
SERVIÇO PÚBLICO DE COMUNICAÇÃO E CULTURA: COPRODUÇÕES MUSICAIS E CINEMATOGRAFICAS EM PORTUGAL E NO BRASIL

Teresa Costa Alves, Flávia Rocha, Pedro Portela & Dácia Ibiapina

Resumo

Este artigo pretende dar os primeiros passos numa investigação sobre coproduções entre Portugal e Brasil nas áreas da música e do cinema, observando-as como expressões tangíveis de um mapeamento multicultural entre os dois países. Partindo do argumento de que há uma maior preocupação estrutural em torno da cultura no serviço público de comunicação, olharemos para as indústrias culturais portuguesas e brasileiras e sua presença na rádio e televisão públicas. Consideraremos o facto de que o Brasil se demarca por apresentar uma indústria cultural vibrante, ampla e massificada, apresentando um poder de distribuição internacional muito mais profundo do que outros países lusófonos. O Brasil exporta muito da sua produção musical e cinematográfica para Portugal e também a rádio pública portuguesa tem apresentado uma capacidade considerável de absorção dos produtos musicais brasileiros. No cinema, Portugal tem sido o principal parceiro do Brasil em coproduções de filmes de longa-metragem e o único país lusófono com o qual o Brasil mantém uma relação consolidada no âmbito da política de fomento direto. Estará essa colaboração a propiciar uma intensificação do diálogo simbólico entre os dois países? E como se reflete este diálogo simbólico em mecanismos concretos de bilateralidade? Estas questões constituem pontos de partida para o decurso deste artigo.

Palavras-chave

Serviço público; coproduções; cultura; Portugal; Brasil

INTRODUÇÃO

O serviço público de rádio e televisão, por encontrar nos seus princípios fundadores a missão de conceder ao cidadão o direito a ser informado com isenção e sem determinação de interesses privados, tem sido alvo de uma profunda reflexão e debate nos vários subcampos das ciências da comunicação. Os média encontram-se enraizados na sociedade como elementos históricos e socialmente determinados pelo sistema cultural em que se ambientam. Os meios de serviço público, através da natureza dos seus conteúdos, e da dedicação de um determinado número de horas a conteúdos produzidos no próprio país, prevê a solidificação de uma identidade nacional através das suas representações mediáticas. Logo, ao analisar a relação Portugal-Brasil através da lente do seu sistema público, prevemos encontrar diferenças que contam a história que une os dois países e as ramificações socioculturais que os distinguem.

A dicotomia entre sistema público de comunicação e média privados, apesar de fazer parte da dinâmica de reflexão no campo da comunicação de uma forma transnacional, assume contornos distintos de acordo com a legislação em vigor no país em

análise – e com as condicionantes da implementação dessa legislação. O serviço público de comunicação é observado, na generalidade, como resgatador dos indicadores de competência e credibilidade na seleção de conteúdos, no tratamento da informação e na forma de comunicar: “o sistema público de radiodifusão surge em muitos países, especialmente na Europa, como um contraponto ao poder que o privado poderia ter sobre o público em razão dessa posição assimétrica” (Bolaño citado em Pereira, 2010, p. 4).

É no período entre guerras que surge o designado “modelo social europeu”: na gênese da criação do Estado-Providência, nascido na sequência da Grande Depressão dos anos 30 do século XX e instituído após a Segunda Guerra Mundial, nos escombros do contexto bélico e da falência do Estado liberal (Mozzicafreddo, 1994). Foi na Europa que este modelo social de intervenção estatal nas áreas basilares da experiência humana mais aprofundadamente se implantou, tendo o campo das telecomunicações sido considerado como uma dessas áreas essenciais à vida plena da sociedade e à consecução de um capitalismo do bem-estar social.

É já neste contexto de pós-guerra que surge a Declaração Universal dos Direitos Humanos de 1948, necessária para compreender a gênese do conceito de serviço público de comunicação. O seu artigo décimo nono remete para a necessidade de um sistema público de divulgação de informação: “toda a pessoa tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras.” Este direito é universal e contém a ideia da constituição de um sistema democrático da comunicação, em que todos sejam representados (não-discriminação), todos se representem (participação) e todos cedam a essas representações (acesso). Mais recentemente, também a Unesco, por meio de Toby Mendel (2011) reforçou os valores do serviço público, demarcando um distanciamento para com o modelo comercial e enfatizando a necessidade de separação perante instituições políticas:

O modelo de serviço público foi baseado na ideia de que nem o mercado nem o Estado poderiam satisfazer adequadamente os objetivos do serviço de radiodifusão e agir pelo interesse público; na verdade, sentiu-se que o interesse público não coincide nem com interesses privados ou com interesses dos poderes políticos constituídos. (Mendel, 2011, p.4)

É para garantir o cumprimento isento deste horizonte de interesse cidadão que surge o modelo de serviço público, baseado na filosofia de que nem o mercado nem o Estado poderiam satisfazer adequadamente os objetivos do serviço de radiodifusão e agir pelo interesse público (Mendel, 2011). Tendo por princípio que o interesse público não corresponde nem a interesses privados nem a interesses dos poderes políticos eleitos, observamos no sistema brasileiro a separação clara destas duas forças de poder apenas desde 2007 – mais clara até do que no modelo português, já que com a criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), pela Lei 11.652/2008, resultou a divisão ontológica dos sistemas comercial, governamental e público. Cabe anotar aqui que o Presidente Michel Temer, ao assumir interinamente o governo em maio de 2016, no transcurso do processo de impedimento da

ex-presidente Dilma Roussef, fez uma intervenção na EBC: exonerou o Diretor-Presidente Ricardo Melo e nomeou para o cargo Laerte Rímoli, atual Presidente da EBC. Ao fazê-lo, descumpriu a lei 11.652/2008, que estabelece que o mandato do diretor-presidente da EBC é de 04 (quatro) anos e que ele só será destituído nas hipóteses legais ou se receber 2 (dois) votos de desconfiança do Conselho Curador da empresa nos termos previstos. Seguiu-se intenso debate e recursos ao Supremo Tribunal Federal, tendo em vista a ilegalidade da intervenção. Para legalizá-la, foi editada a Medida Provisória N° 744, de 01/09/2016, pelo Presidente Michel Temer, já como presidente efetivo (a partir de 31/08/2016). A MP tem força de lei e começou a vigorar a partir da data de sua publicação. Atualmente ela tramita na Câmara Federal, de onde irá ao Senado Federal, para análise e confirmação ou não. A MP extinguiu o Conselho Curador da EBC e alterou a composição do Conselho de Administração. Pela nova medida, a empresa deixa de ser subordinada à Secretaria de Comunicação da Presidência e passa a responder à Secretaria da Casa Civil. Pela proposta, todos os membros da Diretoria-Executiva passam a ser nomeados e exonerados pelo Presidente da República. Ou seja, atualmente no Brasil, a divisão ontológica dos sistemas comercial, governamental e público no tocante à EBC e à radiodifusão pública está ferida de morte.

Em Portugal, assim como na Europa, os sistemas de serviço público são repartidos entre o Estado e os contribuintes, inculindo no sentido de “público” a participação cidadã ao nível, entre outros, do seu financiamento:

Nós, os organismos mediáticos de serviço público (SPM¹) reunidos na European Broadcasting Union (EBU), pertencemos aos cidadãos que nos servem. (...) Estamos comprometidos a incluir todos e a dar relevância a todas as comunidades das nossas sociedades. Existimos para cumprir as exigências democráticas, culturais e sociais da Europa. Sendo livres no ponto de uso, estamos determinados a atingir cada membro do público. Queremos ter um papel definidor na garantia da liberdade de expressão e no pluralismo de visões. Acreditamos num mundo comunicacional aberto e transparente para o bem comum, para além da motivação do lucro. Lutamos para cumprir os padrões mais elevados, com integridade moral e eficácia máxima. (EBU, 2012, p. 3)

A perspetiva europeia reflete, portanto, um empenho na consumação dos valores do serviço público de comunicação nos sistemas europeus. A universalidade é o primeiro dos seis valores centrais apresentados pela Unesco na sua carta de princípios fundadores dos média públicos, um princípio considerado basilar para a edificação de um serviço público abrangente e participado. Oferecer conteúdos a todos os segmentos da sociedade, tendo por base que “ninguém é excluído: toda a gente, em toda a parte” (EBU, 2012, p. 4), é uma das missivas da organização. No entanto, a questão do acesso não é mencionada, sendo que a inexistência de uma rede alargada de emissores de canal aberto retrata problemas de exclusão no acesso aos meios.

¹ SPM representa a sigla para serviço público de média.

É fazendo uso desta pluralidade de pontos de vista e ideias que a European Broadcasting Union (EBU) prevê criar uma esfera pública que vá de encontro a uma pedagogia do comunicar o mais universalmente possível, já que no mesmo texto de menção dos valores de serviço público é referido o papel formador de opiniões e ideias assentes na liberdade que é dever dos média. Ao colocar este princípio fundador da universalidade na missão dos média de criar, relatar e tornar a sociedade democrática participável, a EBU aloja assim o sistema mediático no pilar político. Já o princípio da independência é essencial para a imparcialidade e separação de interesses – governamentais ou privados – e poderes – políticos, religiosos ou comerciais, abrindo espaço para a missão de “contribuir para uma cidadania informada” (EBU, 2012, p. 4).

O critério da excelência, que acaba por ser um conceito “guarda-chuva” que engloba valores como a integridade, o profissionalismo e a qualidade, almeja também a criação de referências dentro das indústrias mediáticas, a formação contínua dos seus funcionários, o envolvimento na sociedade e a participação dos próprios públicos², partindo tanto da área da informação como da programação (EBU, 2012). O envolvimento dos públicos na geração de conteúdos prevê a sua integração no sistema de serviço público enquanto *prosumers*³, isto é, consumidores que produzem, interagindo ativamente com os produtos que consomem. Este olhar sobre as audiências como públicos presentes e participantes no processo de ativação de conteúdo promove o princípio da diversidade: a diferentes grupos de interesse – sendo eles constituídos por gerações, culturas ou religiões diversas, maioritárias ou minoritárias – é-lhes permitida a expressão de pontos de vista distintos, de criação de géneros plurais. “Apoiamos e procuramos dar voz a uma pluralidade de vozes concorrentes – com experiências, histórias e estórias distintas” (EBU, 2012, p. 5), com o objetivo de ajudar a criar uma sociedade mais inclusiva, porém, menos fragmentada.

Por fim, responsabilidade e inovação são os valores centrais que faltavam mencionar. O sentido de responsabilidade do serviço público de comunicação deve refletir-se numa abertura ao debate e à opinião dos seus públicos, assim como numa transparência que exige, por exemplo, a publicação em livre acesso das linhas editoriais, a explicação de determinados procedimentos e a correção dos erros, admitindo publicamente a existência de falhas no serviço e demonstrando uma abertura que se reflete numa sujeição ao escrutínio público. Já o princípio da inovação transforma as empresas públicas de média num embrião de enriquecimento do meio ambiente mediático e de desenvolvimento dos países e regiões em que se inserem. Novas tecnologias que suportem novos formatos e novas formas de interligação aos públicos que servem; este é o contexto de inovação a que os meios de comunicação que constituem a EBU desejam ser associados

² Tendo por base a distinção estabelecida sobre os conceitos anglo-saxónico e francês de *audience* e *publique*, no caso do documento de princípios da EBU (2012), em língua inglesa, adotou-se o termo públicos para traduzir o conceito *audiences*, tomando assim posição pela tradição francesa, com o objetivo de tratar a audiência dos meios de serviço público como uma esfera pública de carácter ativo e participante.

³ O termo *prosumer* foi cunhado por Alvin Toffler (1980) ao referir-se a um utilizador que consome e produz média. Em vez de serem apenas recipientes passivos da cultura de consumo em massa, a Internet permitiu um crescimento da interatividade e, portanto, da participação dos consumidores na criação ativa de conteúdo mediático (Tapscott, 2010).

– e que acabam por representar, de forma genérica, os valores deterministas do serviço público na ótica europeia.

Da Europa para a América do Sul, sabemos que em 2016 se completam 516 anos de relações entre Brasil e Portugal, desde Pedro Álvares Cabral. São 121 anos de história do cinema mundial e 94 anos de relações cinematográficas luso-brasileiras. Desde 1922, cineastas dos dois países unem-se para realizar filmes conjuntamente. Gerando um interesse cada vez maior ao longo dos anos, o tema das coproduções cinematográficas internacionais ganhou maior importância no campo das políticas públicas audiovisuais brasileiras no início do século XXI, principalmente a partir de 2008. Neste intervalo, Portugal tem sido o principal parceiro do Brasil em coproduções de longas-metragens e o único país lusófono com o qual o Brasil mantém uma relação consolidada no âmbito da política pública de fomento direto. Segundo a Agência Nacional do Cinema (ANCINE, 2015), de 2005 até 2014, registam-se 25 filmes compartilhados entre os dois países, representando 30% das coproduções brasileiras independentes amparadas por mecanismos públicos bilaterais de apoio direto e indireto.

Algumas das principais vantagens destas coproduções são: a possibilidade de aumentar a participação de artistas independentes nas cinematografias nacionais e internacionais; o acesso a incentivos e subsídios dos governos parceiros; a divisão de custos e riscos; a promoção da diversidade cultural; e o aumento da possibilidade de exibição nas salas de cinema do mercado parceiro. E por que não também nas TVs públicas locais? A legislação brasileira considera como obra cinematográfica a obra audiovisual cuja destinação e exibição seja prioritária e inicialmente o mercado de salas de exibição. Por outro lado, a necessidade de exibição de filmes nacionais nas TVs públicas é uma exigência recorrente entre os profissionais do setor. O alargamento das portas para a exibição dessas obras na programação das TVs públicas é uma saída, tanto para ampliar a visibilidade das produções nacionais e coproduções entre os dois países, como para diversificar os conteúdos que compõem a grelha de programação das TVs públicas, corroborando assim a missão do serviço público de radiodifusão.

No que diz respeito à cultura na sua expressão musical, o mundo cultural lusófono é de uma extensa diversidade, quantificável pelo vasto leque de géneros musicais tradicionais dos vários territórios da Lusofonia. A música parece ser o produto cultural da Lusofonia que melhor se tem feito representar nos média públicos e dois fatores poderão explicar esta premência da música no contexto cultural de representação mediática da Lusofonia. Por um lado, o facto de a música ser um produto de cultura popular perfeitamente inserido na presente sociedade de consumo, logo, apresentar bons indícios de aceitação junto dos núcleos de recepção; por outro lado, a simplicidade na distribuição dos produtos musicais entre países, simplificada também pela crescente digitalização e agilização dos meios de radiodifusão, não esquecendo a facilidade da comunicação na mesma língua.

Ao mesmo tempo, a imposição à rádio pública portuguesa de uma quota mínima de 60% de música portuguesa face à totalidade da música difundida em antena, pode ser considerado também um fator determinante para a divulgação musical lusófona e

um incentivo à coprodução musical entre Portugal e Brasil. Isto porque as composições musicais criadas em parceria por músicos dos dois lados do Atlântico podem ser consideradas para a contabilização da referida quota de 60%, pois, segundo o articulado da Lei da Rádio, define-se como música portuguesa todas “as composições musicais que veiculem a língua portuguesa ou reflitam o património cultural português, inspirando-se, nomeadamente, nas suas tradições ambientes ou sonoridades características, seja qual for a nacionalidade dos seus autores ou intérpretes” (Santos, 2015, p. 23).

Tendo por base a missão de diversidade e pluralidade do serviço público, navegamos agora o oceano que une os dois países estudo de caso deste artigo, com um olho clínico para a cinematografia luso-brasileira e um ouvido atento à musicalidade do Atlântico.

TELEVISÕES PÚBLICAS E ESTÍMULOS À PRODUÇÃO AUDIOVISUAL INDEPENDENTE

Em Portugal, entre os anos de 2003 e 2004, vigorou o Protocolo ICAM-RTP, assinado pelo então Instituto do Cinema, Audiovisual e Multimédia (ICAM) e a Radiotelevisão Portuguesa (RTP), com o objetivo de regular o apoio do serviço público de televisão ao cinema português. O ICAM e a RTP, considerando que os objetivos foram cumpridos integralmente, celebraram um novo protocolo com objetivo idêntico em maio de 2005, vigorando até dezembro de 2006. O apoio abrangia: a) apoio financeiro à produção de obras cinematográficas; b) difusão de obras cinematográficas; c) promoção e divulgação de obras cinematográficas; e d) disponibilização de imagens de arquivo da RTP. A medida compreendia ainda a divulgação de todas as obras apoiadas pelo ICAM, tanto com spots promocionais relativos à exibição no circuito das salas de cinema como através de programas televisivos sobre o cinema português. Além disso, incentivava a participação conjunta do ICAM e da RTP em festivais, feiras e mercados internacionais para a divulgação do cinema português (ICAM/RTP, 2005, pp. 1-7). No entanto, tal iniciativa não teve continuidade nos anos posteriores.

Já no Brasil, assistimos, a partir de 2015, a um novo cenário, que amplia a participação de produções independentes na programação dos canais das TVs públicas brasileiras: universitárias, comunitárias e educativas e culturais. O *Programa Brasil de Todas as Telas*, lançado no ano anterior pelo governo federal para aumentar o acesso dos brasileiros às obras nacionais, desenvolve a “Linha de Produção de Conteúdos para as TVs Públicas”. Com o objetivo de incentivar a regionalização da produção nas cinco regiões brasileiras, o programa disponibilizou R\$ 60 milhões, do Fundo Setorial Audiovisual (FSA), para a produção de 103 novas obras audiovisuais independentes, nos formatos: séries documentais, séries de ficção, séries de animação e documentários, no primeiro ano de operação. Os editais são operados através de uma parceria entre a Agência Nacional do Cinema (ANCINE), a Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura (SaV/MinC) e a Empresa Brasil de Comunicação (EBC). Dando continuidade à ação governamental, no final do mesmo ano, 2015, foram lançados novamente cinco editais para cada uma das regiões do País, nos formatos anteriormente mencionados, disponibilizando o

mesmo valor do ano anterior. A EBC, que, como mencionado anteriormente, foi criada em 2007 com o objetivo de fortalecer o sistema público de comunicação no Brasil, é a instituição responsável por distribuir a programação resultante da ação.

Como sugestão, os conteúdos resultantes desta linha de produção do Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) constituem um ativo que poderia ser utilizado num futuro próximo para uma parceria entre a EBC e a RTP, no campo da troca de conteúdos audiovisuais de produção independente. Seria uma forma de ampliar o intercâmbio cultural entre os dois países no âmbito da programação das TVs públicas, a exemplo do que já ocorre com as coproduções cinematográficas.

AS COPRODUÇÕES CINEMATOGRAFICAS LUSO-BRASILEIRAS

Diante do conflito entre cinema hegemónico e promoção da diversidade cultural, que condições favorecem ou dificultam o alargamento da integração entre Brasil e Portugal através do cinema?

Fazendo um passeio pela história da relação cinematográfica entre Brasil e Portugal, observamos que a primeira obra cinematográfica realizada entre os dois países foi uma curta-metragem documentário: *O Raid Aéreo Lisboa - Rio de Janeiro*, em 1922, pelos aviadores portugueses Sacadura Cabral e Gago Coutinho, realizado por Henrique Alegria, brasileiro que foi um dos pioneiros do cinema mudo português (Ramos, 2011). No filme, entre o embarque em Lisboa e o desembarque no Rio de Janeiro, passagens por grandes atrações turísticas portuguesas – Madeira e Penedos – e brasileiras – Fernando de Noronha, no Pernambuco, Pão de Açúcar e Alto da Tijuca, ambos no Rio de Janeiro) (Cinemateca Brasileira, 2016). Entre as primeiras longas-metragens produzidas nesse regime no Brasil, está *Vendaval Maravilhoso*, um filme histórico do realizador português Leitão de Barros, interpretado pela fadista Amália Rodrigues, em 1949. Em Portugal, em 1936, este mesmo realizador lançava a primeira coprodução luso-espanhola: *Bocage*, uma longa-metragem sobre a vida do poeta português. Como nos primeiros anos de cinema, temas históricos e literários continuam marcantes no cenário contemporâneo das obras realizadas em coprodução entre Brasil e Portugal.

No campo da política audiovisual, no início da década de 1980, começam as ações entre os dois governos para incentivar as relações cinematográficas luso-brasileiras. Em 1981, Brasil e Portugal assinam um Acordo Bilateral de Coprodução Cinema Cinematográfica, com o intuito de fortalecer a integração cultural entre os dois países. Já em 1994, foi assinado um Protocolo ao abrigo do mesmo acordo de coprodução, a fim de concretizar as relações cinematográficas entre os dois países, passando por atualizações e ajustes no ano de 2007. A partir de então, os cineastas dos dois países passam a contar com um edital de fomento direto, que objetiva a concessão de apoio financeiro a projetos de obras cinematográficas, sinalizando, assim, o início de um dos principais apoios de incentivo às coproduções entre os dois países.

A política audiovisual brasileira voltada para as coproduções tem definido como uma de suas estratégias a tentativa de fortalecer as relações dentro da Comunidade de

Países de Língua Portuguesa (CPLP). Apesar disso, como a atividade cinematográfica na maioria desses países é residual, investe-se prioritária e basicamente onde já há uma estrutura mínima para fomentar o desenvolvimento de relações de coprodução cinematográfica entre os países. Portugal tem sido o único país lusófono com o qual o Brasil mantém uma relação consolidada no âmbito da política de fomento direto. Longe de formar um bloco com vasta troca de experiências e movimentação contínua entre os atores da cadeia cinematográfica, a trajetória de cooperação construída até então, entre os países da CPLP, ainda não conseguiu produzir filmes com impacto no mercado global nem atingir os mercados endógenos: Arquipélago da Madeira, dos Açores, Moçambique, Angola, Guiné-Bissau, Cabo Verde, São Tomé e Príncipe e Timor Leste. Da mesma forma, as coproduções entre Brasil e Portugal não têm conseguido chegar mutuamente às salas de exibição dos dois países. Por isso, destacamos a importância da criação de mecanismos para o incentivo à exibição de filmes nacionais nos canais públicos de televisão.

Para além da comodidade da partilha de um idioma comum, o que mais tem contribuído para Portugal ser o maior parceiro do Brasil em coproduções cinematográficas tem sido a relação geopolítica histórica entre os dois países. Os governos do Brasil e de Portugal lançam anualmente editais de fomento, através dos quais asseguram à empresa produtora nacional de cada um dos dois países, detentora minoritária dos direitos patrimoniais da obra, um apoio financeiro para o desenvolvimento de projetos audiovisuais cinematográficos de longa-metragem, nos géneros ficção, documentário ou animação, em regime de coprodução luso-brasileira. São oferecidos US\$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil dólares norte-americanos) para cada projeto selecionado. No total, quatro novos projetos são anualmente aprovados e financiados, no âmbito desse edital.

De forma semelhante, o governo português oferece um “sistema de apoio financeiro direto a fundo perdido, aos produtores independentes e à coprodução minoritária portuguesa” (Sousa, 2009, p. 197). Também no campo institucional, apesar de não ter formalizado ainda a sua adesão ao Convénio de Integração Cinematográfica Ibero-Americana, Portugal participa voluntariamente do *Ibermedia*⁴ e mantém acordos bilaterais de coprodução cinematográfica com mais sete países, além do Brasil: Alemanha (1989), Angola (1992), Cabo Verde (1989), Espanha (1989), França (1981), Itália (2000) e Moçambique (1990). Além disso, o Instituto do Cinema e do Audiovisual (ICA) disponibiliza duas outras ações para incentivar as coproduções: o Subprograma de Apoio à Coprodução Minoritária Portuguesa e o Subprograma de Apoio à Coprodução com Países de Língua Portuguesa. Ambos são concursos criados em 2016 para apoiar produtores independentes.

Embora Portugal seja o maior parceiro brasileiro em número de coproduções, foi com esse país que a bilheteria nas salas brasileiras alcançou os piores resultados. Tomando como referência o ano de 2007, as quatro coproduções lançadas naquele ano

⁴ *Ibermedia* é o Programa de Desenvolvimento Audiovisual em Apoio à Construção do Espaço Visual Ibero-americano; um fundo financeiro multilateral de fomento às atividades cinematográficas ibero-americanas, com sede em Espanha. O país sede é o maior investidor, investindo anualmente dois milhões de dólares norte-americanos. O Brasil é o segundo maior investidor, com seiscentos mil dólares norte-americanos investidos anualmente.

com Portugal contabilizaram 17.951 ingressos vendidos, o que perfaz apenas 10% de um único filme argentino-brasileiro do mesmo ano – *O Passado*, dirigido por Hector Babenco. Importa sublinhar que a Argentina é o segundo maior parceiro do Brasil em termos de coproduções cinematográficas.

No entanto, em 2013 e 2014, as coproduções luso-brasileiras ganham maior alcance. Em 2013, *Tabu*, uma coprodução entre Portugal, Brasil, França e Alemanha, terceira longa-metragem do realizador português Miguel Gomes, filme a preto e branco ambientado numa África recriada, foi lançado nas salas brasileiras, atingindo um público de 22.060 espectadores. Este filme conquistou vários prémios e, até ao momento, é a coprodução envolvendo os dois países com maior repercussão internacional. Da mesma forma, do lado brasileiro, em 2014, o destaque foi o filme *Getúlio*, do diretor brasileiro João Jardim, que atingiu a segunda maior bilheteria em dez anos de coproduções, com 508.901 ingressos vendidos. Atrás de *Getúlio*, o segundo recorde de público entre as coproduções luso-brasileiras foi atingido em 2011, com o filme *Capitães da Areia*, de Cecília Amado e Guy Gonçalves, com 166.071 espectadores.

Nas salas de cinema portuguesas, em termos gerais, coproduções luso-brasileiras têm conseguido bons resultados nas bilheterias. Nas salas de cinema brasileiras, as coproduções maioritárias portuguesas não têm logrado o êxito. Como exemplo, cita-se a coprodução luso-brasileira *Call Girl* (2007), um filme sobre corrupção, poder, dinheiro e prostituição de luxo, que conta a história de um presidente de uma vila que não quis aprovar um projeto turístico de grande impacto ambiental. Como há muito dinheiro envolvido, os empreendedores de uma multinacional contratam uma prostituta da alta sociedade, Maria (interpretada pela modelo e atriz portuguesa Soraia Chaves), para seduzir o representante político e convencê-lo a aprovar o projeto. Perdidamente encantado pela jovem, o político cai na armadilha, tendo o público sido atraído para as salas de exibição da distribuidora portuguesa Lusomundo Audiovisuais.

A crítica social, acompanhada de sensualidade, nudez e palavrões, apresentada por *Call Girl*, fizeram dele o segundo filme português mais visto no país em 2007, ano de lançamento da obra (Instituto do Cinema e do Audiovisual, 2007); bem como a sexta longa-metragem portuguesa com maior público entre os anos de 2004 e 2014. No total, foram 232.581 espectadores (Instituto do Cinema e do Audiovisual, 2014). Mesmo com um resultado de destaque em Portugal, a obra não foi lançada comercialmente no Brasil. Já *O Mistério da Estrada de Sintra*, o quarto filme português mais visto no país em 2007 (29.193 espectadores), vendeu apenas 687 bilhetes no Brasil. *Dot.com*, o quinto filme mais visto em Portugal, comercializou 27.915 bilhetes portugueses e 5.478 nas salas brasileiras. Já o drama *Falsa Loura*, a única das quatro coproduções luso-brasileiras de 2008, maioritariamente brasileira, foi também o único filme da parceria a ultrapassar a marca dos seis mil ingressos no mercado brasileiro – foram 11.786 (Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual, 2015).

Importa destacar o princípio orientador da matriz reguladora da coprodução cinematográfica entre Brasil e Portugal. Do texto do acordo bilateral assinado entre os governos dos dois países em 1981 e aprovado pelo Congresso Nacional Brasileiro em 1984, sublinhemos o que é dito sobre a motivação do tratado:

Animados pelo propósito de *difundir* através da coprodução de filmes, o *acervo cultural dos dois povos* e pelo objetivo de promover e incrementar os interesses comerciais das indústrias cinematográficas respectivas, com base na igualdade de direitos e benefícios mútuos. (Brasil, 1985, s/p - itálico acrescentado)

No que se refere à ação de “difundir através da coprodução de filmes, o acervo cultural dos dois povos”, o propósito de “difundir” não se aplica plenamente, já que muitos filmes luso-brasileiros não chegam a ser lançados no Brasil, assim como muitas outras obras que, apesar da dupla nacionalidade, não conseguem usufruir da janela das salas de exibição comercial do país coprodutor minoritário, no caso o Brasil. Apesar de sabermos das dificuldades, até mesmo para se estreiar um filme somente brasileiro dentro do seu próprio território – problema enfrentado pela maioria das cinematografias do mundo – o não lançamento, ou o lançamento com uma única cópia no Brasil de coproduções luso-brasileiras, foi um dos primeiros fatores que nos chamaram a atenção nesta investigação. O governo brasileiro disponibiliza um conjunto de mecanismos de fomento e apoio às coproduções Brasil/Portugal, sejam elas majoritária ou minoritariamente brasileiras, com o intuito de estreitar as relações cinematográficas com Portugal, bem como de viabilizar um mercado comum entre os dois países. No entanto, na prática, o que tem ocorrido, predominantemente, são alianças eventuais entre produtores dos dois países, em virtude dos editais de fomento, como explica Eduardo Valente, assessor internacional da Ancine, em entrevista a Flávia Rocha:

Existem diferentes tipos de coprodução. Existem coproduções que o país entra com o dinheiro, mas não entra necessariamente com presenças artísticas importantes. Existem umas que são efetivamente trocas culturais intensas e existe a coprodução mais na questão financeira [...] A Ancine tem feito um esforço de fortalecimento de presença da produção do Brasil com a CPLP (Comunidade de Língua Portuguesa) como um todo... Mas tudo que é incentivado pelo governo é um desejo que algo possa vir a acontecer, que algo seja fomentado para que venha a existir. Então, vários desses filmes aproveitaram desse modelo, mas trocaram muito pouco. Então, não diria que se tornou um caminho muito tradicional que os produtores têm seguido independente desse protocolo. Mas não diria que estaria tendo uma troca artística como se gostaria que acontecesse, porque é mais difícil. (Valente, 2012, p. 170)

Enquanto a Ancine, na voz de Valente (2012), reconhece que há vários tipos de coprodução, inclusive aquelas em que não há uma participação efetiva brasileira nem com imagens, nem com equipa técnica e/ou artística, na visão de André Sturm⁵, Presidente do Programa Cinema do Brasil, existem dois tipos de coprodução: a de “verdade” e as “de papel”:

⁵ André Sturm é presidente do Programa Cinema do Brasil, programa de exportação de filmes brasileiros criado pelo Sindicato da Indústria do Audiovisual do Estado de São Paulo e financiado pela Agência de Promoção de Exportações e Investimentos (APEX) e pelo Ministério da Cultura.

Na prática, infelizmente, ao invés das pessoas fazerem coproduções de verdade, elas fazem coproduções para ganhar o edital. Então eles arranjam um sócio “laranja” em Portugal ou no Brasil, entram no edital, e como poucas pessoas entram no edital, eles acabam ganhando. Elas não são coproduções de verdade, elas são coproduções de papel. Por isso lhe falei que para uma coprodução ser verdadeira ela tem que ter interesses culturais, tem que ter elenco, porque senão vira uma coprodução de mentira, de papel pelo seguinte: tem um produtor português com um projeto... ele arranja uma produtora brasileira que topa dizer que está investindo xis no filme e que tem tal participação no filme, mas é tudo de fantasia. (Sturm, 2012, p. 159)

Destacamos aqui o discurso de alguém que, além de ter experiência em todos os setores da cadeia cinematográfica – produção, distribuição e exibição –, responde como sociedade civil, atuando com o Estado para a construção de uma política pública de exportação do cinema brasileiro. Neste momento, o que interessa destacar é o discurso sobre a valorização das trocas culturais como essência da coprodução *versus* a ideia do cinema como negócio suportado por um Estado que não quer interferir como controlador, por se tratar de uma atividade artística que, por princípio, precisa de liberdade durante sua criação. Por outro lado, como justificar o fomento de coproduções “de papel” por parte do governo brasileiro? Pode-se deduzir que a atividade cinematográfica é complexa e cheia de pendências relativas a antigos e novos problemas, tanto no Brasil como em quase todos os países.

MISCIGENAÇÃO MUSICAL NO EIXO PORTUGAL/BRASIL: UM OCEANO HÁ MUITO NAVEGADO

Musicalmente, o panorama lusófono caracteriza-se por uma riqueza única de sonoridades e raízes. O fado é o gênero musical português mais conhecido internacionalmente, tendo-se transformado num símbolo nacional da cultura portuguesa. Apesar de ser um dos elementos identitários mais populares e que melhor penetração tem demonstrado na internacionalização cultural portuguesa, o fado poderá ser, ele próprio, um dos primeiros produtos de uma miscigenação cultural entre Portugal e Brasil, consequência dos fluxos migratórios entre estes países. E, por esse motivo, talvez até possamos vir a considerar que o fado é um gênero musical caracterizado pela fusão de elementos estéticos brasileiros e portugueses, como se de um produto cultural coproduzido pelos dois países se tratasse.

Mergulhemos nas várias, e não consensuais, teorias sobre a origem do fado. Não existe uma teoria unânime sobre as suas origens, já que o seu processo de transmissão oral de geração em geração dificultou a existência de um registo credível sobre as suas raízes. Apenas nas décadas de 1920 e 30 encontramos registos de alguma fiabilidade, ainda que também eles suscetíveis às modificações próprias da referida transmissão oral (Nery, 2004). Uma das teses sobre a origem do fado é a hipótese de a sua origem remontar a influências africanas e brasileiras, originalmente como um tipo de dança negra

do Brasil do final do século XVIII, com base num *intermezzo* cantado (Tinhorão, 1994). Há indícios de que, antes de uma possível trajetória do Brasil para Portugal, o fado já seria cantado por mulheres fadistas em São Paulo, por volta de 1740 (Giron, 2004). A tese sobre a origem do fado mais consistente parece mesmo ser a afro-brasileira, argumentando que os bailes do fado⁶ brasileiros já existentes no século XVIII teriam chegado a Portugal no século seguinte, apenas na sua expressão musical. Assim, a dança chamada fado foi trazida para Portugal já no século XVIII pelo tráfego marítimo, que o teria introduzido nos bairros típicos da cidade de Lisboa (Andrade, 2013), enquanto o fado expressão musical teria chegado a Portugal só depois do regresso do Brasil da corte real de D. João VI, em 1821, sendo que em 1819 já o fado seria tocado, cantado e dançado no Brasil, ainda que desconhecido em Portugal (Graça, 1978).

Dadas estas suspeitas, parece ser viável a hipótese de que o fado contemporâneo é, ele próprio, um produto da miscigenação dos povos lusófonos, posteriormente transformado em produto de um fluxo migratório, tal como as comunidades que tanto hoje o divulgam internacionalmente, pelas rotas da diáspora. Já as referências ao fado como género português de canção popular, de acordo com algumas indicações provenientes do estado de arte dos estudos musicais, datam da década de 1850 (Kennedy, 1980). O lexema *fado* surge, portanto, no século XIX, tanto para descrever as danças no contexto colonial, no Brasil, como para designar o género musical que se disseminou, sobretudo em Lisboa, nas décadas seguintes (Nery, 2004).

Embora se possa dar quase como certo que em Portugal já se conhecesse a dança do fado desde final de Setecentos – considerada a dinâmica normal das relações culturais entre as baixas camadas da metrópole e da colónia –, ia ser o regresso do rei D. João VI e sua corte para Lisboa, em 1821, o responsável pelo impulso maior na sua difusão. (Tinhorão, 1994, p. 27)

Como mencionado anteriormente, também na sua composição o fado teria surgido a partir de um entrecruzar de elementos musicais provenientes do Brasil e de Portugal. Na dança do fado, entre os momentos dançados existiriam *intermezzos* em forma de improvisado a partir dos quais teria nascido a canção do fado, já em forma de canção a solo. Chegando a Portugal, estes *intermezzos* encontraram algumas formas de cantares tradicionais em Portugal, tais como “o canto à desgarrada de espírito crítico e o canto ao desafio de espírito humorístico” (Lopes, 1944, p. 46), tendo esta composição evoluído posteriormente para formas mais elaboradas de quadras e décimas. Talvez por se tratar de um género musical de uma complexidade plural de interseções culturais, o fado começou a popularizar-se em Portugal, sobretudo em Lisboa, em tascas e bordéis, isto é, nos lugares de encontro das camadas populares⁷. Esta ebulição artística foi, na época,

⁶ Os bailes do fado parecem ter surgido de uma mistura entre as danças de Fofa e do Lundum ou Lundu, de origem afro-brasileira, e da dança do fandango, um estilo provavelmente espanhol que foi adotado em Portugal.

⁷ O facto de o fado ter encontrado nas camadas populares o seu lugar de crescimento transformou-o num género musical de expressão do descontentamento social expresso no tom humorístico, crítico e, mais tarde, amoroso, das primeiras canções do fado.

uma criação espontânea das camadas mais baixas de Lisboa, resultando numa síntese de todas as influências musicais que, sobretudo os lisboetas, pela importância da cidade e pela sua geolocalização portuária de ponto de chegada, experienciaram ao longo dos séculos (Tinhorão, 1944).

Neste domínio da História da Música, há alguns estudos que nos dão conta de “um momento notável das relações culturais entre Portugal e Brasil” (Sandmann, 2003, p. 198), um acontecimento cultural marcante, ocorrido tanto em Portugal como no Brasil em 1880: a celebração conjunta dos trezentos anos da morte de Luís de Camões. Apesar de se tratar de uma efeméride ligada a um vulto da literatura, há registos de uma opereta produzida a partir dos seus sonetos, cujo tom, tanto num país como no outro, foi de exaltação do poeta como ícone de orgulho nacional (Cymbron, 2014). Ainda assim, é esparsa a investigação académica neste campo e, por isso, tentamos aqui uma abordagem exploratória ao tema das coproduções musicais entre Portugal e o Brasil, começando pela definição de uma categorização teórica para segmentação do objeto de estudo. Propomos, então, neste artigo, duas categorias do que poderemos considerar como coproduções luso-brasileiras da indústria cultural da música: colaborações entre artistas portugueses e brasileiros; e grupos musicais formados por artistas portugueses e brasileiros, um fenómeno recente que poderá vir a representar uma tendência relevante para análise futura.

COPRODUÇÕES LUSO-BRASILEIRAS NA INDÚSTRIA MUSICAL CONTEMPORÂNEA

Começamos pelas colaborações entre artistas portugueses e brasileiros, considerando que este parece ser o fenómeno mais frequente de coprodução musical entre os dois países. Várias poderão ser as motivações que desencadeiam a reunião criativa de artistas musicais oriundos dos dois países. Por exemplo, no início da presente década realizaram-se as iniciativas do Ano de Portugal no Brasil e do Ano do Brasil em Portugal, “iniciativa concebida como uma oportunidade para atualizar as imagens recíprocas, promover as culturas e as economias de ambos os países e estreitar os vínculos entre as sociedades civis” (Horta, 2012). Mais precisamente entre setembro de 2012 e junho de 2013, houve naturalmente um incremento das coproduções na área da cultura entre os dois países. O espetáculo de teatro-dança *O Mundo é de Quem Não Sente* é um exemplo desse incremento, reunindo na sua banda-sonora fados e sambas que desenham acusticamente histórias de amor dentro do universo Portugal/Brasil. Esta coprodução luso-brasileira inaugurou uma banda sonora originalmente criada para este espetáculo pelos músicos Marcelo Vig, Junior Tostoi (ambos brasileiros) e Luís Varatojo (músico português, líder do grupo *A Naífa*).

Nos últimos anos, várias têm sido as ocasiões de reunião entre artistas brasileiros e portugueses, não só para gravação de canções produzidas em estúdio para a inclusão em discos novos (como Sérgio Godinho, no seu disco *O Irmão do Meio*⁸), como também

⁸ Um disco de canções de autoria de Sérgio Godinho editadas em anteriores álbuns seus, que neste trabalho são interpretadas em dupla. Sérgio Godinho selecionou dezassete artistas para gravar consigo estas canções, sendo quatro deles

como acontecimentos esporádicos em atuações ao vivo. Um exemplo relevante deste último caso são as cooperações que ocorreram de forma pontual no palco *Sunset* do festival de música e entretenimento *Rock in Rio Lisboa*. Trata-se de um palco apenas dedicado a espetáculos ao vivo em dupla, quer de grupos musicais quer de artistas a solo. Pelo facto de se tratar de um festival de música brasileiro a ter lugar em solo português, têm sido várias as colaborações musicais luso-brasileiras desde que o certame penetrou no mercado português, em 2004.

A ascendência de popularidade que o fado tem atingido mundialmente nos últimos anos também tem provocado um aumento do número de colaborações entre fadistas portugueses e artistas brasileiros, sobretudo do género musical MPB (música popular brasileira), conhecida mais vulgarmente em Portugal por uma das suas ramificações históricas, a bossa nova. É o caso dos fadistas Carminho e António Zambujo que, no verão de 2015, participaram conjuntamente num dos espetáculos de celebração dos 450 anos de fundação da cidade do Rio de Janeiro, no qual interpretaram temas de Chico Buarque. Naturalmente, as efemérides e ocasiões de celebração cultural e histórica entre os dois países também têm contribuído para a mencionada intensificação de colaborações entre artistas brasileiros e portugueses, sobretudo ao nível da interpretação de canções de um ou de outro, mas também na composição conjunta de novas canções.

Por fim, na categoria de grupos musicais formados por artistas portugueses e brasileiros, destacamos um grupo musical constituído por dois artistas brasileiros e um português, que poderão vir a ser considerados como o elemento mais representativo e com maior visibilidade desta categoria: a Banda do Mar. Este grupo musical, formado pelo português Fred Ferreira (mais conhecido por ser um dos elementos do conjunto *Orelha Negra*) e pelo casal de cantores brasileiros Marcelo Camelo e Mallu Magalhães, ambos com residência permanente em Lisboa, poderá abrir novos espaços que estimulem mais parcerias musicais luso-brasileiras. Há ainda o caso particular do grupo mineiro *Graveola* e o *Lixo Polifónico*, com estadia rotativa em Portugal e no Brasil. Na letra da sua canção *Babulina's Trip*, o grupo demonstra a intervenção que a presença na capital portuguesa tem na sua criação artística: “A língua do tambor engordurado toca portunhol / Lisboa meso-luso-brasileira já dançou baião / Na volta do mundo conecta uma mesma oração”.

Sendo um país de intensa produção musical, quantitativamente falando, o Brasil exporta muita da sua música para Portugal, onde encontra uma forte adesão por parte do público. Consequentemente, a rádio também tem demonstrado uma considerável capacidade de absorção da indústria musical brasileira: segundo dados exploratórios, cerca de 8 a 10% da música emitida pela Antena 1 (RTP) é de origem brasileira. Porém, no sentido inverso do cruzamento do oceano, ainda há uma certa resistência do Brasil em acolher a música portuguesa:

Por um lado, a indústria musical brasileira é muito protetora do produto nacional e o público brasileiro estranha as canções com sotaque português

brasileiros (Caetano Veloso, Zeca Baleiro, Gabriel o Pensador e Milton Nascimento), um cabo-verdiano (Tito Paris) e os restantes portugueses.

(porque nunca foi habituado a escutá-las). Por outro lado, acredito que haja alguma falta de ambição das bandas e agentes musicais portugueses a tentarem uma travessia do Atlântico, ancoradas nesse estigma do sotaque estranho (e na dimensão continental do Brasil) ou pelo facto de sentirem que já têm um público garantido em Portugal e começar do zero no Brasil não lhes garantirá sucesso ou reconhecimento. (Salgado, 2015, p.34)

Para terminar, em Portugal a rádio pública parece ser o veículo mais diversificado de expressão da cultura lusófona e onde encontramos efetivamente um olhar estratégico sobre produtos culturais plurais em língua portuguesa. Mais genericamente, na rádio a programação sobre cultura brasileira é integrante, isto é, conteúdos que versem produtos culturais provenientes do Brasil estão maioritariamente inseridos na programação geral da estação, sem se encontrarem destacados em – ou reduzidos a – apenas um programa de carácter específico e distintivo. Ainda assim, a programação sobre cultura brasileira surge, a espaços, incluída no “bolo” da Lusofonia, como por exemplo em programas de rádio sobre cultura lusófona, como o programa *Vozes da Lusofonia*, da Antena 1. No entanto, o fenómeno mais frequente de presença da música brasileira na programação da rádio pública portuguesa é a sua inclusão natural na playlist diária da Antena 1, sendo alternada com produtos musicais de origem portuguesa e anglófona, sobretudo.

CONCLUSÕES

O presente trabalho permitiu-nos olhar as coproduções luso-brasileiras nos campos cinematográfico e musical, deixando claro, no imediato, que muito há a fazer para que as relações de interculturalidade existentes se possam expandir e tornar mais eficazes. Não só porque há espaço para um maior número de colaborações, naturalmente centradas em torno da língua comum, como há ainda uma preocupação das instituições que prestam serviço público de âmbito cultural para que essas relações se possam aprofundar.

Ao analisar as coproduções cinematográficas luso-brasileiras, notamos que a maior dificuldade é fazer com que os filmes cheguem ao mercado internacional e até mesmo aos mercados dos países parceiros, supostamente garantidos por esse modelo de produção. O que também ocorre frequentemente em relação aos investimentos em filmes nacionais. Temos, por um lado, a ocupação das janelas de exibição pela cinematografia hegemónica e, por outro, a globalização económica e cultural homogeneizando os gostos e nivelando as identidades. A hegemonia é dinâmica e suscetível a mudanças. Talvez funcione a ocupação das brechas existentes no interior do sistema e, caso elas não existam, criá-las. Um caminho interessante pode ser o modelo operacionalizado desde 2015, no Brasil, pelo *Programa Brasil de Todas as Telas*, para incentivar produtores audiovisuais independentes a produzirem para o campo público de televisão. Outro caminho pode ser as coproduções internacionais entre as cinematografias contra-hegemónicas. E, neste caso, não basta coproduzir; é necessário co-distribuir, co-divulgar e co-exibir entre os países parceiros. Neste esforço, valorizar e viabilizar mercados alternativos de

exibição dos filmes nos países parceiros pode ser produtivo. Na maioria dos países ibero-americanos, estes espaços e redes alternativas de partilha de filmes já existem e outras podem ser criadas.

Ao analisar as indústrias culturais brasileiras, notamos que o Brasil se caracteriza por uma vibrante e intensa produção musical, e por isso a sua capacidade de distribuição internacional é muito superior à dos restantes países lusófonos. O Brasil exporta muita da sua música para Portugal, onde nos últimos anos tem encontrado uma forte adesão por parte do público jovem e adulto. A rádio pública portuguesa, em especial a Antena 1, também tem demonstrado uma considerável capacidade de absorção dos produtos musicais brasileiros. Estes fatores podem estar na origem de uma ainda discreta, mas crescente, atividade de cocriação musical entre artistas do Brasil e de Portugal.

Por seu lado, em Portugal, a rádio pública parece ser o veículo mais diversificado de expressão da cultura lusófona, onde produtos culturais de manifesta diversidade no âmbito do espaço dos países de língua portuguesa são considerados estratégicos, de tal forma que ocorre uma inclusão natural da música de produção brasileira na playlist diária da Antena 1, a estação de serviço público, sendo alternada com produtos musicais de origem portuguesa e anglófona, sobretudo.

Concluindo, no decurso desta reflexão notámos que esta área de estudo apresenta um espaço de investigação em aberto, carecendo de mapeamento e reflexão crítica. Existe uma ausência de estudos quantitativos e conclusivos sobre a relevância dos produtos culturais brasileiros na estratégia de pluralidade e diversidade do serviço público de comunicação junto da sociedade civil, abrindo-se aqui um possível caminho de investigação relevante e inovador, mas também um promissor campo de ação. //

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andrade, M. (2013). *Música, doce música*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- Cymbron, L. (2014, 11 de março). Camões in Brazil: Operetta and Portuguese culture in Rio de Janeiro, circa 1880. *The Opera Quarterly. Oxford Journals*, 30(4), 330-361. Retirado de <http://oq.oxfordjournals.org/content/early/2015/03/11/oq.kbu031.extract>.
- EBU (2012). *The Gateway to Europe's Public Service Media*. Bruxelas: European Broadcasting Union.
- Giron, L.A. (2004). "O rap salva a palavra". Entrevista com José Ramos Tinhorão. *Época* 322 (19.07.2004).
- Graça, F. (1978). *Reflexões sobre a música*. Lisboa: Edição Cosmos.
- Lopes, F. (1944). *Fado na Grande Enciclopédia Portuguesa e Brasileira – vol. X*. Lisboa: Texto Editora.
- Mendel, T. (2011). *Serviço Público de Radiodifusão: um estudo de direito comparado*. Brasília: Unesco.
- Mozzicafreddo, J. P. (1994). O Estado-Providência e cidadania em Portugal. *Sociologia - Problemas e Práticas*, 16, 11 – 40.
- Nery, R. (2004). *Para uma história do fado*. Lisboa: Público.
- Ramos, J. L. (2011). *Dicionário do cinema Português (1895-1961)*. Alfragide: Editorial Caminho.

- Salgado, P. (2015) Projeto Visto: ligando o Brasil a Portugal sem qualquer fronteira. [Entrevista concedida a Priscila Roque]. *Cultuga*. Retirado de <http://www.cultuga.com.br/2015/02/projeto-visto-ligando-brasil-a-portugal-sem-qualquer-fronteira>.
- Sandmann, M. (2003). As comemorações do tricentenário de Camões no Brasil. *Revista Letras*, 59, 197-205. Retirado de http://www.letras.ufpr.br/documentos/pdf_revistas/shadman59.pdf
- Sousa, F. (2009). Incentivos à produção e co-produção audiovisual em Portugal. In S. Solot (Ed.), *Incentivos Fiscais para a Produção e a Co-produção Audiovisual na Ibero-América, Canadá e Estados Unidos* (pp. 197-215). Rio de Janeiro: Latin American Training Center.
- Sturm, A. (2011) Entrevista com André Sturm. [Entrevista concedida a Flávia Rocha]. In F. P. Rocha, *Coprodução Cinematográfica Internacional e a Política Audiovisual Brasileira (1995-2010)*. Dissertação de Mestrado, Universidade de Brasília, Brasília, Brasil. Retirado de http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/11582/1/2012_FlaviaPereiradaRocha.pdf
- Tapscott, D. (2010) *A hora da geração digital: como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos*. Rio de Janeiro: Agir Negócios.
- Tinhorão, J. (1994). *Fado - dança do Brasil, cantar de Lisboa - o fim de um mito*. Lisboa: Caminho.
- Toffler, A. *A terceira onda*. São Paulo: Record.
- Valente, E. (2011) Entrevista com Eduardo Valente. [Entrevista concedida a Flávia Rocha]. In F. P. Rocha, *Coprodução Cinematográfica Internacional e a Política Audiovisual Brasileira (1995-2010)*. Dissertação de Mestrado, Universidade de Brasília, Brasília, Brasil. Retirado de http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/11582/1/2012_FlaviaPereiradaRocha.pdf.

OUTRAS REFERÊNCIAS

- Ancine, Agência Nacional do Cinema (2015). Listagem das Coproduções Internacionais Realizadas entre 2005 e 2014. Compilado pela Superintendência de Acompanhamento de Mercado. Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (OCA). Retirado de <http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/DadosMercado/2412-02042014.pdf>.
- Cinemateca Brasileira (2016). Filmografia nacional. Retirado de <http://bases.cinemateca.gov.br/cgi-bin/wxis.exe/iah/?IisScript=iah/iah.xis&base=FILMOGRAFIA&lang=p>.
- Costa, M. (2012). Mensagem do Comissário Geral. Ano de Portugal no Brasil. Retirado de <http://anodeportugalnobrasil.pt/o-ano/mensagem-do-comissario-geral>
- Decreto nº. 91.332. Promulga o Acordo de Coprodução Cinematográfica entre a República Federativa do Brasil e a República Portuguesa. 1985. Retirado de <https://ancine.gov.br/legislacao/acordos-internacionais/acordos-bilaterais/portugal>
- ICAM/RTP (2005). Protocolo Instituto do Cinema, Audiovisual e Multimídia. Rádio Televisão Portuguesa - Serviço Público de Televisão S.A. Retirado de http://www.ica-ip.pt/fotos/downloads/protocolo_icam-rtp_2005_701921145556597659118d.pdf
- Instituto do Cinema e do Audiovisual (2007). Estreia Comercial de Filmes Nacionais – 2007. Retirado de <http://www.icaip.pt/Admin/Files/Documents/contentdoc1787.pdf>
- Instituto do Cinema e do Audiovisual (2014). Filmes Nacionais Mais Vistos – 2004/2014. Retirado de <http://www.ica-ip.pt/Admin/Files/Documents/contentdoc1959.pdf>

Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual. (s/d.) In Agência Nacional de Cinema. Retirado de <http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/DadosMercado/2412-12032013.pdf>.

Pereira, S. (2010). Sistema público de comunicação no Brasil: as conquistas e os desafios. Observatório do direito à comunicação. Retirado de www.direitoacomunicacao.org.br

Santos, E. (2015). Lei da Rádio. HPJ – Direito Administrativo. Home Page Jurídica. Retirado de <http://www.homepagejuridica.net/attachments/article/885/Lei%20da%20R%C3%A1dio%20outubro%202015.pdf>

FILMOGRAFIA

Aguilar, Sandro (Produtor), Gomes, Miguel (Diretor). (2013). *Tabu*. Brasil, Alemanha e Portugal.

Amado, Cecília e Bernardo Stroppiana (Produtor), Amado, Cecília (Diretor). (2011). *Capitães de Areia*. Brasil e Portugal.

Babenco, Hector (Produtor), Babenco, Hector (Diretor). (2007). *O passado*. Brasil e Portugal.

Bento, Pedro (Produtor), Telles, Luís Galvão (Diretor). (2008). *DOT.com*. Brasil e Portugal.

Camurati, Carla (Produtor), Jardim, João (Diretor). (2014). *Getúlio*. Brasil e Portugal.

Costa, Jorge Paixão (Produtor), Costa, Jorge Paixão (Diretor). (2008). *O mistério da estrada de Sintra*. Brasil e Portugal.

Filme, Botelho e Invicta Film (Produtor), Alegria, Henrique (Diretor). (1922). *Raid Aéreo Lisboa*. Brasil e Portugal.

Navarro, Tino (Produtor), Vasconcelos, António Pedro (Diretor). (2007). *Call Girl*. Brasil e Portugal.

Neves, Carlos (Produtor), Barros, J. Leitão (Diretor). (1936). *Bocage*. Portugal e Espanha.

Serrador, David (Produtor), Barros, José Leitão (Diretor). (1949). *Vendaval maravilhoso*. Brasil e Portugal.

Silveira, Sara (Produtor), Reichenbach, Carlos (Diretor). (2007). *Falsa Loura*. Brasil e Portugal.

NOTAS BIOGRÁFICAS

Teresa Costa Alves é doutoranda em Ciências da Comunicação na Universidade do Minho/Portugal. Investigadora do Centro de Estudos em Comunicação e Sociedade e investigadora visitante da Unip/Brasil e da UC Berkeley/EUA. Radialista com 10 anos de experiência e tradutora especialista em texto técnico e publicitário.

Email: teresa.alves@rr.pt

Rádio Renascença

Quinta do Bom Pastor

Estrada da Buraca 8-12

1549-025 Lisboa, Portugal

Flávia Rocha é doutoranda em Comunicação na Universidade de Brasília. Cursou doutorado sanduíche no Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS), no Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho, em Braga, Portugal. Mestre em Comunicação e Sociedade pela Universidade de Brasília na linha de pesquisa de Políticas de Comunicação e de Cultura.

Email: flaviaprocha@yahoo.com.br

Faculdade de Comunicação

Universidade de Brasília

Campus Universitário Darcy Ribeiro

Asa Norte

Brasília - DF, 70910-900, Brasil

Pedro Portela é Professor Auxiliar do Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho, Pedro Portela é membro do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. Doutorou-se em 2015 com uma tese sobre interatividade e novas formas de consumo de rádio. É engenheiro de sistemas e informática e mestre em Ciências da Comunicação. Leciona disciplinas relacionadas com produção multimédia, edição de som e vídeo. É locutor e produtor de rádio desde 1986.

Email: pedro.portela@ics.uminho.pt

Departamento de Ciências da Comunicação

Instituto de Ciências Sociais

Universidade do Minho

Campus de Gualtar

4710-057, Braga, Portugal

Dácia Ibiapina é professora da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (FAC/UnB) e investigadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília (PPGCOM/UnB) na linha de pesquisa de Políticas de Comunicação e de Cultura. Roteirista, produtora e diretora de filmes.

Email: dacia.ibiapina@gmail.com

Faculdade de Comunicação

Universidade de Brasília

Campus Universitário Darcy Ribeiro

Asa Norte,

Brasília - DF, 70910-900, Brasil

* **Submetido: 5-03-2016**

* **Aceite: 11-04-2016**