



SEMINARIO PERMANENTE DE ESTUDIOS URBANOS

GRUPO DE INVESTIGACIÓN
“ESPACIO Y PODER”

<http://www.peterroot.com/index.php?/projects/ephemicropolis>

COLOQUIO DE INVESTIGACIÓN

FECHA: MARTES 3 DE MARZO

HORA: 12.00 HS.

LUGAR: SEMINARIO DEPARTAMENTO CIENCIA POLÍTICA Y DE LA ADMINISTRACIÓN II
(tercera planta). Facultad Ciencias Políticas y Sociología. UCM.

Cinema, cultura e consumo: a espetacularização do espetáculo no Brasil pós-Embrafilme Glauber Piva.

Este estudo busca compreender as políticas públicas para cinema no Brasil após o fim da Embrafilme e do Concine, em 1990, levando em consideração o redesenho do espaço urbano no país neste período, com intensa relação entre o parque exibidor cinematográfico, a expansão da indústria dos *shopping centers* e o comportamento do mercado global.

A partir dos escritos, principalmente, de Theodor Adorno e Walter Benjamin, sobre a Indústria Cultural, de Hanna Arendt, sobre consumo e o filistinismo burguês, de Marilena Chauí, sobre políticas públicas de cultura e a noção de cidadania cultural, de David Harvey sobre o espaço urbano, de Guy Debord, que tratou da sociedade do espetáculo, e de Carlos Nelson Coutinho, sobre questões relativas a representação e hegemonia, buscamos analisar o comportamento do Estado brasileiro quando das decisões relativas ao cinema e, também, em sua interação com a cidade contemporânea. A distribuição das salas de cinema pelo país, do ponto de vista geográfico e econômico, e o modelo de fomento indireto baseado no incentivo fiscal tornaram-se condicionantes centrais da produção de filmes que se instituiu no período.

A submissão das políticas de apoio ao cinema à lógica corporativa de expansão dos *shopping centers* e de governança urbana articulada com o desenvolvimento capitalista global, evidencia que elas estão mais sintonizadas com a lógica do entretenimento do que com a de cultura, produzindo, assim, a consequente submissão de nossa cinematografia às condições objetivas de acesso aos filmes. Considerando que as últimas três décadas consagraram os *shoppings* como território adequado para o fluxo de uma ética e uma estética próprias às elites brasileiras, a simbiose entre salas de cinema e *shopping centers* foi também a tradução do constrangimento do financiamento público à lógica do mercado. Não por outro motivo, as políticas para o cinema brasileiro se prestaram mais a estimular o lazer do que em fortalecer expressões de diversidade e pluralidade cultural, liberdade, criatividade e experimentalismo de linguagem.

Palavras-chaves: Cinema. Cultura. Cidade. Consumo. Espetáculo. Shopping Center. Urbanismo. Direitos culturais. Direito à cidade. Políticas públicas.

Cine, cultura y consumo: la espectacularización del espectáculo en Brasil tras Embrafilme.

Glauber Piva.

El estudio busca entender la política pública para el cine en Brasil después del final de Embrafilme y Concine en 1990, teniendo en cuenta el nuevo diseño del espacio urbano en el país en este período, con una intensa relación entre el sector de exhibición cinematográfica, la expansión de la industria de *shopping centers* y el comportamiento general del mercado global.

A partir de los escritos, principalmente, de Theodor Adorno y Walter Benjamin, principalmente sobre Industria Cultural, Hanna Arendt, a respeito del consumo y el filisteísmo burgués, Marilena Chauí sobre las políticas públicas de cultura y de la noción de ciudadanía cultural, David Harvey sobre espacio urbano, Guy Debord, que trató de la sociedad del espectáculo, y Carlos Nelson Coutinho, en cuestiones relativas a la representación y la hegemonía, analizamos el comportamiento del Estado brasileño en relación a toma de decisiones relativas al cine y también en su interacción con la ciudad contemporánea. La distribución de salas de cine en el país, geográfica y económicamente, y el modelo de financiación indirecta basada en incentivos fiscales se han tornado condicionantes centrales de la producción cinematografía en el período.

La sumisión de las políticas de apoyo al cine a la lógica corporativa de expansión de grandes centros comerciales y de gobernanza urbana articulada con el desarrollo capitalista global, demuestra que están más sintonizadas con la lógica del entretenimiento que con la de culturas, produciendo, así, la sumisión de nuestra cinematografía a las condiciones objetivas de acceso a las películas. Considerando que las últimas tres décadas pusieron los centros comerciales como territorio adecuado para el flujo de una ética y estética propias de las elites brasileñas, la simbiosis entre las salas de cine y los *shoppings* también fue la traducción del constreñimiento de la financiación pública a la lógica del mercado. Por este motivo, las políticas para el cine brasileño se han dado más para estimular el consumo que para fortalecer la diversidad de las expresiones y la diversidad cultural, la libertad, la creatividad y el experimentalismo.

Palabras clave : Cine. Cultura . Ciudad. Consumo. Entretenimiento. *Shopping Center*. Urbanismo. Derechos culturales. Derecho a la Ciudad. Políticas públicas.