

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA

MONOGRAFIA DE FINAL DE CURSO

**Os impactos da indústria do entretenimento na economia
norte-americana**

Lívia Amaral Schneider

Matrícula 0512636-4

Prof. Luiz Roberto Cunha

Professor Orientador

Junho/2009

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA

MONOGRAFIA DE FINAL DE CURSO

**Os impactos da indústria do entretenimento na economia
norte-americana**

"Declaro que o presente trabalho é de minha autoria e que não recorri para realizá-lo, a nenhuma forma de ajuda externa, exceto quando autorizado pelo professor tutor".

Livia Amaral Schneider

Matrícula 0512636-4

Prof. Luiz Roberto Cunha

Professor Orientador

Junho/2009

"As opiniões expressas neste trabalho são de responsabilidade única e exclusiva do autor"

Agradecimentos

Aos meus pais, Ana Ligia e Pedro pelo apoio em todos os momentos que precisei na minha vida, ao meu irmão pelo companheirismo e amizade, e ao professor Luiz Roberto Cunha pela ajuda na realização do presente trabalho.

Índice

1. Introdução	6
2. A composição da indústria do entretenimento	9
3. Contexto Histórico	11
4. Aspectos econômicos a nível nacional	17
5. Aspectos econômicos a nível regional	23
6. Os impactos da globalização	27
7. A crise atual e suas conseqüências para a indústria	31
8. Conclusão	37
9. Bibliografia	39

Índice de gráficos

1. A Indústria do Entretenimento	9
2. Receita das bilheterias dos EUA	18
3. Número de filmes lançados nos EUA	19
4. Receita da indústria de videogames nos EUA	31
5. Receita de vendas da indústria de videogames (por empresa)	33

1. Introdução

A indústria do entretenimento tem um importante papel na economia, em particular na norte-americana, onde seus impactos podem ser observados de inúmeras formas. A mais evidente é a dos aspectos econômicos a nível nacional, uma vez que a indústria em questão representa a segunda maior fonte de renda dos Estados Unidos, e é responsável por boa parte da economia cultural mundial.

Essa importância não é recente. É possível perceber, ao longo da história, diversos momentos em que a influência desse setor na política econômica foi imprescindível para o desenvolvimento do país. Um exemplo seria o surgimento de personagens latino-americanos, mais especificamente personagens como Zé Carioca, Gauchinho Voador e o galo Panchito, criados a fim de ampliar a influência norte-americana sobre o Brasil, Argentina e México, respectivamente, na época da “política da boa vizinhança”. Ou até mesmo a influência que o rato Mickey Mouse teve sobre os cidadãos norte-americanos em um período de grandes dificuldades econômicas, que foi o período da Grande Depressão, levando-os a ter confiança e otimismo para atravessar a crise.

Outra análise a ser feita é dos aspectos econômicos a nível regional, ou seja, os impactos que a indústria do entretenimento provoca ao se instalar em determinada região, como por exemplo, a indústria de filmes em Hollywood e Nova Iorque, os cassinos de Las Vegas e os parques temáticos situados em Orlando e em seus arredores. Esses conglomerados se mostram muito produtivos em criar atrativos e oportunidades para a região, uma vez que, além de contribuírem com uma geração de empregos que é, em média, oito vezes maior que a de outras indústrias, estimulam a economia local com infra-estrutura turística e atividades comerciais diversas.

Porém os impactos dessa indústria não são sentidos exclusivamente no próprio país. Com a globalização, a cultura norte-americana foi, e está sendo, incrivelmente difundida pelo mundo inteiro, gerando diversas consequências para os outros países que, muitas vezes incomodados com esse avanço, acabam por adotar medidas protecionistas para evitar a dura entrada do “estilo de vida americano”, ou os chamados “enlatados” em seu país, o que é o caso da França, por exemplo. Assim, essas medidas protegem não só a indústria nacional, mas também a própria cultura do país.

Porém essa indústria está diante de um crescimento limitado, uma vez que é um setor já extremamente explorado. O surgimento de núcleos concorrentes na Europa

unificada e na Ásia, como por exemplo, o cinema indiano chamado *Bollywood*, localizado em Bombaim, ameaça a soberania setorial norte-americana. Serão então analisados os impactos na economia dos Estados Unidos, e as conseqüências que essa mudança de foco da indústria poderá trazer.

Uma última análise será feita levando em consideração a crise em que a economia se encontra no momento. Apesar de cortes no orçamento e de empregos, os números mostram que as indústrias desse ramo continuam a crescer. Por quê? O foco dessa explicação gira em torno dos hábitos adquiridos e do acultramento da sociedade que acabam por não permitir uma queda expressiva na receita das empresas do setor, ainda que os consumidores se voltem para formas menos dispendiosas de diversão.

Atualmente, a economia mundial passa por uma situação delicada, com o aprofundamento da crise financeira deflagrada nos Estados Unidos. Existem, entretanto, setores que não só sobrevivem a períodos como esse, mas também contribuem para reerguer a economia em tempos difíceis. Podemos dizer que esse é o caso da indústria do entretenimento. Acompanhando sua trajetória ao longo dos anos, é perceptível o crescimento continuamente acelerado e a importância que essa indústria tem na economia cultural mundial, mantendo-a aquecida, uma vez que a demanda por diversão é uma necessidade do ser humano e, por estar sempre presente, justifica a oferta de produtos do gênero, resultando tanto em reflexos diretos e indiretos na economia.

O trabalho buscará, portanto, explicações para esse fenômeno em um país com incrível poder econômico como os Estados Unidos e como a influência dessa indústria esteve sempre presente, não somente para justificar intervenções em outros países mas, principalmente, para gerar riqueza.

Dado que o tema abrange não só a atualidade, mas também dados históricos do país em questão, procurarei utilizar referências bem variadas quanto à sua origem e data. Portanto, a pesquisa, quanto às fontes de dados, não se restringe a estudos econômicos sobre o tema, mas também terá uma boa parte das referências constituída por notícias, principalmente no que se refere à sobrevivência da indústria do entretenimento durante o período de crise vivido atualmente.

No que se refere aos estudos econômicos sobre o tema, uma selecionada literatura aplicada a casos específicos será utilizada, tal como análises de diversos setores da indústria do entretenimento como cassinos, filmes, loterias, parques temáticos e seus impactos na região em que se instalam.

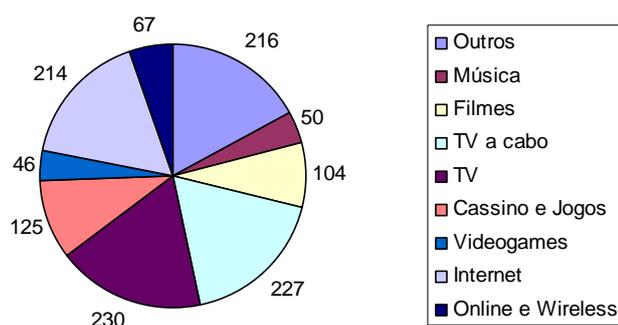
O trabalho final pretende analisar o importante papel do setor em questão, que, segundo a pesquisa *Global Entertainment and Media Outlook*, realizada pela Pricewaterhouse Coopers, cresceu a uma taxa mais elevada do que a economia global como um todo. Assim, será possível identificar claramente a relação entre entretenimento e desenvolvimento, atentando para o fato de que essa é uma área que atrai cada vez mais investimentos e cria cada vez mais empregos, gera renda e traz divisas para o país e que, mesmo com essas evidências, ainda não possui um lugar de destaque na agenda da maioria dos economistas. O foco será direcionado aos Estados Unidos, já que essa indústria é bastante influente na economia norte-americana, representando o segundo mais lucrativo artigo de exportação do país e sendo responsável por 42% da economia cultural mundial.

Serão, portanto analisados os diversos impactos dessa indústria na economia norte-americana ao longo dos anos como pilar estratégico para o seu desenvolvimento e o porquê da sua sobrevivência em períodos de dificuldade, incluindo a atual crise financeira, responsável por gerar taxas de crescimento menores, devido a sua limitada capacidade de expansão também nesse setor.

2. A composição da indústria do entretenimento

Entretenimento, segundo Vogel¹, é definido basicamente como o ato de se divertir, um estado psicológico de satisfação e prazer. A indústria do entretenimento, por outro lado, é definida como um conjunto de empresas e/ou organizações de tamanho significativo que tem estruturas tecnológicas similares de produção e que produzem ou provém bens ou serviços substitutos. Vogel faz uma divisão dessa indústria em dois grandes pólos: (i) “media-dependant entertainment” que inclui os setores relacionados à música, *games*, TV (aberta e por assinatura), filmes e internet; (ii) “live entertainment” incluindo basicamente os setores ligados aos parques temáticos, cassinos e jogos, espetáculos e eventos esportivos.

**A Indústria do Entretenimento
(em US\$ bilhões)**



Fonte: PricewaterhouseCoopers

A constante busca por lazer é uma necessidade do ser humano e, portanto, faz com que a indústria do entretenimento seja um nicho do mercado amplamente explorado e cada vez mais disputado, fazendo com que surjam cada vez mais atividades econômicas ligadas ao setor. A economia do entretenimento, portanto, advém da oferta de produtos e serviços que procuram atender a demanda por lazer e diversão, que se encarrega de preencher o tempo livre dos indivíduos, ou seja, o tempo que lhes sobra das obrigações diárias. Após a Revolução Industrial, com a diminuição substancial do tempo que os trabalhadores permaneciam no seu local de trabalho, Zeisel (*apud*

¹ *Entertainment Industry Economics - A Guide for Financial Analysis*

VOGEL, 1998), estima que um aumento temporário do consumo do entretenimento, até meados de 1940, foi o grande responsável pelo boom da indústria na época. Atualmente, não é possível realizar uma afirmação precisa sobre a quantidade de tempo livre da sociedade, no entanto, é possível verificar que a demanda por entretenimento aumenta sempre de acordo com a disponibilidade e o tempo livre dos indivíduos, ou seja, o consumo aumenta sempre nos finais de semana, e nos períodos de férias e festas de fim de ano (VOGEL, 1998).

A indústria do entretenimento é composta, tanto por sub-indústrias já estabelecidas e bem sucedidas, quanto por sub-indústrias ainda não totalmente consolidadas e que enfrentam grandes incertezas. A grande maioria dos produtos relacionados ao entretenimento não consegue captar uma parcela significativa do mercado, porém, os que conseguem atrair um grande número de consumidores acabam por obter lucros extremamente elevados.

A concentração industrial é predominantemente oligopolística, o que significa que a indústria é dominada por um número reduzido de empresas com maiores participações relativas no mercado em que competem, estimuladas pela tendência cada vez mais predominante de fusões e aquisições, envolvendo ainda a existência de barreiras à entrada de novos competidores. (RESENDE E BOFF, 2002). Essas barreiras acabam por limitar a livre mobilidade do capital para uma indústria no longo prazo e, dessa forma, proporcionam a existência de lucros extraordinários para as empresas permanentes nessa indústria. Proporcionam, por consequência, uma situação de desvantagem para potenciais entrantes em relação às firmas já estabelecidas no mercado (KUPFER, 2002). As mais importantes seriam as barreiras de capital e *know-how*, marcos regulatórios governamentais e níveis de preço², permitindo assim que grandes corporações sejam capazes de ditar o padrão de competição nos diferentes ramos da indústria.

² MATTA, João Paulo Rodrigues. Análise Competitiva da Indústria Cinematográfica Brasileira no Mercado Interno de Salas de Exibição, de 1994 a 2003.

3. Contexto Histórico

A indústria do entretenimento sempre teve uma forte influência na sociedade e na economia norte-americana. Podemos facilmente identificar, ao longo da história, diversos movimentos, ligados principalmente às épocas de maior dificuldade, com um forte apelo político e econômico onde se fez uso de personagens e imagens a fim de incentivar a sociedade e fazer com que ela se identificasse com o momento vivido, tendo sempre como objetivo principal a manutenção e/ou a geração da prosperidade econômica. O mundo se abriu para a indústria de animação estadunidense logo após a I Guerra Mundial, quando houve uma distribuição maciça do *cartoon*, principalmente na Europa que, sofrendo com os impactos da guerra, não conseguiu manter sua produção nacional, dando espaço para a entrada de produções estrangeiras em grande quantidade e a preços mais acessíveis como a norte-americana³.

No início da década de 1930, os Estados Unidos se encontravam no auge da Grande Depressão, quando Mickey Mouse, ilustre personagem criado em 1928 por Walt Disney, experimentou um enorme sucesso ao aparecer na animação *Steamboat Willie* em novembro de 1929, a primeira a sincronizar os sons da fala com os movimentos do personagem.⁴ A seguir, diversas produções de Disney, inclusive as de pouco sucesso criadas anteriormente a *Steamboat Willie*, juntamente com novos personagens, foram lançadas e levaram à criação da companhia Walt Disney Productions ainda em 1929. A explicação desse sucesso em tempos não favoráveis à economia, que sofria com o crescente desemprego e o colapso do sistema financeiro, se dá exatamente pelos valores que as animações de Walt Disney transmitiam, tais como otimismo, esperança e prosperidade, valores esses fundamentais para que a sociedade ajudasse a reerguer uma economia visivelmente fragilizada. O sucesso do personagem tomou uma proporção tão grande que produtos que levavam sua marca eram comercializados incessantemente, dando novos símbolos às necessidades da população, ou seja, criava uma nova simbologia no inconsciente, estimulando assim o comércio, gerando empregos e reaquecendo a economia. Um fragmento do *The New York Times Magazine*, de março de 1935, mostra a boa impressão que o ratinho causava nos americanos:

³ CRUZ, Paula Ribeiro da. *Do Desenho Animado à Computação Gráfica: A Estética da Animação à Luz das Novas Tecnologias*

⁴ *Disney Dollars (1930s), The Entertainment Economy. The Pop History Dig*

“Os aplausos são para Mickey o Grande Homem de Negócios, o super vendedor mundial. Ele encontra emprego para os desempregados. Ele tira empresas da falência. Por onde quer que ele passe, seja dentro ou fora do país, o sol da prosperidade aparece por entre as nuvens.”⁵

Dentre essas companhias que foram salvas da falência podemos citar a Timex, que até a década de 1960 se chamava Ingersoll-Waterbury, responsável por fabricar relógios com o logo do Mickey. Ou ainda a Lionel Trains, fabricante de brinquedos, que viu suas vendas despencarem nos anos seguintes a Grande Depressão, e que com a criação de um novo brinquedo, o “Mickey Mouse Handcar Train Toy”, que superou suas expectativas de demanda, conseguiu se manter no mercado e ainda alavancar futuros projetos.⁶

Na mesma década de 30, outro estúdio que conseguiu se equiparar ao de Walt Disney foi o dos irmãos Fleischer, devido a seus personagens novamente com forte conotação social e econômica, como o Popeye, que representava a luta do povo americano contra a Grande Depressão. O personagem, ainda que tivesse uma fisionomia simples, tinha auto-estima e coragem o suficiente para enfrentar as dificuldades, reunindo noções de orgulho patriótico e senso comum, representando o americano comum de classe média. Porém, o Popeye teve ainda um outro impacto muito importante na economia norte-americana quando o espinafre foi introduzido como sendo a fonte de sua super-força, que, nunca havia sido explicada até então. Enfim, em 1930, o governo dos Estados Unidos, que procurava um substituto nutritivo e barato para a carne na alimentação da população, promoveu o espinafre nos desenhos. Esse incentivo também tinha como objetivo incentivar o consumo do alimento na área militar, por ser de fácil estoque em casos de emergência, como o de guerra.

Porém os impactos se aplicam em uma escala muito mais abrangente e beneficiam muito mais do que empresas específicas. A indústria do entretenimento teve um papel fundamental na economia norte-americana não somente na década de 1930, mas também durante todos os anos que se seguiram. Outros exemplos de sua interferência podem ser vistos na economia política do país na época da Segunda Guerra Mundial, quando Walt Disney foi enviado ao Brasil para ajudar os americanos

⁵ No original: “*The fresh cheering is for Mickey the Big Business Man, the world’s super-salesman. He finds work for jobless folk. He lifts corporations out of bankruptcy. Wherever he scampers, here or overseas, the sun of prosperity breaks through the clouds.*”

⁶ *Disney Dollars (1930s), The Entertainment Economy. The Pop History Dig*

com a chamada “política da boa vizinhança” e exercer sua influência política, econômica e cultural, criando então um personagem inspirado na cultura brasileira. Assim, o Zé Carioca, um papagaio que teve sua estréia no filme “Alô, amigos” de 1942, se juntou a outros dois personagens criados com o mesmo propósito e que viriam a se tornar amigos do Pato Donald, representando a relação que era esperada entre esses países envolvidos: o Gauchinho Voador, inspirado na Argentina, e o galo mexicano Panchito.⁷ Esses países, Brasil, Argentina e México, não coincidentemente possuíam governantes que demonstravam uma certa simpatia aos regimes autoritários do Eixo. Era o capitalismo usando sua simbologia, passando a ter espaço próprio, e fazendo com que a indústria do entretenimento tivesse um papel fundamental na economia do país, não mais sendo uma coadjuvante, mas sim tendo uma identidade independente e uma participação ativa.

Essa propaganda ideológica exercida fortemente na época da Segunda Guerra Mundial também pode ser observada em diversos filmes criados pelos estúdios Disney com o personagem Pato Donald, em que se buscava promover o fundamental apoio popular ao governo dos Estados Unidos quanto à entrada do país na guerra, como em *Donald Gets Drafted*, de 1942 e *Der Fuhrer's Face*, de 1943.⁸ Outro exemplo é a criação do Super-Homem, pelo estúdio dos irmãos Fleischer, que também não escapou dos apelos do patriotismo e se tornou um símbolo de sobrevivência e força, no qual muitos se apegam em momentos difíceis, como os enfrentados pela população durante a guerra. Eram assim gerados sempre novos nichos de crescimento, mesmo em tempos de crise, para este “novo” setor já perfeitamente identificado.

Uma outra função desses personagens no esforço de guerra, também era a de estimular o povo a comprar bônus de guerra, ou seja, títulos de dívida pública que ajudavam a financiar as operações militares nas zonas de combate. Um exemplo clássico dessa prática é vista na campanha em que o Super-Homem aparece se referindo ao cidadão americano, com os seguintes dizeres: “Você também pode estapear um *japa* comprando bônus de guerra e selos”⁹. Essa imagem mostra, com clareza, a influência política que os quadrinhos exerciam sobre a população na época.

⁷ CHATENET, Aymar du. *Revista História Viva: Disney, a serviço do FBI*

⁸ CRUZ, Paula Ribeiro da. *Do Desenho Animado à Computação Gráfica: A Estética da Animação à Luz das Novas Tecnologias*

⁹ No original: “YOU can slap a *jap*. With WAR BONDS and STAMPS!”

Sendo assim, a proliferação de personagens com conotação patriótica aumentou exponencialmente nessa época, com atenção especial para o Capitão América¹⁰, que, exibia, em seu uniforme, as cores e as estrelas da bandeira norte-americana. Sua primeira aparição, não por acaso, foi em 1941, ano em que houve o ataque a Pearl Harbor e os americanos declararam oficialmente sua entrada na guerra. Ele foi o primeiro a trazer histórias engajadas na luta contra o nazismo e inspirou diversos outros personagens com suas lutas contra os ditadores do Eixo, Hitler, Mussolini e Tojo e Hiroito, primeiro-ministro e imperador japonês na época do ataque à base militar havaiana¹¹. Dessa forma os personagens de quadrinhos norte-americanos eram acusados de uma propaganda ideológica, uma vez que, ao entrarem na guerra, o governo fez uso dos meios de comunicação e das formas de entretenimento como ferramentas para unificar a população, despertar o nacionalismo e fazer com que os inimigos parecessem monstros. Desse modo eram disseminadas imagens patrióticas, incentivando políticas públicas de apoio aos militares e fazendo com que esses personagens se tornassem parte de um setor atuante não somente como suporte ou instrumento, mas como peça fundamental de alavancagem da economia.

Ainda no contexto da Segunda Guerra Mundial, outro ponto que merece atenção é o da inserção da mulher na economia de guerra. Os Estados Unidos eram o grande produtor e fornecedor de equipamentos e insumos consumidos em todo o mundo durante a guerra, o que gerou um crescimento considerável no setor industrial. Empresas como Boeing, General Motors e IBM tiveram uma expansão elevada devido a sua produção de artigos relacionados com a guerra. Assim, como a economia interna se expandia, a demanda por trabalhadores ia na mesma direção. Porém, a oferta de trabalhadores não conseguia acompanhar essa demanda, uma vez que grande parte da população economicamente ativa era composta por homens, e estes estavam lutando na guerra. Para suprir essa falta, o governo tomou medidas de incentivo ao trabalho feminino, empreendendo campanhas para incentivar as mulheres a ocuparem postos de trabalhos nas fábricas. Percebemos então o papel fundamental da indústria do entretenimento, ao criar personagens como a Mulher-Maravilha, em 1942, que assim como o Capitão América também tem um uniforme inspirado na bandeira americana. Era sua função, portanto, mostrar à mulher americana seu potencial, afirmando que ela

¹⁰ AMORIM, Felipe de. *Quadrinhos em tempo de Guerra*. Portal Segunda Guerra Mundial.

¹¹ VILELA, Túlio. *Quadrinhos e 2ª Guerra Mundial*. Portal Segunda Guerra Mundial.

tinha um papel fundamental na guerra verdadeira, e como consequência, na economia norte-americana¹².

Com o fim da Segunda Guerra Mundial e a rendição do Japão, esses personagens perderam espaço nos planos estratégicos da economia norte-americana, dando espaço a novas preocupações, como por exemplo, a reestruturação das fabricas que estavam totalmente voltadas para a indústria de guerra e como impedir uma desaceleração produtiva na economia. Ainda assim, no pós-guerra, principalmente a partir dos anos 60, houve uma acentuada expansão da indústria cultural, influenciada fortemente pela prosperidade econômica e pelo desenvolvimento do sistema de comunicações. Também tiveram um papel importante nessa expansão o aumento do tempo de lazer e a importância cada vez maior dos equipamentos culturais como a televisão, para os consumidores de bens industriais. (HESMONDHALGH, PRATT. 2005). Sobre o sistema de comunicações, a expansão das novas mídias como radio e cinema e o surgimento de novas, como a televisão, principalmente nos Estados Unidos, mostrou a importância econômica da indústria do entretenimento, fazendo com que se percebesse o potencial que seu produto tinha sobre o comportamento dos consumidores e sobre os lucros das empresas.

A Guerra Fria também teve uma forte relação econômica com a indústria do entretenimento, principalmente no que diz respeito aos meios de comunicação e aos sistemas de mídia, em especial a televisão, que funcionava, durante todo o período, como instrumento de propagandas das duas grandes potências. Ela era diretamente controlada pelo Estado, no lado soviético, e possuía uma relação de colaboração entre o capital monopolista e o Estado, no lado estadunidense¹³.

A intensificação da relação entre a indústria cultural e a formulação de políticas a partir do século XX, foi destacada por Bonet (2003), que atribuiu as seguintes causas para esse fenômeno:

I. As indústrias culturais, por serem responsáveis pela produção e circulação de textos e imagens, foram atividades propensas às inovações decorrentes das novas tecnologias e, portanto, bastante dinâmicas na atualidade;

II. No âmbito das indústrias culturais, confluíram grandes prioridades de ações governamentais na contemporaneidade: criação de emprego, crescimento econômico e o fortalecimento da identidade nacional e coesão social;

¹² *Design e Contexto - Críticas e reflexões sobre a cultura do design*. Portal Sobredesign.

¹³ ARBEX JR, José. *A Escola Goebbels*.

III. O protagonista destas políticas já não é mais o Estado, mas os agentes culturais, a sociedade civil e o próprio mercado.”¹⁴

É possível perceber, portanto, como a indústria do entretenimento sempre esteve intimamente relacionada com a economia e com a política dos Estados Unidos, sendo a protagonista de diversos momentos históricos de grande necessidade de alavancagem econômica, incentivando trabalhadores e consumidores e tendo um papel importante na geração de renda e de empregos.

¹⁴ LIMA, Carmem Lucia Castro. *Políticas Culturais para o Desenvolvimento*.

4. Aspectos econômicos a nível nacional

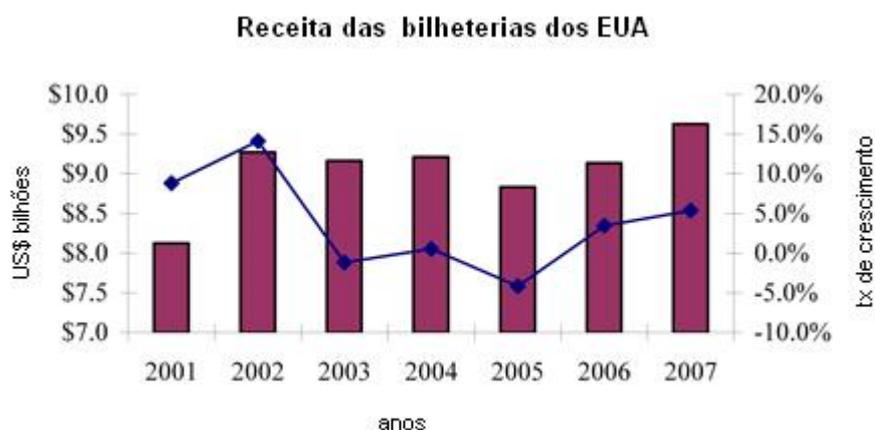
A indústria do entretenimento tem um papel extremamente importante na economia norte-americana, uma vez que ela representa a segunda maior fonte de renda do país, perdendo apenas para o setor de tecnologia aeroespacial. Em 2004, os Estados Unidos movimentaram 550 bilhões de dólares em mídia e entretenimento, representando sozinhos, 42% da economia cultural mundial. Uma pesquisa realizada pela PricewaterhouseCoopers (PwC) intitulada *Global Entertainment and Media Outlook: 2004-2008*, mostrou que, nesse período, a indústria cultural cresceu a uma taxa de 6,3% ao ano, mais do que a economia global como um todo, cuja expansão foi de 5,7% ao ano. Nesse levantamento, foram analisados quatorze segmentos do setor em questão, dentre eles a indústria editorial e os parques temáticos, mostrando que o desenvolvimento é quase que em sua totalidade consistente, com um destaque para o setor de videogames que teve a maior taxa média de expansão no período, de aproximadamente 20% ao ano.

As vendas no setor de videogames nos Estados Unidos experimentaram um crescimento de 6,1 bilhões em 2001 para 10 bilhões em 2007, com algumas variações na taxa de crescimento ao longo do período. Em 2001, as condições pouco favoráveis da economia explicam a taxa de crescimento negativa, porém, em 2002, o setor obteve um rendimento positivo, com vendas que cresceram 14,3% no ano. De 2003 a 2006, as taxas de crescimento foram mais modestas e a receita aumentou de 7 bilhões para 8 bilhões. Já em 2007, as vendas alcançaram uma taxa de crescimento de 25,4%, aumentando sua receita para 10 bilhões, devido ao lançamento de novas plataformas de jogos.¹⁵

Traduzindo a cultura norte-americana em números aproximados, podemos verificar sua supremacia. Das 100 maiores bilheterias do cinema de todos os tempos, 93 são produções exclusivamente americanas. 25% do mercado mundial de filmes é controlado pela indústria de cinema dos Estados Unidos. Um terço das vendas do mercado fonográfico mundial está concentrado no mercado americano. 6 dos 10 artistas musicais campeões de vendas em todos os tempos são dos Estados Unidos. 14 bilhões de dólares é o total arrecadado anualmente pelos 300 parques temáticos americanos, quatro vezes a receita gerada pelos turistas estrangeiros no Brasil.

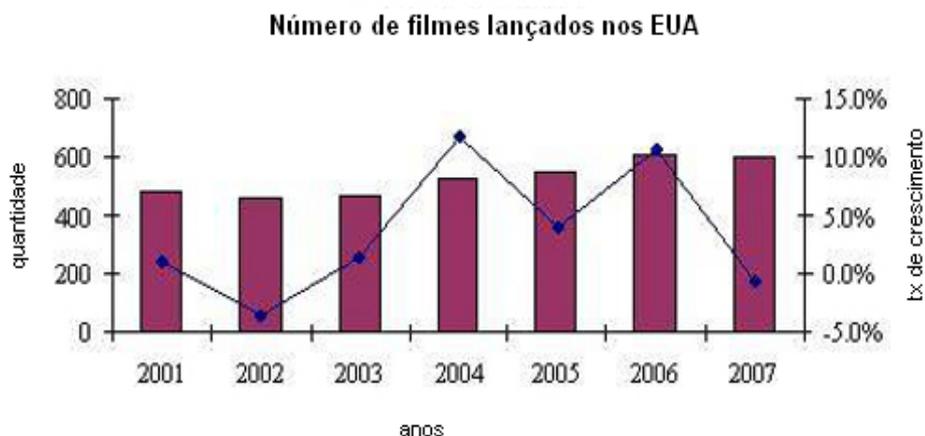
¹⁵ *Theatrical Market Statistics 2007, Motion Picture Association of America*

A indústria do cinema é a que tem participação mais expressiva no setor de entretenimento estadunidense, sendo a principal fonte de lucros e a que consegue exercer maior influência sobre os costumes das outras culturas, convencendo a humanidade de que o estilo de vida dos artistas de Hollywood é definitivamente algo a ser copiado e a ser visto como um modelo. Tal poder faz com que os grandes conglomerados do setor como Sony, Disney, Time Warner, Seagram, Viacom e News Corp, tenham em sua base um estúdio de cinema, buscando ampliar suas possibilidades de investimento e expandir seus lucros. Os gráficos a seguir correspondem às receitas originárias de bilheteria dos Estados Unidos de 2001 a 2007, e à produção de filmes nesse mesmo período, mostrando como a indústria do cinema tem uma participação expressiva nos lucros desses conglomerados.



Fonte: *Theatrical Market Statistics 2007, Motion Picture Association of America*

Ao longo do período, as receitas cresceram de 8,1 bilhões de dólares em 2001 para 9,6 bilhões de dólares em 2007, a uma taxa média de crescimento de 2,9% ao ano. Um aumento significativo da receita pode ser observado em 2001 e 2002, onde as taxas de crescimento foram de 8,8% e 14,1% respectivamente. Em 2003, houve uma pequena queda de 1,2% na receita e no ano seguinte o setor experimentou um crescimento de 0,5%. Em 2005, o declínio foi mais expressivo, de 4,2%, porém, no ano seguinte, cresceu a 3,5%, alcançando o nível de 9,1 bilhões.



Fonte: *Theatrical Market Statistics 2007, Motion Picture Association of America*

O gráfico acima mostra que a produção de filmes nos Estados Unidos aumentou de 483 para 603 no período de 2001 a 2007, representando um crescimento de 3,8%. As taxas de crescimento variaram nesse período de -3,5% em 2002 a 11,6% em 2004.

A década de 90 foi de grande importância para o desenvolvimento e a consolidação da indústria do entretenimento. Nesse período ela atingiu elevadas taxas de crescimento, empregou um número recorde de indivíduos e obteve em elevado nível de consumo relacionado a diversos setores dessa indústria. Para ilustrar tal fato, James P. Kraft¹⁶, mostra que os gastos dos norte-americanos com diversão representam o dobro dos gastos com consumo em geral. São aproximadamente 13 bilhões de dólares por ano com cinema e aluguel de filmes, 10 bilhões de dólares por ano com artigos musicais gravados, 14 bilhões de dólares por ano para visitar parques temáticos e 28 bilhões de dólares com cassinos.

Outra característica dessa indústria é a formação de conglomerados, a partir da absorção de empresas menores e com um menor nível de capital e menos capacidade organizacional e tecnológica pelas maiores e mais bem sucedidas empresas. Tal fato se tornou possível a partir de um movimento de desregulação do mercado, observado durante as décadas de 80 e 90, onde várias leis de proibição a fusões e aquisições na indústria do entretenimento foram revogadas, justificadas pela crença de que a desregulação iria criar empresas mais competitivas no mercado interno, favorecendo conseqüentemente, a competição no mercado externo. Um exemplo desse fenômeno de mercado é a Time Warner, que surgiu após uma grande fusão entre a Warner

¹⁶ KRAFT, James P. *American Entertainment in the 1990s*

Communication e a Time/Life no início da década de 90. A Time Warner tem sob seu controle diversos setores de entretenimento, tais como o complexo de parques temáticos Six Flags, dois times esportivos profissionais, os Atlanta Braves e os Atlanta Hawks, a editora Time Inc, responsável por revistas como Fortune, People e Sports Illustrated, e finalmente, a Warner Bros., estúdio que produz filmes e programas de televisão e também é responsável pela transmissão de grandes emissoras como NBC, CNN, HBO e TNT. Um dos pontos principais para o sucesso de um conglomerado desse porte é o forte investimento em pesquisa e desenvolvimento (P&D), uma vez que nesse meio, a empresa pioneira tem uma visível vantagem sobre as seguidoras. Esse é o caso da Sony Corporation, que também detém uma fatia considerável do market-share do setor, sendo subdividida em Sony Eletronics e Sony Software, e que, no final da década de 80, realizou as aquisições da CBS Records e Columbia Pictures. Outro conglomerado de sucesso é o formado pela Disney após a compra do gigante da mídia Cap Cities/ABC, expandindo os seus investimentos para o setor esportivo, televisivo e de produção de filmes, além dos parques temáticos e hotelaria.

Ainda sobre fusões e aquisições na indústria do entretenimento, é cada vez mais freqüente a expansão desses conglomerados para o setor esportivo, com o propósito de expandir o impacto na cultura do país, gerando cada vez mais lucros, através da formação de oligopólios que maximizem os benefícios de tal convergência.¹⁷ Tais aquisições representam para os compradores um aumento significativo de receitas advindas da exposição prolongada que suas marcas experimentarão ao atingirem um público maior, sendo esse então, o maior incentivo para que eles realizem essas operações de mercado. Essa é uma estratégia que beneficia todos os envolvidos da transação, de um lado, as grandes companhias de entretenimento e mídia e do outro, as do setor esportivo, que ganham com um visível aumento na produtividade do time em questão.

Dados mostram que aproximadamente um terço dos times da liga profissional de basquete dos Estados Unidos pertence a alguma empresa do ramo do entretenimento, seguidos pelo ramo de Real Estate, com 13%, e por investidores autônomos, com 8%. Na liga profissional de baseball, o padrão se repete, ainda que um pouco mais modesto, com 13% de penetração dos conglomerados de entretenimento e mídia na aquisição de grandes times, onde, assim como no caso das ligas de basquete, o

¹⁷ HARVEY, Jean; LAW, Alan; CANTELON, Michael. *North American Professional Team Sport Franchises Ownership Patterns and Global Entertainment Conglomerates*

grande apoio financeiro e a enorme exposição na mídia são as duas principais motivações para que essas transações sejam realizadas. Já na liga profissional de futebol americano, a NFL, a situação é diferente. Desde 1970, a NFL proíbe a aquisição de times por parte de grandes empresas¹⁸, fazendo com que não haja incidência dos conglomerados de entretenimento e mídia nos seus times. Porém, com a percepção cada vez maior de que a sinergia entre as ligas profissionais e seus times e os setores de entretenimento e mídia é extremamente desejável para a obtenção de elevados lucros, os grandes conglomerados não pouparam esforços para que as aquisições sejam possíveis e cada vez mais frequentes.

Uma das conseqüências mais importantes das aquisições e fusões é a verticalização e a horizontalização que tal integração promove entre os detentores das formas de entretenimento e os detentores dos canais de distribuição. Ambas são estratégias fundamentais para promover a sinergia acima citada. A verticalização é uma estratégia que a empresa pode adotar na qual a produção é realizada, na sua totalidade, ou em sua grande parte, internamente. Essa prática se tornou predominante no início do século com as crescentes preocupações em relação às tecnologias de processo, de produto e de negócios, protegendo assim os segredos industriais, uma vez que a empresa está presente em todas as etapas de produção de um determinado produto. Suas maiores vantagens são a completa independência de terceiros e na maior autonomia sobre a produção e conseqüentemente sobre os lucros. Já a horizontalização é o processo no qual o conglomerado ou a empresa se faz presente nas indústrias relacionadas, através de parcerias ou de terceirizações de alguns processos de produção que não sejam os fundamentais (*core process*), com isso adquirindo flexibilidade na definição dos volumes de produção e agregando o *know how* dos fornecedores. Um exemplo de ambas as situações pode ser observado no caso da News Corp, considerado o conglomerado mais poderoso em termos de aquisição e controle de companhias, e o mais integrado tanto vertical quanto horizontalmente, estando presente nas etapas de produção de mídia (estúdios de cinema e TV) e de infraestrutura de distribuição (canais de TV, Internet, etc.), e ainda se relacionando com outros conglomerados que possuem interesses em comum, através de *joint ventures*, formando assim um poderoso e interconectado oligopólio na indústria do entretenimento. Essa estratégia é explicitada no próprio relatório anual da empresa, de 1999:

¹⁸ *Team Marketing Report, 1998*

“Our strategy is simple: we want people to get more value from the time they spend with us, and for us to derive more value from our multiple ties to them. We want more value from our multiple ties with them. We want people to stay with us longer, and come back to us more often. But we also want them to move freely and seamlessly across our array of products.” (News Corp, 1999, pp. 13-15)

5. Aspectos econômicos a nível regional

Os conglomerados de entretenimento têm uma grande importância no desenvolvimento da economia local, ao criar ou intensificar a infra-estrutura da região, trazendo melhorias tanto nas áreas de turismo, transporte e hospedagem, quanto nas atividades comerciais, industriais e de serviços da região, além de gerar uma quantidade enorme de empregos. Pesquisas realizadas sobre o assunto mostram que com o mesmo capital empregado em um projeto de indústria tradicional, um empreendimento turístico gera oito vezes mais postos de trabalho. O setor de saúde, que tinha alcançado a primeira colocação em número de empregos oferecidos nos anos 80, teve sua oferta de empregos superada pelo setor de entretenimento na década seguinte, chegando a empregar 4,5 milhões de americanos, mais do que a indústria automobilística como um todo, o que inclui as manufaturas, oficinas, concessionárias e os postos de gasolina.

Os grandes responsáveis por esses números são basicamente os parques temáticos e os cassinos. Para se ter uma idéia, a área correspondente aos parques de Orlando na Flórida concentra aproximadamente 40.000 trabalhadores, e um único cassino em Las Vegas, o MGM Grand emprega 8.000 pessoas. Porém esses empregos, em sua grande maioria, são compostos por mão de obra não especializada e oferecem salários baixos, tornando freqüentes greves, manifestações e conflitos sindicais.

William R. Eadington¹⁹ mostra que os cassinos constituem um setor da indústria do entretenimento que obteve altas taxas de crescimento nas últimas três décadas. Em 1970, os cassinos eram legalmente aceitos apenas no estado de Nevada. Na época, a receita gerada pelos ganhos dos cassinos sobre os jogadores foi de 540 milhões de dólares. Em 1997, esse número ultrapassou os 25 bilhões de dólares. Os impactos desse crescimento acelerado podem ser sentidos no estado de Nevada, uma vez que o mesmo esteve dentre os três estados que mais cresceram nos Estados Unidos nas últimas quatro décadas do século XX e sua principal cidade, Las Vegas, foi uma das cinco metrópoles que obtiveram o crescimento mais acelerado no mesmo período.

O desenvolvimento local era o maior estímulo para que a legalização dos cassinos nos Estados Unidos fosse aceita em um determinado estado, uma vez que acarretava em inúmeros benefícios na economia da região, estimulando a geração de empregos, os investimentos, o turismo, promovendo avanços na infra-estrutura e na

¹⁹ *The Economics of Casino Gambling*. Journal of Economic Perspectives

urbanização da cidade e ainda podendo melhorar as condições de vida de determinados grupos sociais. Historicamente, os cassinos foram introduzidos justamente para capturar tais benefícios que eles promovem na economia local ao atrair consumidores de outras regiões onde a atividade é proibida. Ainda, a legalização dos cassinos também possui um grande impacto no setor público, que se beneficia da taxaço sobre a receita dos jogos, que varia de 6,5 por cento em Nevada, onde a receita proveniente desses impostos é de grande importância para o estado, a 35 por cento em Illinois.

Weinstein e Clower²⁰ procuram mostrar como a indústria de filmes é benéfica para o desenvolvimento de uma região, com aplicação no caso do Texas. O setor, que se concentra fortemente em Nova York e na Califórnia (Hollywood é responsável por aproximadamente 70% da produção total doméstica de filmes e suas produções dominam o mercado doméstico e internacional²¹), tem uma média anual de vendas aproximadamente de 60 bilhões de dólares, fazendo com que outras regiões também se sintam atraídas por essa indústria. Dentre diversos aspectos é analisado o grande potencial da indústria de filmes para o desenvolvimento econômico local: a análise conservativa mostra que o impacto total da indústria no Texas é aproximadamente de 1 bilhão de dólares.

Os elevados lucros provocam uma certa agressividade por parte de vários estados e cidades, levando-os a oferecer diversos incentivos para atrair os produtores de filmes. Em uma pesquisa da *Alliance of Motion Pictures and Television Producers*, foram identificados os seguintes incentivos: empréstimos a juros baixos, financiamento de filmes, redução ou até mesmo isenção de diversos impostos que estejam vinculados ao desenvolvimento do estúdio, proteção e segurança, isenção de impostos no aluguel de equipamentos, taxas de ocupação reduzidas, dentre outros. O Texas, por exemplo, oferece a isenção do imposto de 8,25% na compra ou aluguel de equipamentos para a filmagem, o que representa uma significativa economia para os produtores, incentivando-os a se instalarem na região.

A indústria de filmes também traz benefícios para a região em que se passa a filmagem, principalmente no que diz respeito ao turismo, ao expor gratuitamente a cidade, incentivando e instigando a curiosidade dos telespectadores. Essa é uma forma

²⁰ *Filmed Entertainment and Local Economic Development: Texas as a Case Study*, Economic Development Quarterly

²¹ *Motion Picture and Video Production, IBISWorld Industry Report, October 2007*

menos dispendiosa do que os anúncios de mídia comuns, como mostra a seguinte passagem de uma pesquisa realizada por Riley e Van Doren, em 1992:

“Consumidores expostos a um constante bombardeio de propagandas se tornam imunes a elas. Ao assistir filmes, os consumidores são capazes de experimentar novas atrações sem deixar a segurança de suas casas e sem ter que se submeter às impressões forçadas que os anúncios pagos transmitem.”

Tantos esforços se traduzem em grandes benefícios para a economia local, até mesmo para as regiões em que a indústria está instalada de uma forma mais modesta. As oportunidades de emprego são verificadas aos milhares e o lucro, aos milhões. Ainda, a indústria de filmes tem uma forte conexão com outras indústrias, como a de transporte, a de serviços financeiros, e a de turismo, aumentando a extensão dos impactos econômicos na região.

Os parques temáticos também têm um alto poder de elevar o nível de desenvolvimento econômico de uma região, fazendo com que essa contribuição para o turismo local provoque efeitos diretos e indiretos da atração de capital na área em questão. Os efeitos diretos podem ser facilmente observados e são constituídos pelos gastos que os consumidores realizam no principal meio de atração da localidade. Já os efeitos indiretos são constituídos pelos gastos que os consumidores realizam e que tem como destino final os meios de suporte da atividade turística, ou seja, os prestadores de serviço que acompanham o desenvolvimento do parque temático.

Esse efeito multiplicador acontece quando há uma sucessão de despesas desencadeadas por um atrativo principal e é uma consequência positiva para o desenvolvimento local, uma vez que dessa maneira está beneficiando outros setores que não somente o núcleo receptor. Segundo Fábria Barbosa²², “o dinheiro que entra através da atividade multiplica-se na economia traduzindo-se em: aumento da urbanização, incremento das indústrias relacionadas à atividade, incremento da demanda de mão-de-obra para serviços, incremento da indústria de construção, aumento da demanda dos produtos locais desde hortifrutigranjeiros até artesanato, incremento da entrada de divisas para equilibrar a balança comercial, maior arrecadação de impostos e taxas.”

Sendo assim, esse efeito indireto representa um importante ponto no desenvolvimento da região quando da instalação de um núcleo de entretenimento de alto impacto, que pode ser exemplificado pelo conglomerado de parques temáticos

²² *O turismo como um fator de desenvolvimento local e/ou regional*

como o existente em Orlando na Flórida, composto pelos complexos Walt Disney World Resort, Universal Studios e Anheuser-Busch, ou de produção de filmes como os de Hollywood ou Nova York, ou ainda de cassinos como Las Vegas em Nevada e Atlantic City em New Jersey. Essa atuação indireta acaba por gerar renda não só nas atividades complementares, mas também na economia como um todo, tendo reflexos na indústria alimentar, na construção civil, nos serviços de profissionais liberais e no setor público que se beneficia da arrecadação de impostos provenientes desse setor que, dependendo da região, representa uma boa parcela da receita do estado. Também é beneficiado o setor de transportes e os serviços relacionados a ele, tais como oficinas, postos de gasolina, entre outros.

6. Os impactos da globalização

A hegemonia global norte-americana no setor cinematográfico revela o caráter estratégico desta indústria por parte do governo dos EUA e acaba por impulsionar a própria hegemonia política e econômica do país. Matta²³ (2004) ressalta que é a competitividade de amplas distribuidoras (*majors*) que atuam globalmente e atingem as diversas plataformas de exibição, o fator responsável por sustentar e impulsionar a ampla hegemonia de *Hollywood* no mercado mundial de cinema. Os interesses dessas companhias são defendidos nacionalmente pela *The Motion Picture Association of América (MPAA)*, sediada em Los Angeles, Califórnia, e, internacionalmente, pela *The Motion Picture Association (MPA)*, o braço institucional da *MPAA* para o comércio exterior. O objetivo da *MPA*, segundo o presidente da companhia, Jack Valenti, é assegurar “a ilimitada liberdade de movimento do cinema norte-americano em todo o mundo” (*MPAA apud PROKOP, 1986, p. 35*). Sendo assim, é natural pensar que outros países tenham que recorrer a práticas protecionistas para defender seus interesses e proteger suas indústrias nacionais, a fim de garantir não somente sua identidade cultural, mas também a sua sobrevivência econômica no setor do entretenimento, mais especificamente no setor cinematográfico.

A indústria do entretenimento norte-americana, por se tratar de um setor já consolidado, tem uma economia que opera perto do teto e, sendo assim, vem enfrentando taxas de crescimento cada vez menores devido à saturação do mercado. Segundo a PwC, no período de 2004 a 2008, a taxa de crescimento anual estadunidense, de 5,4%, foi a menor das cinco grandes regiões analisadas. Na América Latina, essa taxa foi de aproximadamente 6,5%, embora o Brasil não possua uma participação expressiva no setor, que experimenta até uma retração em um segmento, o da indústria fonográfica, devido principalmente às grandes perdas que a indústria brasileira sofre com a pirataria. Na região da Ásia e do Pacífico, países como a China e a Índia, que têm grandes contingentes populacionais, são os que mais chamam atenção no cenário da mídia e entretenimento, fazendo com que esta região tenha alcançado uma taxa de crescimento de aproximadamente 10% no período em questão. Sendo assim, surgem núcleos concorrentes com os Estados Unidos na Europa unificada e na Ásia, liderados pela indústria de cinema indiana, intitulada *Bollywood*, localizada em

²³ *Análise Competitiva da Indústria Cinematográfica Brasileira no Mercado Interno de Salas de Exibição, de 1994 a 2003. 2004.*

Bombaim, numa referência explícita a *Hollywood*, ameaçando o principal setor do entretenimento norte-americano, o da indústria cinematográfica, e mostrando que esta soberania do país no setor em questão pode estar ameaçada.

Os impactos são observados na programação de televisão estrangeira. Há cerca de 20 anos atrás, aproximadamente 80% da programação europeia era importada, e basicamente em sua totalidade dos EUA. Nos anos 90, menos de 50% dos programas exibidos eram norte-americanos.²⁴ O mesmo acontece na Ásia, onde a exibição de programas produzidos localmente supera a de programas importados. Isso se dá pelo fato de a produção local ser relativamente mais barata e ter níveis de audiência mais elevados à medida que a indústria se estabelece na região e se torna mais madura, se aperfeiçoando na elaboração de produções locais.

Segundo o IBEF, Índia Brand Equity Foundation, a indústria de mídia e entretenimento indiana é uma das que mais crescem no país, com resultados expressivos nos números dos setores de cinema, televisão, propaganda, música, entre outros. De acordo com um estudo publicado pela FICCI (Federation of Indian Chambers of Commerce and Industry) e pela KPMG, a indústria do entretenimento na Índia deverá alcançar uma taxa de 12,5% ao ano nos próximos cinco anos e chegar a um valor de US\$ 20,09 bilhões até 2013. O setor televisivo é o que tem maior influência na indústria indiana, atualmente avaliado em US\$ 4,63 bilhões, e com expectativas de expansão de 14,5% entre 2009 e 2013. Isso faz com que empresas dos Estados Unidos voltem sua atenção para esse mercado promissor, como fez os estúdios da Turner and Warner Bros. Entertainment, ao inaugurar um canal de televisão na programação indiana que irá transmitir filmes e séries norte-americanas de grande sucesso, representando assim uma transferência dos investimentos que poderiam ser realizados internamente para outro país, tendo conseqüências negativas para a economia estadunidense. O setor de filmes da Índia é o maior do mundo em termos de quantidade de filmes produzidos por ano. O estudo da FCCI-KPMG o avalia em US\$ 2,11 bilhões e prevê um crescimento de 9,1% até 2013. A indústria promoveu uma abertura desse setor para investimento estrangeiro, o que, juntamente com o status que ela adquiriu recentemente com grandes produções como “Quem quer ser um milionário?”, teve um impacto positivo para a economia indiana, fazendo com que diversos estúdios estrangeiros se instalassem no país. Dentre eles podemos destacar a

²⁴ GUBERNICK, Lisa. *Media Hype*. Forbes.

parceria dos estúdios Walt Disney com o estúdio Yash Raj Films para a produção de animações, a Sony Pictures Entertainment que co-produziu um filme chamado Saawariya com a SLB Films (Sanjay Leela Bansali Films), e a Viacom que formou uma *joint venture* com o grupo indiano TV 18, a Viacom-18. Outros setores da indústria do entretenimento indiana também experimentam taxas de crescimento elevadas, como é o caso do setor de videogames que, de acordo com o estudo da FICCI-KPMG tem um valor estimado atual de US\$ 125,29 milhões com previsões de expansão de 33,3% nos próximos 5 anos, e o setor de animação, que, segundo o relatório “*Indian Animation and Gaming 2008*”, elaborado em conjunto pela NASSCOM e pela Ernst&Young, é atualmente avaliado em aproximadamente US\$ 460 milhões e com expectativas de crescimento de 27% ao ano, alcançando US\$ 1,16 bilhões até 2012. Sendo assim, a indústria do entretenimento indiana torna a sua participação mundial cada vez mais significativa, representando uma grande ameaça para a economia dos Estados Unidos, que vê sua indústria enfrentar sérias restrições de crescimento e uma concorrência que se fortalece cada vez mais.

A competição no mercado mundial de salas de cinema em 2001²⁵ mostra como era difícil outra nação competir com os Estados Unidos. Na União Européia, filmes europeus e norte-americanos obtiveram respectivamente 32,6% e 64,2% do *market share*, enquanto os oriundos dos demais países do mundo ficaram com 3,2% do total. Já nos EUA, filmes europeus e norte-americanos obtiveram respectivamente 5,7% e 91,7% do *market share*, enquanto as películas dos demais países ficaram com apenas 2,7%, ficando assim evidente o domínio estadunidense perante os outros países na indústria de filmes.

Uma estratégia de resistência contra esse domínio é fortemente implementada pela Europa unificada, onde os países têm avançado, ainda que em diferentes proporções, em políticas de integração e de protecionismo, lideradas pela França. A França foi responsável pela hegemonia na indústria cinematográfica até 1914 quando a mudança do foco para os Estados Unidos devido aos danos causados pelas guerras fez com que o governo percebesse que era necessário estruturar e desenvolver uma política consistente para sustentar e impulsionar o setor logo após a Segunda Guerra Mundial. Sendo assim, em 1946, foi criado pelo governo o CNC - Centro Nacional de Cinematografia, com o objetivo inicial de promover a regulamentação econômica,

²⁵ *European Audiovisual... apud* NEVES, 2003, p. 51

porém evoluindo e transformando-se no órgão responsável por desenvolver toda a política industrial do setor, mantendo uma forte ação reguladora para conter divergências, e ainda protegendo a indústria nacional e estimulando a frequência a salas de exibição. (BOCCATO, 2000-2002). O perfil geral de resistência francesa à supremacia norte-americana no cinema é caracterizado pelo Ministério da Cultura (1997 ou 1998, p.32):

“No mundo ocidental, o cinema francês é um exemplo quase ímpar de resistência econômica e cultural à hegemonia americana. Essa resistência associa-se a políticas fortemente nacionalistas, protecionistas e intervencionistas que, além de considerações econômicas, visam proteger e promover o cinema enquanto veículo de expressão da cultura francesa.”

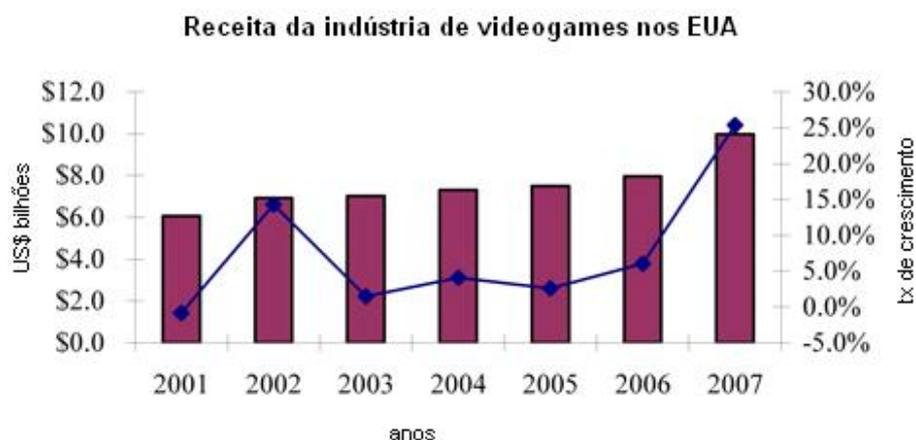
Nesse capítulo foram destacados, portanto, os dois países que concentram os principais focos de resistência contra essa hegemonia norte-americana: Índia e França, cada um com fortes especificidades e identidades culturais, representando uma fatia considerável da indústria cinematográfica, o setor mais significativo da indústria do entretenimento.

7. A crise atual e suas conseqüências para a indústria

O período de crise pelo qual o mundo atravessa atualmente levou a economia para um patamar incrivelmente inferior, com uma inflação que contribui cada vez mais para a diminuição do poder de compra do consumidor e o mercado financeiro em uma queda vertiginosa devido às seqüelas do *subprime*. Porém nem todos os setores experimentam os reflexos da crise, como é o caso dos setores alimentício e de energia que, com o aumento de preços de seus produtos, conseguem explorar os períodos de dificuldade econômica em seu benefício. Assim como esses setores, uma outra indústria, a do entretenimento, também consegue sobreviver à crise sem sentir a perda do poder de compra dos consumidores.

A crise, seja pelos efeitos psicológicos, seja pelos efeitos práticos, tende a fazer com que as pessoas cortem os gastos altos e supérfluos. Porém, o lazer é uma necessidade do ser humano, fazendo com que a indústria do entretenimento consiga sobreviver ou até mesmo experimentar números positivos em alguns setores.

Por ser composta por diversos setores, a indústria do entretenimento encara a crise de diferentes maneiras. As formas de diversão mais dispendiosas como viagens de final de semana ou parques temáticos, acabam enfrentando mais dificuldades, pois as mesmas acabam sendo trocadas por um lazer que não custe tanto no bolso do consumidor, como os *videogames*. É possível perceber que os números desse setor refletem um crescimento da indústria no gráfico abaixo, alcançando uma taxa de crescimento de aproximadamente 25% em 2007.



Fonte: *Theatrical Market Statistics 2007, Motion Picture Association of America*

A indústria de jogos não sentiu os abalos da crise e pelo ao contrario, só vê seus números dispararem, já que desde que explodiu a crise nos Estados Unidos, a venda de games cresceu 20% no país, como noticiou o *The New York Times*, chegando a US\$ 2,91 bilhões em novembro de 2008, de acordo com o *NPD Group Inc.*, um grupo de pesquisa de mercado. Ainda sobre os dados da *NPD*, temos que, enquanto o crescimento desse setor atingiu 28,4% no período de crise, a indústria cinematográfica obteve um crescimento de cerca de 1,8% e a industria fonográfica registrou uma queda de aproximadamente -10%. Sobre esses números, o analista Anitz Frasier comentou:

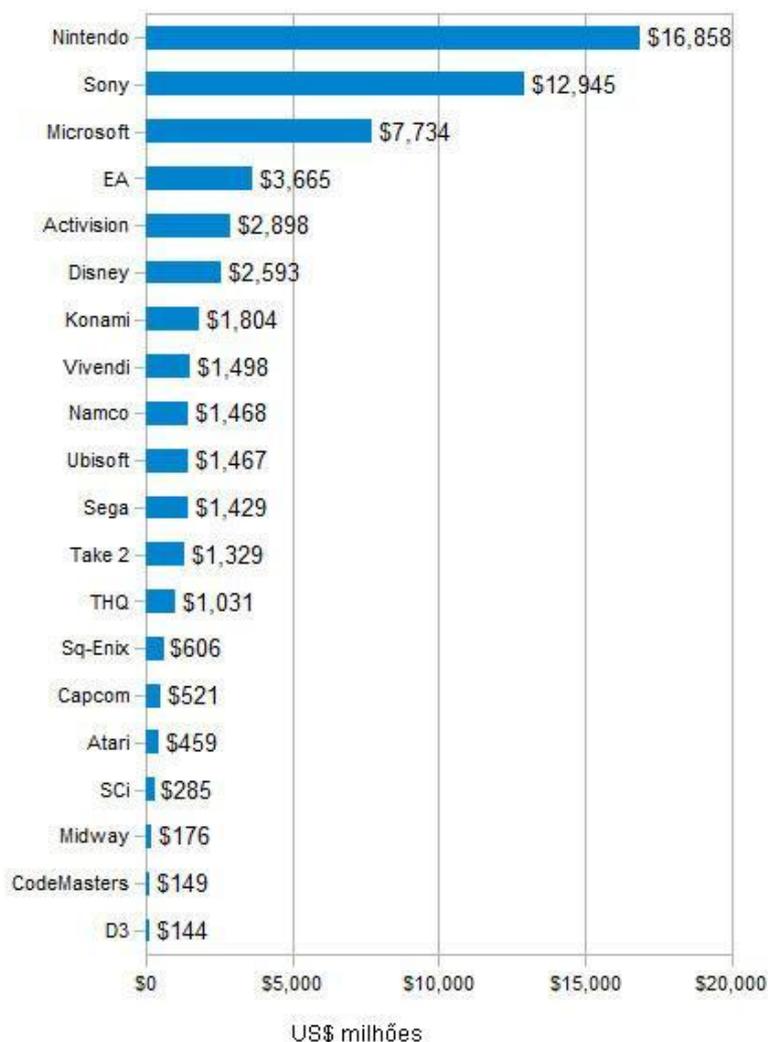
“Nunca seria possível saber que a economia dos Estados Unidos estava atravessando um período de dificuldade ao se analisar os números das vendas da indústria de videogames.”²⁶

A explicação para esse comportamento inesperado da indústria, que vai na direção contrária da economia mundial se dá pelo fato de que em uma recessão, ocorre com frequência o chamado *cocooning*, ou seja, as pessoas tendem a ficar mais em casa, trocando suas atividades sociais por alternativas mais baratas de lazer e entretenimento, como é o caso dos *videogames*.

A Nintendo é uma das empresas do ramo que mais se beneficiou nesse período, sendo responsável por quase três quartos do aumento nas vendas de *games* nos Estados Unidos. Em março de 2008, as plataformas da Nintendo, Wii e DS, venderam, respectivamente, 721.000 e 698.000 unidades, enquanto as plataformas da Sony, PSP, PS3 e PS2 venderam 297.000, 257.000 e 216.000 unidades respectivamente e a plataforma da Microsoft, XBOX360, vendeu 262000 unidades, mostrando assim a supremacia da Nintendo no setor. É possível ver como sua receita supera a das demais empresas na tabela a seguir.

²⁶ No original, “You’d never know that the U.S. economy was under distress by looking at the video games industry sales figures”

Receita de vendas da indústria de videogames
(por empresa)
04/2007 - 04/2008



Fonte: *edgeonline*

Porém os outros setores da indústria do entretenimento não se encontram na mesma situação, como é o caso dos cassinos, que enfrentam muitas dificuldades. Não só por ser uma forma de lazer que demanda uma quantidade maior de investimento por parte dos consumidores e que devido ao problema da falta de crédito estão trocando as apostas por loterias ou *slot machines*, mas também devido à crise imobiliária que atingiu Las Vegas, o maior conglomerado desse setor nos Estados Unidos. Um exemplo das grandes perdas desse ramo pode ser visto no caso da Trump Entertainment, que viu suas ações despencarem em decorrência da crise, levando seu fundador Donald Trump a sair do *board* e a entrar com um pedido de falência. Os três cassinos da Trump Entertainment localizados em Atlantic City, New Jersey, enfrentaram um declínio

recorde na receita proveniente das apostas em 2008 devido à recessão e a crescente concorrência com as *slot machines* de estados vizinhos como Pennsylvania e Nova York. Como esse tipo de jogo não tem uma legislação tão rígida quanto os cassinos, os moradores de outros estados não precisam se deslocar para realizar suas apostas, economizando com a viagem, e fazendo-os escolher pela maneira menos dispendiosa de diversão. A empresa verificou também uma queda acentuada do seu valor de mercado que despencou de US\$842 milhões em agosto de 2005 para US\$7,3 milhões em fevereiro de 2009, segundo dados da bloomberg.com.

As loterias, que caracterizam uma importante fonte de renda do estado, também são responsáveis pela diminuição da popularidade dos cassinos em tempos de crise. Apesar de seu retorno financeiro não ser elevado para os jogadores, esse tipo de jogo se mostra incrivelmente popular, principalmente entre os cidadãos de baixa renda.²⁷ Além de ser uma forma de entretenimento mais barata, esse indivíduo de baixa renda vê nessa forma de jogo, uma oportunidade radical de melhorar sua condição de vida de uma maneira conveniente e rápida, provocada pelo desespero dos tempos de recessão econômica.

Segundo o Financial Times, a crise também afeta a indústria de filmes em Hollywood, que vê suas produções migrando para outros estados com uma frequência cada vez maior. Tal fenômeno ocorre devido à facilidade de crédito e aos incentivos fiscais oferecidos por outros estados, que acreditam que a instalação de *sets* de filmagem e produção em seus estados irá estimular a economia local com os ganhos adicionais para o comércio e infra-estrutura de apoio como hotéis e restaurantes, como visto no capítulo 5. Para a economia da indústria cinematográfica de Los Angeles, no entanto, essa concorrência não é bem vista e seus impactos já podem ser vistos no número de dias de filmagem realizados na cidade. De acordo com os dados da *FilmLA*, em 2008 foram registrados 8.247 dias de filmagem na cidade em contraste com os 13.980 dias registrados em 1996.

Outra consequência da crise é o corte de empregos que é sentido em praticamente todas as indústrias atualmente, como é o caso da Warner Brothers Entertainment, que anunciou em janeiro de 2009 o corte de 10% de todos os seus funcionários.²⁸ Ainda que a indústria do entretenimento se mostre relativamente forte em relação às pressões decorrentes de recessões, os estúdios estão contendo gastos

²⁷ BLALOCK, Garrick. *Hitting the Jackpot or Hitting the Skids*.

²⁸ *Warner Brothers Entertainment to cut 800 jobs*. Financial Times.

devido aos impactos que a crise causou no poder de compra dos consumidores, diminuindo a receita com vendas de DVDs e Blu-ray, que representam uma importante fonte de renda do setor. Além do corte de empregos, as empresas buscam por opções de mão-de-obra mais barata, transferindo muitos dos empregos para a Índia e Polônia como anunciou que fará a WB Entertainment, representando uma grande perda na economia norte-americana.

Uma crítica a essa situação é feita por Andrew Breitbart no Real Clear Politics. Em *A Million Stories to Tell*, Breitbart defende a idéia de que Hollywood está fugindo do controle dos Estados Unidos enquanto indústria, devido à crescente “exportação” de empregos e produções cinematográficas por motivos de contenção de gastos. A indústria do entretenimento, portanto, deve aculturar indivíduos, fazendo com que eles tenham esperança para sobreviver à crise, e para isso usando sua arma mais poderosa: A indústria cinematográfica de Hollywood. O mesmo autor, em outro artigo relacionado²⁹ cita o *ripple effect* como um dos responsáveis pelo declínio da indústria *hollywoodiana*. Um recente relatório realizado pelo *Center for Entertainment Industry Data and Research* mostra que apesar do aumento no número de produções de 30% entre 1998 a 2005, o valor das produções nos Estados Unidos caiu de US\$3,93 bilhões para US\$3,38 bilhões no mesmo período, ilustrando uma perda de 47.000 empregos e US\$23 bilhões.

O *ripple effect*³⁰ é uma denominação para o chamado efeito cascata, ou seja, a propagação de um evento isolado para agentes secundários. A expressão vem da situação onde uma pedra é jogada em um lago, e *ripples* são as ondulações que se formam a partir dela. Na economia é muito comum encontrar casos que mostrem como esse efeito acontece, principalmente em situações de crise. Um exemplo pode ser visto na crise asiática de 1998, quando diversos países da região sofreram com a recessão e atingiram outras economias, como a norte-americana, em um efeito cascata. Como as demandas desses países encolheram devido ao reduzido poder de compra decorrente da crise, a importação de bens dos Estados Unidos sofreu uma grande queda, atingindo economicamente áreas produtoras de artigos têxteis e industriais na região sudeste dos EUA. Outro setor também bastante prejudicado foi o automotivo já que os

²⁹ *The True Face of Hollywood*. Real Clear Politics

³⁰ Essa expressão foi primeiramente utilizada em 1970 por Jacob Kounin em seu livro *Discipline and Group Management in Classrooms*, como uma maneira de explicar o efeito que as atitudes dos professores têm em seus alunos. O *ripple effect* acontece quando um professor repreende um aluno na frente dos outros alunos da sala, incentivando assim uma melhoria na disciplina da classe.

consumidores buscavam por alternativas mais baratas de consumo, trocando os carros norte-americanos, mais dispendiosos, por carros japoneses, mais econômicos.

Porém, efeitos positivos decorrentes desse episódio também puderam ser observados, uma vez que os investimentos migraram do mercado asiático para o mercado norte-americano, aparentemente mais estável, contribuindo para a economia dos Estados Unidos, que experimentou uma queda nas suas taxas de juros estimulando os mercados financeiro e imobiliário. Trazendo para os dias atuais, esse efeito foi muito observado na crise do setor imobiliário e nas ações das empresas quanto ao corte de empregos decorrente dessa recessão. Em novembro de 2008, a taxa de desemprego chegou a 6,7% nos EUA, caracterizando o maior declínio mensal desde dezembro de 1974.³¹ Essa contenção de gastos foi realizada por diversos setores da economia como os de construções, manufaturas, vendas, imóveis, investimentos e exportações. É, portanto, a partir de tais acontecimentos e devido ao efeito propagador acima explicado, que Breitbart sugere que os efeitos decorrentes da crise chegam, ainda que mais tardiamente, à indústria cinematográfica de Hollywood.

Ainda que a indústria do entretenimento sinta os impactos negativos da crise, os mesmos não são tão devastadores quanto os enfrentados pelas outras indústrias, já que foi possível observar que, apesar das dificuldades, existem setores que continuam a crescer e a contribuir para a economia norte-americana. Tal fato é atribuído à necessidade de lazer que os indivíduos possuem, e que se torna mais evidente em tempos difíceis como o de recessão econômica, quando eles precisam de um escape dos problemas do mundo real. É exatamente nesses momentos de dificuldade que os super-heróis são valorizados, como aconteceu em diversos momentos ao longo da história, demonstrados no capítulo 2, não só estimulando a economia através do crescimento da indústria de quadrinhos e filmes, mas também levando esperança às pessoas e fazendo-as acreditar em um futuro melhor. Isso faz parte do acultramento da sociedade, dos hábitos que os indivíduos adquiriram por estarem há décadas buscando suporte e se apoiando no entretenimento como uma forma de sobrevivência, tornando a indústria do entretenimento extremamente importante para a economia dos Estados Unidos.

³¹ UCHITELLE, Louis. *U.S. Loses 533,000 Jobs in Biggest Drop Since 1974*. The New York Times, dezembro de 2008

8. Conclusão

O presente trabalho buscou analisar a indústria do entretenimento, com foco no caso norte-americano, e como seus impactos são sentidos na economia. Essa indústria é composta por diversos setores, cada qual com uma diferente importância econômica. Os setores relacionados a música, *games*, TV (aberta e por assinatura), filmes e internet são chamados de “media-dependant entertainment” e os setores ligados aos parques temáticos, cassinos e jogos, espetáculos e eventos esportivos são os chamados “live entertainment”. Essa distinção é importante para entendermos a organização empresarial da indústria, que se dá de forma oligopolística, com uma tendência de se concentrar cada vez mais em alguns conglomerados que competem entre si e que mostram a atual tendência de horizontalização e verticalização da produção.

Outra característica fundamental da indústria do entretenimento é o seu papel na evolução da economia norte-americana. Para se verificar tal fato, foi apresentada uma análise histórica, mostrando como a indústria está intimamente ligada aos acontecimentos econômicos e políticos do país, influenciando a sociedade e, principalmente ajudando o país a atravessar tempos de crise e de recessão econômica como o de guerras e da Grande Depressão, através de uma forte propaganda ideológica.

Atualmente é possível ver o impacto que essa indústria tem na economia se analisarmos os números, disponíveis pela pesquisa da PwC, em âmbito nacional. O entretenimento é a segunda maior fonte de renda estadunidense e sua taxa de crescimento é elevada se comparada à taxa de crescimento da economia mundial. O maior responsável por essas estatísticas positivas é a indústria de filmes que representa a maior parcela na composição dos gastos dos consumidores norte-americanos e que é a grande disseminadora da cultura dos Estados Unidos para os outros países.

A indústria também exerce sua influência localmente, ou seja, leva benefícios às áreas em que se instala, aquecendo a economia da região com geração de empregos e estímulo ao comércio local e à infra-estrutura de apoio. Com isso, é cada vez mais comum a oferta de vantagens tais como redução de impostos e corte de taxas por parte dos estados com o objetivo de atrair a produção e os consequentes investimentos. Por gerar imensos benefícios econômicos para a região, a indústria está cada vez mais se expandindo para novos territórios, e atinge grandes nichos como a União Europeia e a Ásia, mais especificamente a Índia. Como a indústria norte-americana já está consolidada, operando perto do teto, os investidores buscam por locais onde a taxa de

crescimento pode ser mais elevada, como é o caso indiano com a sua indústria de filmes, *Bollywood*, claramente inspirada na estadunidense, e representando uma ameaça a soberania dos Estados Unidos nesse setor.

A análise final desse estudo analisa a crise que se iniciou em 2008 e teve seus impactos sentidos mundialmente. Como foi visto na análise histórica, a indústria do entretenimento não só sobrevive à crise, mas também exerce um papel importante na alavancagem da economia, pois representa uma necessidade de consumo do indivíduo, podendo ser equiparada as indústrias de alimentos e energia. Sendo assim, portanto, seus índices de crescimento são significativamente positivos em alguns setores, como o de videogames, mostrando que as pessoas tendem a buscar por formas de diversão mais baratas, mas não deixam de consumir o entretenimento.

9. Referências Bibliográficas

VOGEL, Harold L. Entertainment Industry Economics - A Guide for Financial Analysis. Cambridge and New York: Cambridge University Press. p xxii, 621. 2007.

WEINSTEIN, BL; CLOWER, TL. Filmed entertainment and local economic development: Texas as a case study. Economic Development Quarterly, 14 (4): 384-394 nov 2000.

BLALOCK, G; JUST, DR; SIMON, DH. Hitting the jackpot or hitting the skids: Entertainment, poverty, and the demand for state lotteries. American Journal of Economics and Sociology 66(3): 545-570 2007.

DOLFSMA, W. Entertainment industry economics - A guide for financial analysis. Book Review. Economist, 147 (2): 265-266 jun 1999

KRAFT, James P. American Entertainment in the 1990s. Business and Economic History, 26 (2), 1997.

GUBERNICK, Lisa; BACIGALUPO, Natasha. Media hype (entertainment industry outlook). Forbes 157.8, abr 1996.

PRICE WATERHOUSE COOPERS. Global Entertainment and Media Outlook. 2004-2008, 2008-2012.

BARBOSA, Fábila Fonseca. O turismo como um fator de desenvolvimento local e/ou regional. Caminhos de Geografia, Instituto de Geografia, UFU, 2005.

EADINGTON, William R. The Economics of Casino Gambling. Journal of Economic Perspectives, 13-3, 1999.

HARVEY, Jean; LAW, Alan; CANTELON, Michael. North American Professional Team Sport Franchises Ownership Patterns and Global Entertainment Conglomerates. Sociology of Sport Journal, 2001.

MOTION PICTURE ASSOCIATION OF AMERICA, INC. Entertainment Industry Market Statistics, 2007.

LIMA, Carmem Lucia Castro. Políticas Culturais para o Desenvolvimento: O Debate Sobre as Indústrias Culturais e Criativas. III ENECULT, 2007.

HESMONDHALGH ,D; PRATT, A. Cultural industries and cultural policy. International Journal of Cultural Policy .v 11, n 1, March 2005.

BONET, Lluís. Comissão: Indústrias culturais e desenvolvimento na Ibero-América: antecedentes para um debate. In. CANCLINI, Nestor Garcia (coordenador). Culturas da Ibero-América: Diagnósticos e propostas para seu desenvolvimento. São Paulo: Moderna, 2003.

BOCCATO, Paulo. Emissoras de TV e taxas sobre o mercado sustentam audiovisual francês. 2000-2002. Cinemabrasil - Lista debatendo Técnica, Linguagem, Mercado do Cinema Brasileiro.

MATTA, João Paulo Rodrigues. Análise Competitiva da Indústria Cinematográfica Brasileira no Mercado Interno de Salas de Exibição, de 1994 a 2003. 2004.

RESENDE, Marcelo; BOFF, Hugo. Concentração Industrial. In: Economia Industrial: fundamentos teóricos e práticas no Brasil, KUPFER, David; HASENCLEVER, Lia (org), Campus, 2002.

CRUZ, Paula Ribeiro da. Do Desenho Animado à Computação Gráfica: A Estética da Animação à Luz das Novas Tecnologias. Universidade Federal da Bahia, 2006.

UCHITELLE, Louis. U.S. Loses 533,000 Jobs in Biggest Drop Since 1974. The New York Times, dezembro de 2008.