Brasileira de *Film Comissions* (ABRAFIC). A partir de 2009, os dois órgãos finalmente se fundiram e formaram a Filme no Rio – *Rio Film Commission*.



No âmbito do governo do estado do Rio, inclusive, o projeto de “Desenvolvimento do Setor do Audiovisual do Estado do Rio de Janeiro” apareceu como o projeto 33, entre os 40 listados como planos prioritários pelo Plano Estratégico do Governo do Rio de Janeiro 2007-2010 construído pela gestão do governador Sérgio Cabral. Segundo o documento, o objetivo do projeto é de “desenvolver, modernizar e fortalecer a economia do audiovisual no estado, transformando-o no mais competitivo, criativo e atraente do país para empresas dessa atividade” (GOVERNO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO, 2008, p. 97).

Ainda nesse plano, aponta como principais resultados esperados:

1. Aumentar em 30% o PIB do setor audiovisual no estado do Rio de Janeiro, até 2010;
2. Aumentar em 15% o número de empresas no setor audiovisual no estado, até 2010;
3. Aumentar em 18% o número de empregos gerados pelo setor no estado, até 2010 (GOVERNO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO, 2008, p. 97).

Apesar dessas metas estabelecidas, não existe nenhum estudo ou documento produzido pelo governo do Estado ou por algum segmento do setor audiovisual carioca que comprove o seu cumprimento ou não. Mas, a nosso ver, foi partir do ano de 2009 que as ações no campo audiovisual carioca começaram a tomar um novo impulso do ponto de vista de planejamento e organização. Nesse ano, a cidade incluiu o desenvolvimento do setor audiovisual como umas das metas presentes no “Plano Estratégico da Prefeitura do Rio de Janeiro 2009-2012”, cuja intenção é de tornar a cidade do Rio o “principal polo das indústrias criativas (mídia, audiovisual, moda e design) no país”.

Como forma de operacionalizar essa meta, selecionamos nove ações, entre as quais destacamos as seguintes: revitalização da RioFilme; apoio direto a produções; incentivos fiscais para empresas do setor; atração de produções internacionais através da *Film Commission*; apoio a iniciativas de formação de mão de obra e a eventos internacionais. Como se vê, o desenvolvimento do setor foi inserido tanto no plano estratégico do poder municipal quanto do estadual. Essa convergência culminou com a assinatura de um termo de cooperação entre a

prefeitura e o governo do estado do Rio de Janeiro, que institui o Programa Rio Audiovisual em setembro de 2009. Entre as principais ações desse programa, estão previstas a criação de fundos de apoio conjuntos (definitiva) e da *Rio Film Commission* (definitiva) e a implementação de programas de desoneração fiscal.

Sintetizando algumas das informações apresentadas, organizamos, na tabela abaixo (Tab.1), os principais marcos legais relacionados ao desenvolvimento do Polo do Rio de Janeiro.

Tabela 01 – Marco legal – Polo Cinematográfico do Rio de Janeiro

<b>Tipo</b>	<b>Número</b>	<b>Objeto</b>
Decreto-lei	42/1969	Aprova o Plano Piloto de Urbanização e Zoneamento da Baixada de Jacarepaguá.
Lei municipal	549, de 18 de junho de 1984	Cria o Festival de Cinema da Cidade do Rio de Janeiro.
Decreto municipal	7.548 de 07 de abril de 1988	Aprova área e loteamento para instalação do Polo Rio de Cine e Vídeo em Jacarepaguá.
Decreto municipal	9.510 de 01 de agosto de 1990	Complementa o Decreto 7.548/88, que permite a instalação de empreendimentos ligados à indústria, ao comércio e à cultura na região da Barra da Tijuca-RJ.
Decreto municipal	9.806 de 20 de novembro de 1990	Permite instalação de empreendimentos ligados à indústria, ao comércio e à cultura na região da Barra da Tijuca – RJ.
Lei municipal	1.672 de 25 de janeiro de 1991	Cria a RioFilme – Empresa Distribuidora de Filmes S.A.
Lei municipal	3553 de 13 de maio de 2003	Autoriza a RioFilme a atuar na área de coprodução de obras audiovisuais.
Decreto estadual	37.369 de 12 de abril de 2005	Institui Grupo de Trabalho para estruturação da <i>Rio State Film Commission</i> .
Resolução estadual	225 de 04 de fevereiro de 2009	Estabelece as atribuições do Escritório de Apoio ao Setor Audiovisual-Filme no Rio-Rio Film Office.
Decreto estadual	42.042 de 24 de setembro de 2009	Autoriza isenção de ICMS para importação de equipamentos por empresas cariocas.
Resolução conjunta estadual Sefaz/SEC	087 de 04 de dezembro de 2009	Regulamenta a isenção de ICMS para importação de equipamentos por empresas cariocas.
Decreto estadual	42.358 de 16 de março de 2010	Incorpora a Rio Film Commission à estrutura da Secretaria Estadual da Cultura, através da sua Superintendência de Audiovisual.
Lei municipal	5.215 de 02 de agosto de 2010	Aprova o Plano Plurianual no Município do Rio de Janeiro, que também estabelece prioridades para o fomento ao setor audiovisual.
Decreto estadual	43.168 de 29 de agosto de 2011	Estabelece as atribuições da <i>Rio Film Commission</i> .
Decreto estadual	44.158 de 15 de abril de 2013	Complementa as atribuições da Rio Film Commission estipuladas pelo decreto 43.168 de 2011.

Fonte: produzida pelo autor

#### 4. NATUREZA

Com a estruturação do Polo Rio Cine&Vídeo, o poder público e a iniciativa privada adotaram uma série de medidas conjuntas para estimular o setor, criando um novo momento na estruturação do polo cinematográfico da cidade. Assim, no histórico traçado, consideramos que algumas instituições e eventos passaram a ser “símbolos” desse processo devido à sua importância no cenário local. Eles/as seriam os/as seguintes: a Prefeitura Municipal, através da RioFilme e da Rio *Film Commission*; o governo do Estado, através da Superintendência de Audiovisual da Secretaria da Cultura; agentes privados e do terceiro setor, em especial, a Associação Polo Rio Cine&Vídeo, e o Festival Internacional de Cinema do Rio.

Estamos tratando de uma estrutura complexa, em que diversos agentes atuam de forma paralela na consolidação desse polo local, mas que ainda demorariam a se inter-relacionar. Então, para facilitar a compreensão desse processo e a síntese de dados, a seguir, apresentamos, de forma individualizada e detalhada, cada uma dessas iniciativas citadas e como se inter-relacionam.

##### a) Polo RioCine&Video

Conforme aponta Cláudio Petraglia (2002), no final dos anos 80,

produtores de cinema e de vídeo e o Sindicato da Indústria Cinematográfica juntaram-se para criar uma associação privada sem fins lucrativos, batizada de Associação Polo Rio de Cinema e Vídeo, num modelo que unia a iniciativa privada e a força político-institucional do Estado.

Ele aponta, ainda, que a relação entre a associação e a prefeitura para implementar o conjunto de estudos se deu com permutas. A prefeitura havia cedido o terreno em Jacarepaguá, com 35 mil metros quadrados, por um período de 10 anos. Em contrapartida, a associação construiria a infraestrutura necessária de produção. Esses investimentos teriam sido da ordem de 12 a 15 milhões de dólares, num complexo de oito estúdios. Entretanto, ele mesmo aponta que a iniciativa ficou

parada durante alguns anos, e as primeiras empresas só começaram a se instalar nesse terreno no final dos anos 90<sup>4</sup>.

A partir de 2008, a cessão de uso do espaço cedido pela prefeitura passou a ser mediada pelo contrato 003, de 04 de março de 2008, que envolveu a Empresa Municipal de Urbanização Rio Urbe e a Associação Polo Rio Cine Vídeo e Comunicação, com validade de cinco anos (nesse caso, o contrato já venceu e ainda não foi renovado), e que estabelecia o pagamento de um aluguel mensal (da associação à prefeitura) de R\$ 12.962,95, que somava um valor total de R\$ 777.777,00.

É importante esclarecer um ponto para evitar confusões terminológicas. Apesar de levar o nome de “polo”, não estamos reduzindo a estruturação do Polo de cinema do Rio de Janeiro à estruturação dessa iniciativa em Jacarepaguá, mas situando-a como ponto de partida para mais essa etapa na história de fomento ao audiovisual na região, porque a estrutura do Polo Rio Cine & Vídeo oferece condições (infraestrutura) de trabalho, mas não dá conta de outras questões importantes, como ações de incentivo e de fomento ao setor que cabem ao poder público.

Desde meados de 2013, a RioFilme vem anunciando que o complexo será alvo de um edital de licitação para administração. Em contrapartida, o vencedor deveria investir na expansão de sua infraestrutura, ampliando o número de estúdios de oito para 16. Aliada a isso, também foi anunciada a proposta de se criar um novo complexo de estúdios no Bairro de São Cristóvão, utilizando o espaço onde ainda funciona o Quartel da Guarda Municipal do Rio de Janeiro (O GLOBO, 2013). Entretanto, conforme comentou Adrien Muselet, diretor comercial da RioFilme em entrevista, a proposta de licitação está parada na Procuradoria Geral do Município,

---

<sup>4</sup> Em terreno próximo, em 1995, foi inaugurado o Projac, complexo de estúdios da Rede Globo de Televisão utilizado para filmar seus programas e novelas. Essa iniciativa privada também se relaciona com o objetivo do poder público municipal de estimular as empresas dos setores de cultura e de comunicação a ocuparem aquela área da cidade. Mais tarde, em 2008, começaram a ser construídos os estúdios da Rede Record, chamados de RecNov, na perspectiva de esse setor da cidade ser ocupado por empreendimentos da área de cultura.



e a de construção do complexo de São Cristóvão ainda se encontra em fase de negociação.

## **b) RioFilme**

Criada através de Lei Municipal em 1991, a RioFilme passou a funcionar regularmente a partir do ano seguinte, sob a direção da produtora Mariza Leão. Essa estrutura foi criada pelo poder municipal carioca em um momento pouco favorável ao cinema brasileiro, paralelamente ao desmantelamento da estrutura federal de fomento à cultura pelo Governo Collor - incluindo o fechamento da Embrafilme - em que a produção nacional ficou estagnada. Mas era um momento, também, em que se discutiam “novas” (com aspas propositais) estratégias para o setor. Assim, o ano de 1993 assistiu à aprovação da Lei do Audiovisual, na esfera federal, enquanto a RioFilme seguia em processo de implementação.

Entre os anos de 1992 e 2008, as atividades da empresa se concentraram, de fato, no ramo da distribuição, e ela investiu pouco em outros elos da cadeia. Mas isso, necessariamente, não é ruim, pois ela se consolidou como uma das principais distribuidoras nacionais e apresentou resultados de público expressivos com filmes como *Central do Brasil* e *Carandiru* (GATTI, 2005). Entretanto, a partir de 2009, quando o jornalista e ex-secretário de Políticas Culturais do Ministério da Cultura, Sérgio Sá Leitão, assumiu a presidência do órgão, o escopo de atuação da empresa foi ampliado. A partir daí, entendemos que ela passou a ocupar, de fato, um lugar privilegiado no corpo de políticas públicas voltadas para o fortalecimento da produção local, com ampliação de recursos e de elos da cadeia atendidos pela empresa.

Atualmente, a relação entre a RioFilme e a Prefeitura Municipal passou a ser estabelecida por meio de contratos de gestão que pontuam, anualmente, diretrizes, metas e orçamento disponibilizado. Um dos principais dados que a RioFilme gosta de mencionar em suas apresentações institucionais é o crescimento de sua capacidade de investir. Se, no ano de 2008, esse valor foi de R\$ 1,1 milhão de



reais, em 2009, ele já seria ampliado para R\$ 11,3 milhões de reais e beirou os R\$ 50 milhões de reais em 2012 e 2013.

Outro dado importante a ser analisado é a evolução das receitas da empresa, ou seja, dos recursos provenientes de suas atividades econômicas (participação de lucros em coproduções e em atividades de distribuição, por exemplo). Se no ano de 2008 esse valor foi de R\$ 1,4 milhão de reais, em 2012, foi ampliado para R\$ 8,4 milhões de reais. No elo da produção, ela atua oferecendo linhas de financiamento através de editais públicos. A partir de 2013, passou a desenvolver (e a priorizar) um mecanismo de “financiamento automático”, que consiste na injeção de recursos diretos em produtoras. No primeiro ano de funcionamento dessa linha, a proposta foi de avaliar os resultados obtidos por empresas que atuam no mercado, através de um sistema de pontuação que avalia, por exemplo, a quantidade de ingressos vendidos. Cada ingresso vendido gera um valor em crédito que pode ser utilizado pelas produtoras habilitadas no projeto de sua escolha. Entretanto, só estariam habilitadas empresas que totalizassem, pelo menos, 300 mil espectadores entre 2011 e 2012. Ou seja, trata-se de um mecanismo que valoriza agentes consolidados no mercado, em detrimento de novos empreendimentos e produtoras de menor porte.

E, no elo da exibição, a RioFilme construiu a rede “Cine Carioca”, cujo objetivo seria de construir salas de exibição em locais com menos oferta desse tipo de equipamento. A gestão do espaço, entretanto, é cedida à iniciativa privada através de licitação. Atualmente, a rede conta com quatro salas - uma com 90 lugares em Nova Brasília (no Morro do Alemão), e três, no Bairro do Méier, zona norte do Rio, com capacidade total de 400 lugares.

Ressaltamos, entretanto, que é importante salientar que a programação atende a finalidades comerciais, sem atentar, por exemplo, para que o espaço seja utilizado no lançamento de filmes brasileiros ou para filmes produzidos e/ou coproduzidos pela RioFilme. Cabe, pois, aos concessionários montarem as grades de programação dessas salas. A sala em Nova Brasília é administrada pela rede CineMagic, e o complexo do Méier, pela rede Kinoplex, pertencente ao grupo Severiano Ribeiro.



A Riofilme também estabeleceu convênios para atuar no campo da formação. O principal parceiro nessa área é o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial do Rio de Janeiro (SENAI-RJ), que vem oferecendo cursos técnicos na área de fotografia, edição de imagens, elétrica, animação e som. Em 2012, primeiro ano em que essa parceria foi realizada, foram qualificadas, aproximadamente, 100 pessoas. Em 2013, foram abertas 550 vagas. A participação do SENAI em atividades do campo do cinema aparece como algo inédito, campo tradicionalmente ocupado pelo Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC). Esse é mais um indício da forma como as políticas no Rio vêm sendo concebidas e implementadas.

A empresa também vem realizando uma ação de formação de roteiristas, em parceria com a Universidade de Colúmbia, através de um programa que formou 15 roteiristas em 2013 e pretende formar mais 15 em 2014. Apesar de toda essa ampliação no escopo e na capacidade de atuação, formalmente, não houve mudanças na estrutura organizacional da empresa, regulada pelo Decreto nº 27.518 de 04 de janeiro de 2007. Entretanto, conforme apontado por Adrien Muselet, essa estrutura, na prática, não funciona dessa forma e, internamente, foi adaptada para lidar com essa nova conjuntura institucional.

### **c) Filme no Rio - *Rio Film Comission***

A *Film Comission* do Rio de Janeiro foi, finalmente, estruturada no ano de 2009, como já foi dito, com a fusão de duas iniciativas semelhantes que vinham sendo estruturadas separadamente em âmbito estadual e municipal. A partir dessa junção, sua gestão ficou sob a responsabilidade do governo do Estado, através de sua Secretaria de Cultura. Seguindo a concepção de uma *film comission*, como estrutura que dá suporte às produções realizadas no local onde foi criada, a estrutura carioca surgiu com as seguintes finalidades principais, segundo informações contidas em seu site oficial<sup>5</sup>:

---

<sup>5</sup> Site oficial: <<http://www.riofilmcommission.rj.gov.br/sobre-a-rio-film-comissionn>>. Acesso em: 01 mar de 2014



- atender às solicitações de produtores audiovisuais nacionais e internacionais;
- buscar produções economicamente relevantes para serem filmadas no município e no Estado do Rio de Janeiro;
- ajudar na criação de incentivos fiscais para produções audiovisuais;
- Implantar um sistema simples e padronizado para solicitação de permissão de filmagens, facilitando sua obtenção;
- fazer parcerias e acordos de cooperação técnica com instâncias governamentais e da sociedade civil; (...);
- apoiar a logística de produções audiovisuais (...).

Como se vê, ela não é uma estrutura de fomento direto, que financia produções através de editais, por exemplo. Mas surgiu como estrutura que contribui para atrair e realizar produções. Nesse caso, ela poderia, inclusive, oferecer aportes financeiros para atrair produções. Isso foi o que aconteceu, por exemplo, no processo de negociação para realizar filmagens na cidade do Rio de franquias de filmes como 'Crepúsculo' e 'Veloze e furiosos'.

Steve Solot, convidado para assumir a presidência da *Rio Film Comission*, era presidente do braço latino-americano da *Motion Pictures Asssociation of America* e está à frente do processo de estruturação do órgão desde sua implementação em 2009. Ou seja, o convite feito a um representante da principal associação do mercado cinematográfico dos EUA para assumir esse posto já é mais um indício que nos mostra com que parâmetros a política de fomento ao cinema no Rio vem sendo implementada.

No final de 2013, foi anunciada uma nova mudança em seu modelo de gerenciamento. A partir de um novo acordo entre a RioFilme e a Secretaria de Cultura do Estado do Rio, sua gestão passou a ficar sob a responsabilidade da RioNegócios, uma agência vinculada à Prefeitura do Rio para atrair investimentos em diferentes ramos econômicos. Nesse processo de reestruturação da *Rio Film Comission*, foi assinado um convênio entre a RioFilme e o Sindicato da Indústria Audiovisual do Rio de Janeiro (SICAV-RJ), no valor de R\$ 900 mil para execução do programa *Films from Rio*, que tem como objetivo estimular a participação de produtoras cariocas em eventos internacionais de mercado audiovisual.





#### **d) Secretaria Estadual da Cultura – Superintendência de Audiovisual**

Na estrutura da Secretaria Estadual de Cultura do Rio de Janeiro, a responsabilidade de gerir as ações voltadas para a área de cinema fica a cargo de sua Superintendência de Audiovisual. A partir de 2009, com a implantação do Programa Rio Audiovisual, o Estado e a Prefeitura passaram a realizar uma série de ações conjuntas de fomento, especialmente no campo do financiamento a projetos.

Esse programa continua aparecendo como meta estratégica do Plano Plurianual do Estado do Rio de Janeiro 2012-2015, mostrando o lugar central que o tema continua tendo na diante da gestão pública local.

Complementando esse processo, no ano de 2013, como resultado da elaboração do Plano Estadual de Cultura do Rio de Janeiro, foi elaborado um plano setorial para o setor audiovisual. Foram estabelecidas seis diretrizes estratégicas: contribuir para consolidar o polo audiovisual fluminense como o principal centro de excelência da produção audiovisual da América Latina; estimular a inovação e a competitividade tecnológica no setor audiovisual; reconhecer e apoiar a diversidade e a excelência artística da produção audiovisual fluminense; promover uma formação audiovisual de excelência no Estado; ampliar o acesso às obras audiovisuais e preservar as obras audiovisuais produzidas no Estado. Isso dificultou a análise da atuação da Superintendência, porque os dados apresentados em relatórios oficiais não dividem as ações realizadas por cidade. Ou seja, não conseguimos saber, com precisão, qual o impacto das ações da Secretaria na capital quando comparada com outras cidades do estado do Rio.

Outra ação realizada pelo governo do Estado de fomento ao setor apareceu com o Decreto 42.042, de 24 de setembro de 2009, e a Resolução Conjunta Sefaz/SEC nº 087, de 04 de dezembro de 2009, que oferece isenção de ICMS para a importação de equipamentos por empresas cariocas.

#### **e) Festival do Rio**



O Festival do Rio, ou Rio de Janeiro *International Film Festival*, surgiu com a unificação de outros dois festivais, ambos surgidos nos anos 80: o Festival Internacional de Cinema, Televisão e Vídeo do Rio de Janeiro, criado em 1984, e o Rio Cine Festival, criado em 1985. Desde então, ele se consolidou como um dos festivais mais importantes do país, tanto em número de filmes exibidos quanto em público presente nas sessões. Em sua última edição de 2013, foram exibidos 406 filmes, distribuídos em 27 mostras, segundo o seu site oficial<sup>6</sup>. De acordo com relatório da RioFilme (principal patrocinadora do festival), sua última edição contou com um público aproximado de 319 mil pessoas.

É importante ressaltar que, levando em consideração apenas o ano de 2013, o banco de dados Kinoforum<sup>7</sup> apontou a realização de 24 festivais na capital carioca, desde o já citado Festival do Rio, mas passando também por outros festivais tradicionais e de diferentes gêneros e formatos, como o Festival Internacional de Cinema Infantil (FICI); o Festival Brasileiro de Cinema Universitário (FBCU); o Festival Internacional de Curtas do Rio de Janeiro; É Tudo Verdade – Festival Internacional de Documentários; o Festival Visões Periféricas - Audiovisual, Educação e Tecnologias; Mostra do Filme Livre; Anima Mundi – Festival Internacional de Animação do Brasil; o FEMINA - Festival Internacional de Cinema Feminino e o Festival MixBrasil de Cultura da Diversidade, entre outros.

## 5. INFORMANTES

De forma geral, considerando os dados apresentados, podemos perceber a presença de agentes de diferentes setores participando, de forma direta, das ações de estruturação do polo. Nesse momento, não nos interessa fazer um mapeamento completo do setor, mas apontar as principais instituições responsáveis pela formulação e/ou execução de ações que impactem no setor audiovisual do município e que se relacionem com a proposta institucional do Polo de cinema do

---

<sup>6</sup> Site oficial: <<http://www.festivaldoriorio.com.br>>. Acesso em: 20 nov 2013.

<sup>7</sup> Principal banco de dados sobre os festivais de cinema realizados no país. Pode ser acessado através do endereço: <<http://www.kinoforum.org.br/guia/>>. Acesso em: 10 mar 2014.



Rio de Janeiro. As propostas vêm sendo implementadas por meio de três conjuntos de agentes:

- a) O Poder público**, representado, em âmbito federal, pela Ancine, que já ofereceu auxílio técnico para implementar a proposta de Film Comossion e que, atualmente, está em negociação com a RioFilme para a liberação de verbas complementares através do Fundo Setorial do Audiovisual; em âmbito estadual, pela Secretaria de Cultura, através de sua Superintendência de Audiovisual, que tem concentrado suas ações de fomento em editais públicos e patrocínio a eventos; e em âmbito municipal, através da RioFilme, como empresa pública que também tem concentrado ações de fomento e de acompanhamento do mercado local, e, mais recentemente, através da Rio Film Comission, que passou a fazer parte da estrutura municipal.
- b) A iniciativa privada** (e/ou parcerias público-privadas), em que existem três agentes principais: a Associação Polo Rio Cine&Video, ainda responsável pela gestão e pela manutenção da infraestrutura de estúdios e escritórios, implementadas na região de Jacarepaguá, nos anos 90; o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI), com a realização de parcerias na área de formação de mão de obra; e o Latin American Training Center-LATC (Centro Latinoamericano de Treinamento e Assessoria Audiovisual), que aparece como consultor e/ou correalizador de algumas atividades de formação e intercâmbio, como seminários e workshops. Coincidência ou não, a equipe de coordenação do LATC é a mesma da Rio *Film Comission*.
- c) Terceiro setor e/ou associações de classe**: Apesar de ter um mercado produtor consolidado, é interessante notar que não existe uma grande quantidade de associações de classe relacionadas ao campo do audiovisual na cidade. Num mapeamento prévio, encontramos o



Sindicato Interestadual dos Trabalhadores na Indústria Cinematográfica e do Audiovisual (STIC), que atua também em outros estados e é o principal sindicato de trabalhadores do campo audiovisual no país; a Associação Profissional dos Repórteres Fotográficos e Cinematográficos do Rio de Janeiro (ARFOC), fundada em 1946 e voltada para a defesa dos interesses de fotógrafos e cinegrafistas; a Associação Brasileira de Documentaristas e Curtas-metragistas do Rio de Janeiro e a sede da Associação Brasileira de Roteiristas Profissionais de TV (ARTV).

Notamos, entretanto, a participação direta na articulação e na realização de ações de fomento de apenas outras duas instituições dessa natureza: o Sindicato da Indústria do Audiovisual do Rio de Janeiro (SICAV-RJ), através de uma parceria voltada para a execução do programa *Films from Rio*, e a ABPITV – Associação Brasileira de Produtores Independentes de Televisão, responsável pela realização do *RioContentMarket*, considerado hoje o maior evento voltado para o mercado audiovisual realizado na América Latina e que foi criado no ano de 2012.

## 6. CONCLUSÕES INICIAIS

“Dentre os 10 filmes nacionais mais assistidos de 2013, 09 foram produzidos no Rio de Janeiro”. Essa era a frase mais entoada nos corredores e nas salas de exibição do Festival do Rio de 2013, especialmente presente nas falas dos agentes responsáveis pelas políticas de fomento na cidade e no estado fluminense e que era repetido no *teaser* de propaganda da Riofilme exibida antes de todas as sessões do festival. Esse foi um dado muito comemorado por eles.

Esse é um dado que reflete os investimentos realizados no setor, nos últimos anos, mas também aponta para uma situação preocupante, pelo menos para quem defende o processo de regionalização da produção no país, pois demonstra a concentração de produções cinematográficas na capital carioca se intensificou. Isso, certamente, deveria ser alvo de ações de órgãos federais, como a Ancine e a



Secretaria do Audiovisual, através de ações de disseminação geográfica da produção nacional. Do ponto de vista das produtoras e dos agentes locais, esse número indica o sucesso das ações implementadas.

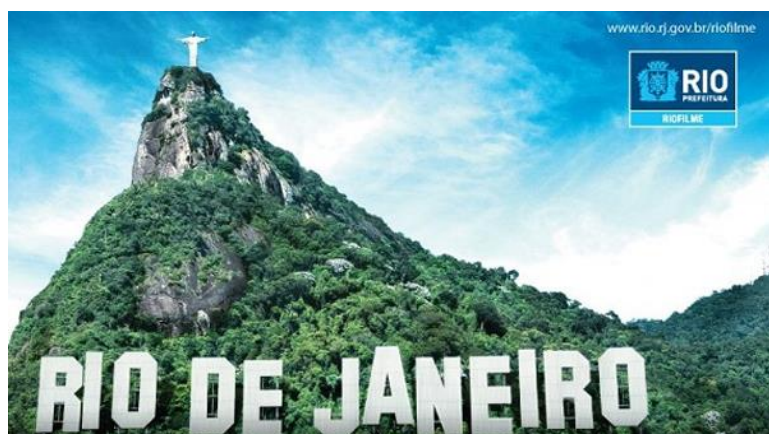
É um fato que a cidade do Rio de Janeiro, a partir da própria história de relacionamento com o setor audiovisual, conseguiu construir uma complexa rede de fomento quem vem se ampliando e se aperfeiçoando nos últimos anos. Com a inclusão do setor audiovisual nos planos estratégicos de desenvolvimento da capital e do estado do Rio, ambos os poderes convergiram no entendimento desse setor como peça estratégica para o desenvolvimento local e regional.

Ressalte-se, todavia, que, com base na análise dos dados apresentados, questionamos como a RioFilme assumiu um papel central no processo de coordenar as ações de fomento na capital carioca, e as demais organizações/ instituições orbitam ao seu redor. Ela desenvolveu parcerias estratégicas com agentes estaduais e federais, “terceirizou” determinadas ações, especialmente na área de formação, e adotou uma tática sobremaneira agressiva de captação e patrocínio de eventos, atraindo agentes do mercado internacional para atuarem na cidade.

Partindo da centralidade da RioFilme e analisando discursos e ações implementadas, percebemos a forte influência do modelo hegemônico em suas ações, algo abertamente defendido pelos seus gestores. “RioFilme defende fomento a *blockbusters*”, dizia o título de uma matéria da Folha de São Paulo publicada no dia 26 de abril de 2013. Quando questionado sobre o motivo de a empresa investir em filmes comerciais (inclusive da Globo Filmes), Adrien Muselet respondeu: “Pela mesma razão que o BNDES coloca dinheiro numa fábrica de carro na Bahia: porque gera emprego e renda. Tem uma série de vantagens econômicas óbvias” (CANÔNICO, 2013).

Assim, percebemos uma movimentação na cidade para incluí-la no circuito institucionalizado de produção com padrões “internacionais” de fomento, gestão e produção, incluindo políticas fortes de inserção de produtoras locais no circuito internacional, com a realização de coproduções e participação de eventos de mercado. Ou seja, o ideal industrial continua mais vivo do que nunca.

Figura 01 – Banner de divulgação da RioFilme



Além disso, de forma geral, percebemos existência de cinco aspectos em comum em seu processo de implementação, quando comparadas com outras experiências da mesma natureza no Brasil: a construção de uma infraestrutura de apoio, ilustrada, especialmente, por um complexo de estúdios; a realização de, pelo menos, um festival de grande porte; a aprovação de marcos legais locais que garantam a implementação da proposta e sob quais dispositivos gerais elas serão implementadas; a instalação de uma *film commission* e a realização de uma política de financiamento para produção.

Outras ações também são importantes serem mencionadas: foram realizadas por, pelo menos, dois deles: medidas de desoneração fiscal; programas de formação de mão de obra técnica; e ações de estímulo à expansão do circuito exibidor. Outra característica que perpassa as experiências dessa natureza no país é sua interface com o setor de turismo. No Rio de Janeiro, surge, especialmente, como estratégia de ampliação da visibilidade da cidade através da atração de produções (em especial estrangeiras).

Já do ponto de vista de gestão, percebemos três “problemas” centrais: Em primeiro lugar, a existência de uma estrutura vertical de tomada de decisões, ou seja, não há mecanismos efetivos de participação social e discussão sobre suas ações. Assim, o poder público centraliza esse poder em si.

Em segundo lugar, por uma tradição de descontinuidade, já que não se conseguiu estabelecer mecanismos que garantissem seu funcionamento em médio

e longo prazos, sofrendo sempre as intempéries de mudanças de gestão que não dão continuidade a processos anteriores. Sua história é caracterizada por funcionar com extremos de efetivação de propostas e extremos de paralisia.

E, em terceiro lugar, a relação desse tipo de ação com determinadores gestores, num processo de personalização das políticas. No Rio, inicialmente era associado às imagens dos ex-prefeitos Marcelo Allencar e César Maia. E, mais recentemente, a partir do momento em que Eduardo Paes assume a prefeitura, e dá o cargo de Secretário Municipal de Cultura a Sérgio Sá Leitão. Seria interessante, contudo, verificar, a partir de uma análise continuada, se elas se transformarão em políticas públicas municipais de fato, ou se continuarão sendo atreladas a determinados perfis de governantes.

Para além das críticas ao processo analisado, e numa primeira tentativa de sintetizar essas experiências, optamos por compreender um polo de produção cinematográfica como um arranjo institucional, seja do campo público ou do campo privado, organizado de forma a desenvolver a produção cinematográfica a partir de determinada região/território, perpassando a implementação, em geral, de ações de quatro naturezas: apoio logístico, financiamento e desoneração fiscal, formação de mão de obra e de público fruidor e estímulo à realização de eventos do setor. Uma proposta inicial de conceito que pode ser mais bem problematizado com a análise de outras experiências concretas.

É importante reconhecer, também, que a noção de território é fundamental para a realização dessas reflexões, especialmente porque o agente municipal toma corpo como incentivador do mercado cinematográfico, o que representa uma mudança significativa. Isso porque, até então, esse era um papel basicamente ocupado pela esfera federal e, pontualmente, por alguns governos estaduais. Estamos falando de um conjunto de políticas adotadas num espaço geográfico muito específico e de uma nova forma de atuar do Estado e do mercado, no campo das políticas públicas de desenvolvimento do campo cinematográfico.

Ainda numa discussão relacionada ao campo territorial, é interessante perceber uma diferença entre essas experiências contemporâneas e as outras implementadas no país durante o Século XX. Aqui, percebemos que a ideologia



nacionalista, que defendia a necessidade de construir uma indústria nacional de cinema com bases sólidas ou de ver o cinema como estratégia de legitimação de uma cultura nacional, perdeu espaço para uma ideia de cinema local. Percebemos isso de maneira mais forte no Rio, pela defesa do “cinema carioca”.

A iniciativa ainda carece de estudos específicos, seja do ponto de vista conceitual, a econômico ou da produção cultural e seu impacto no incremento do circuito de produção, distribuição e consumo de bens simbólicos. E acreditamos que tanto o setor público quanto a classe de artistas e de produtores cinematográficos necessitam complexificar o debate das políticas de fomento a esse campo, e que a própria banalização da noção de polo cinematográfico aponta para a necessidade de refletirmos sobre as implicações e limites desse tipo de política de fomento.

## REFERÊNCIAS

ABRANTES, Marta. Geografia da Indústria Audiovisual no Brasil. In: IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. **Anais...** Santos: Universidade Católica de Santos, 2007. Disponível em: <<http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/17913/1/R1349-1.pdf>> Acesso em: 12 set 2011.

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA. **Filmes brasileiros com mais de 500.000 espectadores - 1970 a 2013.** Rio de Janeiro: ANCINE, 2014. Disponível em: <<http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/DadosMercado/2105.pdf>>. Acesso em: 01 jun 2014.

ANVERSA, Marcus Vinícius Albrecht. A importância do município do Rio de Janeiro na territorialidade da indústria audiovisual brasileira. In: **Revista Perspectiva Geográfica.** Presidente Prudente: Unoeste, 2008. Disponível em: <<http://200.201.8.27/index.php/pgeografica/issue/view/331/showToc>> Acesso em: 9 set 2011.

AUTRAN, Arthur. **O pensamento industrial cinematográfico brasileiro.** Campinas: Unicamp, 2004.

BERNARDET, Jean-Claude. **Cinema brasileiro: propostas para uma história.** São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

BUENO, Júlio César Carmo. Polos de Desenvolvimento do Estado do Rio de Janeiro. In: **Anais do XIX Fórum Nacional Chegou a vez do Brasil?** Oportunidade para a geração de brasileiros que nunca viu o País crescer. Rio de Janeiro: INAE – Instituto Nacional de Altos Estudos, 2007.

CAMPOS, Renato Márcio de. História do cinema brasileiro – Os ciclos de produção mais próximos do mercado In: **Anais do II Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho.** Florianópolis, 2004.

CANÔNICO, Marco Aurélio. **RioFilme defende fomento a blockbusters.** São Paulo: Jornal Folha de São Paulo, 26 abr 2013.





CEPERJ. **Produto interno bruto dos municípios do estado do Rio de Janeiro - 2011**. Rio de Janeiro: Fundação Centro Estadual de Estatísticas, Pesquisas e Formação de Servidores Públicos do Rio de Janeiro (CEPERJ), 2013.

CESÁRIO, Lia Bahia . **Discursos, políticas e ações**: processos de industrialização do campo cinematográfico brasileiro. São Paulo: Itáu Cultural, 2012.

FERNANDES, Daniela Pfeiffer. **Diversidade cultural e concentração da indústria audiovisual no eixo Rio – São Paulo**: análise do contexto e implicações para o desenvolvimento cultural brasileiro. Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro: PUC, 2010.

FILME B. **Database Brasil 2012**. São Paulo: Filme B, 2012. Disponível em: <[www.filmeb.com.br](http://www.filmeb.com.br)>, Acesso em: 13 mar 2013.

GOVERNO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. Plano estratégico do Governo do Rio de Janeiro 2007-2010. Rio de Janeiro: Governo do Estado do RJ, 2008.

HENNEBELLE, Guy. **Os cinemas nacionais contra Hollywood**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

IBGE. **Produto interno bruto dos municípios 2011**. Brasília: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 2013. Disponível em: <[cidades.ibge.gov.br/xtras/csv.php?lang=&idtema=125&codmun=353650](http://cidades.ibge.gov.br/xtras/csv.php?lang=&idtema=125&codmun=353650)>. Acesso em: 01 mar 2014.

LIMA, Carmen Lucia Castro; LOIOLA, Elizabeth. Aglomerações produtivas e segmento cultural: algumas considerações. In: IV ENECULT – Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura. **Anais...** Salvador: UFBA, 2008.

O Globo. **Capital do cinema, Rio quer ter metade dos estúdios do país**. Rio de Janeiro: o Globo, 2013. Disponível em: ><http://oglobo.globo.com/cultura/capital-do-cinema-rio-quer-ter-metade-dos-estudios-do-pais-9969580#ixzz35JYrLf00>>. Acesso em: 30 mar 2014

PETRAGLIA, Cláudio Guimarães. TV aberta e por assinatura: o potencial de mercado na América Latina e o PoloRio Cine e Vídeo. In: CAVALCANTI, Marcos do Couto; PRESTES FILHO, Luiz Carlos. **Economia da cultura**: a força da indústria cultural no Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: E-papers, 2002.

RAMOS, José Mário Ortiz. **Cinema, Estado e lutas culturais**: anos 50, 60, 70. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

RIOFILMCOMISSION. **Sobre a Rio Film Comission**. Disponível em: <<http://www.riofilmcommission.rj.gov.br/sobre-a-rio-film-comission>> Acesso em: 01 mar 2014.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. Políticas culturais entre o possível e o impossível. In: NUSSBAUMER, Gisele (org.) **Teorias & políticas de cultura**. Salvador, CULT / EDUFBA, 2007, p.139-158.

SIMIS, Anita. **Estado e cinema no Brasil**. São Paulo: Annablume, Fapesp, Itáu Cultural, 2ed, 2008.

SILVA, João Guilherme Barone Reis e. **Comunicação e indústria audiovisual**: cenários tecnológicos e institucionais do cinema brasileiro nos anos 90. Porto Alegre: Sulina, 2009.

Stake, R.E. **Investigación con Estudio de Casos**. Madrid: Ediciones Morata, 1999.