

## Pequeña crónica de lo audiovisual en Brasil

Leonardo Brant- <http://www.brant.com.br>

La relación entre poder público y audiovisual en Brasil es difusa e imbricada. Carga con la herencia de diversas referencias de dominio cultural y económico, desde el proceso de colonización hasta el difícil recorrido, aún en curso, en busca de una democracia.

Para comprender la compleja influencia de esas herencias sobre el flujo de la información, y la generación de mitos y referentes simbólicos que persisten hasta hoy en nuestra memoria colectiva, es preciso sumergirse en el proceso de formación del proyecto civilizatorio iniciado con la llegada de la corona portuguesa en 1808, tras ser desalojada de su país de origen por las fuerzas napoleónicas.

Era necesario que la relación de la corona con Brasil cambiara. Después de abastecer y enriquecer a Portugal y a toda Europa durante siglos con oro, diamantes y toda su riqueza natural, exhibidos hasta hoy en las cortes e instituciones oficiales y religiosas del viejo mundo; a costa del exterminio de pueblos, lenguas y saberes que jamás serán recuperados; sustrayendo la humanidad de una pluralidad capaz de constituir y recomponer una base ética, de respeto a lo humano y al equilibrio con la naturaleza, la corona se vio frente a un nuevo desafío.

Para mantener el poder ante una población de mulatos refugiados, indios y esclavos africanos, era necesario forjar una nueva nación que tomara como base los mejores referentes de "superioridad" europea. Además de crear instituciones culturales capaces de "civilizar" al pueblo "bárbaro" que aquí vivía, Don João VI trajo a Brasil la llamada "misión francesa", responsable de transmitir los patrones de belleza y superioridad cultural a una multitud de pueblos, naciones, razas y comunidades, todavía poco familiarizadas con los límites imagéticos impuestos por el Tratado de Tordesillas.

La corona creó las principales instituciones culturales que existen hasta hoy para lidiar con las políticas públicas para el libro y la lectura (Biblioteca Nacional) y las artes visuales (Museo de Bellas Artes), entre otras. A una elite cultural y económica, formada por una burguesía ascendente y por miembros de la propia corte, se le dio la misión de educar, civilizar y suministrar la noción de identidad a los habitantes de un continente extremadamente rico y diverso. Se le dio la responsabilidad de distribuir el conocimiento adquirido en las mejores instituciones de enseñanza entre el pueblo, mediante un proceso de mediación simbólica que contamina aún hoy la escuela, las artes, la prensa y los medios audiovisuales.

Este grupo de afortunados constituyó, más tarde, la República y las instituciones que sustentan hasta nuestros días el estado de excepción que caracteriza a la sociedad brasileña, que legisla, juzga y gobierna desde y para esa misma elite, ignorando la presencia incómoda de una gran parte de la población, sustraída de sus derechos y deberes.

La Era Vargas fue rica al descubrir y valorizar la cultura popular, del ciudadano común, y dotarle de reconocimiento público por sus modos de vida, ritos y tradiciones. El populismo del mayor dictador

y líder carismático de la república brasileña, desencadenó una nueva visión de la política pública para el imaginario. Nuevos mitos y héroes fueron recreados a partir de una revisión intencionada de la historia brasileña.

El ministro de salud y educación de Vargas, Gustavo Capanema, siguió la tradición de la corona de conceder empleos públicos a artistas e intelectuales, ratificando la principal característica de las políticas culturales brasileñas: el adiestramiento de la clase artística por el poder público mediante cargos, salarios o mecenazgo público.

Nuestros primeros cineastas, como Humberto Mauro, ya fueron cooptados y contratados para actuar como prestadores de servicios de Getúlio Vargas en el recién creado Instituto Nacional de Cine Educativo, para el que hizo una serie de documentales y el reconocido "El descubrimiento de Brasil", en la década de 1930.

Brasil vivió la época de oro del cine entre 1940 y 50, sobre todo con los estudios Atlântida (1941) y Vera Cruz (1949), amparados por un mecenazgo vivo y activo y un fuerte mercado consumidor interno, que sustentaba una robusta producción sobre todo de comedias y chanchadas<sup>1</sup>. Este periodo estuvo marcado por el único premio a la mejor película conquistado en Cannes hasta hoy, "O Cangaceiro", de Lima Barreto, en 1953. Tres de las diez mayores taquillas de la historia del cine nacional son de este periodo.

Vargas se aprovechó de la radiodifusión, utilizándola como el principal elemento de construcción de una identidad nacional que se confundía con su proyecto de poder totalitario. Lo audiovisual aparecía como una importante apuesta que se concretó al iniciarse las transmisiones de televisión en 1950, con la creación de la Televisión Tupi, de Assis Chateaubriand, por mucho tiempo considerado el hombre más poderoso de Brasil.

Entre el ascenso y la caída de los dos grandes estudios, provocada por el fuerte crecimiento de la televisión en el país -en las décadas de los 50 y 60 la presencia de la televisión en Brasil sólo pierde frente a la de Estados Unidos, en audiencia y número de aparatos vendidos-, nace un movimiento político-estético denominado "Cinema Novo", a partir del I Congreso Brasileño de Cine, en 1952. Influenciado por el neo-realismo italiano y por la "Nouvelle Vague" francesa, tenía como lema "una cámara en la mano y una idea en la cabeza" y pretendía retratar, con bajo coste, la realidad cultural brasileña.

En el periodo áureo del Cinema Novo el país vivió un momento político revuelto, pero también el de mayor fertilidad democrática. Entre 1961 y 1964 el comunista João Goulart asumió la presidencia -tras la renuncia de Janio Quadros- e implantó un nuevo discurso dirigido a la reforma educacional, agraria y de relación con las grandes corporaciones internacionales, que ya dominaban el sistema productivo y remitían sus beneficios íntegramente a las matrices extranjeras.

---

<sup>1</sup> Género cinematográfico desarrollado en Brasil entre los años 1930 y 1960, a menudo con formato de comedia musical, caracterizado por el uso de un humor burlesco y popular.

## La dictadura crea la Red Globo

El imbricamiento entre Estado y producción audiovisual continúa encallado en el pecho del brasileño hasta nuestros días, y es uno de los principales factores que impiden la conquista de una democracia plena y participativa. Desde que asumieron el poder por medio del Golpe de Estado de 1964, los militares contaron con la colaboración activa de Roberto Marinho, que fundó la televisión Globo en colaboración con el régimen y en asociación con el grupo norteamericano TimeWarner.

A partir de un cambio de legislación, Globo se deshizo de la sociedad extranjera, apoderándose de sus activos tecnológicos y consolidándose como un monopolio que persiste y domina la relación con las masas hasta el día de hoy, en una agenda que mezcla telenovelas con periodismo de *chapa-branca*<sup>2</sup>. Globo fue para los militares lo que la radio y la televisión Tupi, de Chateaubriand, fueron para Vargas.

En 1969 el régimen autoritario fundó Embrafilme con el objetivo de apaciguar los ánimos de cineastas e intelectuales, que tuvieron cierto grado de libertad creativa si se tiene en cuenta el Estado de excepción que se vivía en aquella época. El lema “Brasil: ámalo o déjalo”, funcionó como en ninguna otra área, al no quedar otra opción para los cineastas que el exilio o la sumisión al poder del Estado totalitario.

Al apagón cultural de la dictadura militar le siguió la apertura iniciada por José Sarney - vicepresidente de Tancredo Neves, ex-ministro de Vargas que se opuso al régimen militar y llegó al poder en elecciones indirectas, muerto en extrañas circunstancias antes de tomar posesión-. Esta apertura se consolidó en 1990 con la elección de Fernando Collor de Mello.

La red Globo fue la gran responsable de la elección de Collor mediante su promoción como “el cazador de marajás” -jerga mediática referida a los corruptos y a los dotados de privilegios estatales-, en oposición al obrero sindicalista Luiz Inácio Lula da Silva, en el que fue uno de los mayores casos de manipulación mediática reconocida por investigadores en todo el mundo.

Sarney, Collor y Antônio Carlos Magalhães -ex-ministro de comunicaciones de Sarney y uno de los políticos más influyentes hasta su reciente muerte- tienen algo en común. Son, en sus respectivos estados (Maranhão, Alagoas y Bahia), representantes de oligarquías locales y dueños de conglomerados de comunicación, todos ellos afiliados a la Red Globo. Este sistema de interdependencia entre el poder político y la Red Globo se mantiene hasta nuestros días de la misma manera.

Collor promovió el mayor dismantelamiento institucional de las políticas culturales que tuvo el país, cerrando todos los departamentos y organizaciones públicas federales de cultura, entre ellas Embrafilme. En su lugar, publicó una ley de incentivo a la cultura que transfería al sector privado la responsabilidad de financiar los bienes y servicios culturales, contrariando la avanzada y recién promulgada Constitución de 1988, que delega en el Estado la responsabilidad de la cultura y exige que se garanticen los derechos culturales a todos los ciudadanos.

---

<sup>2</sup> La expresión hace referencia a la costumbre del gobierno de Brasil de poner las matrículas de sus coches de color blanco. Designa el periodismo que intenta agradar al gobierno sin cuestionar sus acciones, que carece de libertad editorial al depender de los poderes locales.

La ley Rouanet no es más que una simple actualización de la Ley Sarney y no funcionó de facto hasta 1996. Junto a la Ley de lo Audiovisual (1993) fue la responsable del resurgimiento del cine en Brasil. Su forma permite que una parte del impuesto sobre la renta empresarial sea invertida en productos culturales.

El Estado neoliberal diseñado por Collor -y vigente hasta hoy, incluso bajo los auspicios de Fernando Henrique Cardoso y Luiz Inácio Lula da Silva-, preveía la entrega de los activos culturales al mercado corporativo, que contaba con un generoso apoyo gubernamental por medio de exención de impuestos a los nuevos mecenas.

Si la relación entre el Estado y lo audiovisual ya era compleja, se volvió aún más complicada con la entrada de un nuevo jugador, el inversor privado. Por medio de una artimaña contable que incluye la presencia de la Comisión de Valores Mobiliarios y de corredores de inversión, el destino del cine nacional pasó a las manos de los patrocinadores, que se aprovechan del dinero público para conseguir beneficios privados de una nueva industria cinematográfica, todavía por crear.

De ahí surgió lo que convenimos en llamar “retomada del cine nacional”. Al final de la década de los 90 se pasó de producir entre 5 y 10 largometrajes de ficción en celuloide a 60 películas por año. Hubo una apuesta por el surgimiento de nuevos lenguajes, nuevos referentes estéticos que mezclaran nuestras diversas influencias locales, de la chanchada al Cinema Novo, pasando por el periodo de pujanza de Embrafilme, que produjo en los años 70 y 80 películas como Doña Flor y sus dos maridos, de Bruno Barreto (basada en la obra del escritor bahiano Jorge Amado, y hasta hoy la mayor taquilla del cine nacional). Seis de las diez mayores taquillas del cine brasileño son de este periodo.

Existía también una importante influencia norteamericana más consolidada que nunca. Además de dominar todo el sistema de distribución local, las *majors* ocuparon las televisiones abiertas, como la propia Red Globo, a esas alturas condonada por el rumbo de la inversión extranjera en el país.

El gobierno de Fernando Henrique Cardoso reforzó la agenda neoliberal proponiendo en 2001, en dirección contraria a los movimientos internacionales por la diversidad cultural, la liberalización del mercado de contenidos audiovisuales, en un documento oficial enviado a la Organización Mundial del Comercio.

En este mismo periodo surgió en Porto Alegre, ciudad-sede del Foro Social Mundial, el 3º Congreso Brasileño de Cine, que reivindicó entre otras cosas una agencia reguladora del cine. Ancine tendría por objetivo la concentración de las políticas reguladoras de la industria cinematográfica, dejando a cargo del Ministerio de Cultura el poder decisorio sobre el fomento de las manifestaciones audiovisuales, desde una perspectiva ajena a la industrial.

Nuevos vientos soplaban para las políticas culturales. En la esfera global, la publicación de la Declaración Universal de la Diversidad Cultural (y más tarde la Convención de la UNESCO con el mismo tema), y la publicación del informe del PNUD sobre las libertades y los derechos culturales, activaban los ánimos para llevar a cabo políticas de protección y promoción de las culturas locales.

En el ámbito local tuvo lugar lo que parecía improbable. Lula venció en las elecciones a José Serra, sucesor de Fernando Henrique Cardoso, con el apoyo de empresarios, una parte de la derecha, y sobre todo por un acuerdo con la Red Globo sobre el que sólo podemos especular.

El mayor conglomerado de comunicación del país se vio obligado a defender su terreno debido a dos factores concomitantes. La televisión de pago, por cable o satélite, llegó tarde, en la década de los 90, pero con el potencial de amenazar su estructura monopolista. Ligado a ese fenómeno vino el surgimiento de la red mundial de ordenadores, y con ella una nueva economía global, de características y dimensiones igualmente inciertas, y con reflejos sobre los hábitos culturales locales mucho más rápidos y devastadores que los de la televisión de pago.

La imposibilidad de regulación de ese nuevo fenómeno impidió que Globo ejerciera bloqueos legislativos a la entrada de Internet en el país. Sus inversiones astronómicas, tanto en nuevos contenidos exclusivos para abonados como en infraestructura de cableado, contaron con dinero internacional, en una época de estabilidad financiera y paridad entre el dólar y la moneda brasileña, el real.

La crisis económica de 1998, que alcanzó fuertemente a los países asiáticos, tuvo efectos sobre la fluctuación del cambio brasileño, estable desde el surgimiento de la nueva moneda que derrotó la inflación crónica y galopante en que el país vivía desde la década de los 70.

La peor cobertura electoral de la historia de la Red Globo tuvo lugar en el 98, en la disputa entre el segundo mandato de Fernando Henrique Cardoso y el metalúrgico Lula, del todavía desafiante Partido de los Trabajadores, nacido del sindicalismo. El resultado fue una reelección relativamente holgada a cambio de la promesa de apoyo gubernamental para enfrentar un problema de orden privado, pero de efectos públicos monumentales.

Próximo a la quiebra, sin capital ni agilidad para enfrentar el cambio en el mercado, el imperio global se vio debilitado como nunca, acumulando una deuda de más de 4 billones de dólares. El apoyo de Fernando Henrique Cardoso no fue suficiente, a pesar de que en los últimos días de mandato revisó, por *Medida Provisória* (recurso utilizado por el ejecutivo para imponer una ley al legislativo), la legislación que favoreció la nacionalización de la Red Globo en la década de los 70, ofreciendo a las sociedades extranjeras la posibilidad de invertir en empresas locales de comunicación. El decretazo presidencial favoreció a otras empresas mediáticas, sobre todo de prensa escrita, que también debían dinero al exterior.

Era demasiado tarde para Fernando Henrique, que parecía haber invertido la relación de poder con el Ciudadano Kane tupiniquim, o simplemente "periodista Roberto Marinho", como a él se referían sus propios canales de comunicación: radios, revistas, periódicos, televisiones, servicios de satélite y cable, cine e Internet.

Lula ya se había reunido con Marinho en su casa presentándole su nuevo discurso, sus alianzas y su compromiso de sanear las deudas de las organizaciones Globo. No se sabe con certeza el contenido y la extensión del acuerdo entre los dos. Lo que sabemos es que el imperio global ocupa un lugar privilegiado en el ministerio de Lula, y tiene hoy sus deudas saneadas a punto de invertir en nuevos negocios.

El ministro de comunicaciones, Helio Costa, es empleado en excedencia de las Organizaciones Globo, donde fue periodista, enviado especial en Brasil y en el exterior. A él le correspondió tomar la decisión sobre el modelo de televisión Digital que adoptaría el país. Contrario a la opinión de la comisión técnica que se había formado años antes con este fin, Costa optó por adoptar el modelo

japonés, al posibilitar mayor control sobre su uso. No por casualidad éste era el modelo defendido vehemente y abiertamente por los Marinhos, en sus editoriales y periodismo televisivo.

Otro alto cargo del gobierno, el secretario de comunicación de la presidencia de la República, Franklin Martins, también fue empleado global antes de ser nombrado ministro. Ahora es el encargado de decidir el destino de los presupuestos públicos de publicidad, que tradicionalmente son responsables de más de la mitad de la facturación de la televisión.

Globo prometió y realizó la mayor cobertura en las elecciones de 2002. Un nuevo mito, un héroe nacional ganaba reconocimiento. Un emigrante<sup>3</sup> nordestino, de familia pobre, obrero, trabajador, gente del pueblo. Gracias a las habilidosas manos del experto en marketing Duda Mendonça, y con la ayuda del conglomerado de comunicación que llega a un 99% de los hogares brasileños, con una audiencia media (hoy en declive) del 80%, nació un nuevo Lula. Un ex-comunista que hasta hacía poco amenazaba la propiedad privada era elegido por el voto popular de manera avasalladora.

Globo decidió mantenerse imparcial en la cobertura periodística electoral, lo que hizo parecer que se inclinaba por Lula, que nunca había gozado del privilegio de la igualdad. Sabemos que este acuerdo se debilitó en distintos momentos de la gestión de Lula, sobre todo por la actuación del ministro de cultura Gilberto Gil en dos de sus proyectos que implicaban el desplazamiento de las estructuras del Jardín Botánico, donde se localiza la sede y la inteligencia "global".

En el periodo de reelección (2006), época en que los acuerdos fueron repactados, sobre todo tras la muerte del patriarca Roberto Marinho (2003), Ancinav y la Televisión Pública no volverían a ser las mismas.

### **Ancinav y la Televisión Pública**

El inicio de la gestión de Gilberto Gil al frente del Ministerio de Cultura fue un momento de consolidación interna de toda una agenda internacional. Palabras-clave como diversidad cultural, cultura libre, cultura digital, derechos y libertades culturales o patrimonio inmaterial, fueron rápidamente incorporadas al vocabulario de los gestores públicos.

Entre las innumerables propuestas llevadas a cabo por el ex-ministro estaba la creación de Ancinav -Agencia Nacional del Cine y lo Audiovisual-, que sería la responsable de regular las pantallas brasileñas y de promocionar la industria y el contenido nacional.

El revuelto proceso de discusión pública en torno al proyecto de ley que creaba Ancinav, estuvo marcado tanto por la osadía como por la inexperiencia de Gilberto Gil, en lo que se refiere a hacer frente a cuestiones políticas de aquella envergadura.

Ancinav vendría con la intención de proteger la producción audiovisual nacional, en detrimento de la presencia monopolizante del producto norteamericano, que según el investigador argentino Octavio

---

<sup>3</sup> En el original *retirante* se refiere a las personas de origen rural del Nordeste de Brasil que emigran huyendo de la sequía de la región del Sertão.

Getino, ocupa en América Latina el 70% del tiempo de las pantallas, teniendo en cuenta salas de exhibición, televisión abierta, cable y satélite.

Necesaria y contemporánea, la agencia reavivó una discusión, adormecida hace mucho, sobre la presencia y la participación del pueblo brasileño en las pantallas, y su capacidad de autorrepresentarse, protagonizando la construcción de un material simbólico propio; contraponiéndose y resistiéndose a los movimientos de dominación política y económica contruidos en el proceso de formación del pueblo brasileño.

A pesar de eso el proyecto sufrió el ataque de los medios de comunicación, sobre todo de aquéllos que el proyecto pretendía controlar. No podemos dejar de observar la torpeza, la falta de habilidad política y la incapacidad técnica de los gestores de Ancinav, cualidades inversamente proporcionales al coraje y al espíritu republicano que orientaron la discusión.

El proyecto fue concebido en torno a una visión de Estado anacrónica e incompatible con el momento histórico que Brasil atraviesa. Trajo consigo la ingenua y pretenciosa misión de pasar a limpio 500 años de historia, menospreciando las fuerzas que sustentaban el modelo actual. Ancinav hizo disgustar a las majors, a la Red Globo y a algunas de las principales asociaciones vinculadas al mercado de la comunicación.

Podemos decir que el espíritu democrático presente en el bienintencionado discurso del ministro y su equipo no fue respaldado por una participación efectiva de la sociedad. Sectores del propio gobierno indispensables para la legitimación del proyecto, como el Ministerio de comunicaciones, que es la instancia responsable de la regulación de la radiodifusión en el país, no participaron del proceso e hicieron coro contra Ancinav. Merece la pena observar que toda la oposición se basó en los puntos considerados menos importantes del proyecto. O sea, la tesis de la Agencia no estaba en peligro pero sí lo estaban algunos detalles sobrevalorados en el debate público.

Es el caso del recorte a la libertad de expresión. No debería haber nada en el proyecto que diese lugar a una oposición de esta naturaleza. Todos sabíamos que los monopolios establecidos en las áreas de televisión abierta, cable y distribución cinematográfica irían por este camino.

Otra cuestión fueron los impuestos de exhibición en pantallas de cine y televisión, que se utilizarían para financiar la producción nacional. Nada de eso había sido anteriormente discutido y pactado entre los agentes, lo que generó una fuerte oposición al proyecto.

Las organizaciones y movimientos a favor del proyecto ni siquiera fueron consultadas y organizadas durante el proceso de construcción de Ancinav. El desgaste público, de amplias proporciones, terminó con la interferencia directa del Presidente de la República, que arrojó un cubo de agua fría sobre el debate público en torno a la regulación audiovisual en Brasil.

La discusión amenazaba con invadir el año electoral 2006. Lula percibió que la propuesta, aunque fuese una lucha histórica y necesaria para el cumplimiento de sus objetivos de campaña, amenazaba su permanencia en el poder. Por ese motivo interrumpió las discusiones de forma abrupta e inesperada.

La valoración que hago del proceso es de retroceso. La discusión, antes necesaria y considerada imprescindible e inevitable por todas las esferas de la sociedad, hoy se convirtió en tabú. No hay

clima ni capital político disponible para la discusión de un nuevo modelo de financiación, regulación y promoción de la actividad audiovisual en el país.

Con la televisión pública la cosa caminó de manera totalmente distinta. La confluencia de los diversos agentes responsables de la construcción de un proyecto de Televisión Pública brasileña parecía favorable. El ex-presidente de Radiobrás, empresa pública de comunicación, Eugênio Bucci, estaba a favor de un sistema de información fuerte, de carácter público, no gubernamental. Y ganó fuerza con la proximidad y adhesión del Ministerio de Cultura (MinC), que restableció sabiamente un proceso de discusión pública, mediante foros virtuales y presenciales, creados para la construcción democrática y participativa de un nuevo modelo de Televisión Pública para el país.

El proyecto hubiera seguido en la dirección planeada, conducido por la asociación entre Radiobrás y el MinC, si no hubiera sido por la separación de Bucci y Gilberto Gil de sus respectivos cargos en el gobierno, ambos en el primer año del segundo mandato. Después de eso, Lula nombró a una ex-funcionaria de Globo para asumir la presidencia de la recién creada EBC -Empresa Brasileña de comunicación-. Los foros de discusión de la Televisión Pública se vaciaron, los miembros de la dirección fueron sustituidos y los nuevos rumbos de la Televisión son todavía inciertos.

### **El cine brasileño se alía con las majors**

Creada por *Medida Provisória* en 2001, la Agencia Nacional de Cine (Ancine) es el órgano oficial de fomento, regulación y fiscalización de las industrias cinematográfica y videofonográfica. Nació como reivindicación de la clase cinematográfica a partir del 3º Congreso Brasileño de Cine, realizado en Porto Alegre el año anterior.

Antes de transformarse en Ancinav, como quería el ministro Gilberto Gil, la agencia optó por favorecer la coproducción de películas brasileñas con las llamadas majors, distribuidoras internacionales de cine que integran los grandes conglomerados mediáticos, dueños de los principales estudios de Hollywood.

En el año 2002 fue instituido el artículo 3º de la Ley de lo Audiovisual, que permite la inversión de una parte de los beneficios de las distribuidoras extranjeras en el cine nacional. La intención de esa medida, según la declaración de promotores y gestores del cine nacional de la época, era el aumento de la participación en el mercado interno de las películas nacionales (ya que el parque exhibidor está en manos de las majors), la apertura del mercado internacional al cine brasileño, la facilitación del diálogo y la profesionalización de las empresas nacionales con potencial de mercado.

En la práctica la medida hizo que se escurrieran abundantes recursos públicos hacia las majors, que se aprovecharon del beneficio fiscal para maximizar el rendimiento del dinero de los impuestos. Los contratos que se firman con los productores nacionales, condicionan la administración del dinero incentivado al ingreso del llamado "dólar one"- la primera facturación de las taquillas-, para compensar la inversión de la distribuidora extranjera. Después de recuperar "su" inversión, la major pasa a repartir el excedente con el productor local.

En la práctica lo que viene pasando es que los filmes se quedan, casi siempre, programados para alcanzar el punto de equilibrio de la distribuidora, dejando al productor local sin ninguna perspectiva de capitalización o beneficio de la operación.

Eso sin tener en cuenta la entrada de otro socio conocido en el negocio: Globo Filmes, una empresa más de la familia Marinho, que cierra la ecuación cediendo elenco y directores que tienen contratos exclusivos con sus emisoras, y que se consideran un gancho para el público debido al éxito de las telenovelas, buque insignia de Globo.

A Globo no le interesa la taquilla. Prefiere engullir buena parte del dinero de producción pagado por patrocinios, para el reparto y la publicidad de las películas, destinados a los innumerables medios del conglomerado.

De los 20 mayores éxitos de taquilla entre 1999 y 2008, sólo uno, titulado Tropa de Élite, no forma parte de ese modelo de negocio (pertenece a una mayor -Universal Pictures de Brasil, pero no es coproducción de Globo Filmes). No hay forma de filmar y llegar al gran público en Brasil, si no es pagando peaje a los monopolios institucionalizados del país.

Este patrón de negocios ha influenciado como ningún otro los nuevos referentes estéticos del cine brasileño, además de establecer patrones de negociación insostenibles para una industria audiovisual verdaderamente brasileña, ya que está del todo basado en los incentivos fiscales. Éstos están destinados a los monopolios de las pantallas y no a los productores independientes, que necesitan fortalecer su musculatura para hacer frente a las intemperies de este difícil mercado.

En relación al resto de eslabones de la cadena productiva del cine, las acciones son insuficientes o inexistentes. Las distribuidoras nacionales sucumben, entran en quiebra o sobreviven gracias a negocios muy específicos y poco rentables, como el cine arte o el cine de autor.

A pesar de no existir ninguna señal que confirme que este modelo de apoyo y financiación de las industrias audiovisuales es el más adecuado para el país, las inversiones en formatos alternativos, que se valen de las nuevas tecnologías de producción digital y que han modificado dinámicas comerciales hasta en el mismo Hollywood, no llegan de forma consistente a Brasil.

Las oportunidades de mercado, con la entrada de los nuevos jugadores en el mercado audiovisual, como las empresas de telecomunicaciones, la web e incluso la Televisión Digital, están siendo ignoradas para atender única y exclusivamente a los monopolios establecidos.

Traducción: María Reneses



<http://creativecommons.org/licenses/by/2.5/es>