

Impactos territoriais das transformações ao nível da distribuição nas indústrias culturais: alguns dados sobre o caso português

Comunicação ao 12º Congresso APDR “Recursos, Ordenamento, Desenvolvimento”
Viseu, 15-17 Setembro 2006

Pedro Costa¹

*Dinâmia – Centro de Estudos sobre a Mudança Socioeconómica
ISCTE – Departamento de Economia*

Resumo:

As indústrias culturais atravessam hoje profundas reestruturações, tecnológicas, organizacionais e económicas, as quais transformam significativamente os contextos de produção, distribuição e consumos nesses mercados.

A difusão dos conteúdos produzidos no âmbito das cadeias de valor, relativamente estruturadas, que usualmente se associam a este conceito de “indústrias culturais” (p.e., audiovisual, indústria discográfica, edição e impressão, videojogos) está ela própria a ser alvo de profundas transformações, as quais resultam das novas potencialidades oferecidas pelas tecnologias de informação e comunicação, das mutações sentidas ao nível da organização empresarial e dos processos produtivos, das transformações verificadas nos procedimentos de intermediação cultural, ou da assunção da relevância dos direitos de propriedade intelectual, entre muitos outros factores.

Este texto apresenta uma breve análise das principais transformações que têm vindo a marcar e evolução recente em Portugal de dois mercados particulares deste cluster (a exibição de cinema em sala e o comércio de fonogramas), bem como das suas repercussões territoriais. É desenvolvida uma análise empírica, focada na distribuição espacial dos pontos de provisão final destes bens, bem como no potencial de actuação pública neste campo, na óptica da promoção do desenvolvimento territorial.

Palavras-chave: Actividades culturais; Distribuição; Território; Cinema; Música; Portugal; Políticas de desenvolvimento regional e local; Políticas culturais

¹ Pedro Costa; ISCTE - Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa (Dep. de Economia), Av. das Forças Armadas, 1649-026 Lisboa, Portugal
Telf: (+351) 217903234 / (+351) 217903007 / Fax: (+351) 217903933 / E-mail: pedro.costa@iscte.pt

1. Introdução

O objectivo deste texto² é apresentar, de forma esquemática e sintética, algumas conclusões da análise que tem vindo a ser desenvolvida pelo autor, no âmbito de um programa de investigação mais vasto, sobre a relação entre as transformações actualmente verificadas nas indústrias culturais (particularmente aquelas que envolvem os processos de distribuição dos bens e serviços respectivos) e o padrão de distribuição territorial destas actividades (ao nível da sua implantação geográfica, nomeadamente no que concerne à provisão de bens para consumo final, por parte deste sector, vista aqui na perspectiva da sua oferta). Esta análise é efectuada tendo por referência o suporte empírico obtido através do estudo da realidade portuguesa, nomeadamente pela observação da evolução recente de dois subsectores particulares, dentro de duas das principais indústrias culturais actualmente mais globalizadas e mais sujeitas a acentuadas transformações tecnológicas, económicas e organizacionais: as indústrias do cinema e da música.

As indústrias culturais, como é hoje amplamente reconhecido (cf. Caves, 2003; Towse, 2003, Costa, 2003), atravessam actualmente profundas reestruturações (a nível tecnológico, organizacional, económico), as quais transformam significativamente os contextos de produção, distribuição e consumos nesses mercados.

A difusão dos conteúdos produzidos no âmbito destas cadeias de valor está ela própria a ser alvo de profundas transformações, as quais resultam, entre outros factores, do progressivo aproveitamento das potencialidades oferecidas pelas novas tecnologias de informação e comunicação, das mutações sentidas ao nível da organização empresarial e dos processos produtivos, das transformações verificadas nos procedimentos de intermediação cultural e de *gatekeeping*, ou da crescente assunção da relevância da identificação e defesa dos direitos de propriedade intelectual, por exemplo.

Neste quadro, efectua-se uma reflexão, centrada na análise específica dos processos de distribuição nas indústrias do cinema e da música (mais especificamente, na exibição de cinema em sala e da comercialização discográfica), que nos coloca perante três níveis de

² Este texto consiste numa versão revista (e pontualmente actualizada), em língua portuguesa, da apresentação efectuada pelo autor na XV Conferência Internacional da RESER (*European Research Network on Services and Space*), efectuada em Granada, Espanha, em 22-24 de Setembro de 2005, e subordinado ao tema “*Growth, employment and location of services: new trends in a global world*”.

análise distintos, mas complementares, que são convocados simultaneamente para o estudo aprofundado desta realidade:

- A reflexão genérica acerca dos impactos das grandes transformações actualmente em curso na organização e na própria natureza das indústrias culturais (concretamente naquilo que podemos designar como a fase da “distribuição” dos bens e serviços culturais – cf. Costa, 2003) em termos da sua estruturação territorial;
- A identificação das principais tendências de evolução recentes no que concerne aos padrões de distribuição espacial da exibição cinematográfica e do comércio de fonogramas no caso português;
- A extracção de eventuais ensinamentos no que se refere à definição de políticas e à actuação pública (tanto ao nível da política cultural propriamente dita como no campo das políticas de promoção do desenvolvimento regional e local).

O texto que aqui se apresenta procura assim reflectir simultaneamente a estes três níveis, sendo a sua estrutura claramente marcada por este objectivo. Após esta breve introdução, abordam-se no ponto seguinte, de forma genérica e esquemática, as principais transformações em curso nos processos de distribuição, verificados actualmente nas indústrias culturais, equacionado os seus principais impactos em termos territoriais. De seguida é então abordada empiricamente a realidade recente de dois subsectores em concreto destas indústrias no nosso país: no terceiro ponto deste artigo é analisado com um pouco mais de detalhe o caso da indústria musical, especificamente a situação ao nível da venda de fonogramas, e no quarto aborda-se o caso do cinema, nomeadamente as transformações no campo da exibição de filmes em sala em Portugal. Finalmente, encerra-se este artigo, no quinto ponto, com a apresentação de algumas notas conclusivas, centradas particularmente na preocupação com a articulação com o definir de políticas que possam fazer sentido e ser necessárias para consubstanciar uma intervenção pública adequada às transformações identificadas e analisadas.

2. As transformações nos processos de distribuição verificadas nas indústrias culturais e os seus impactos territoriais

Procura-se neste ponto equacionar, de forma muito sintética mas sistemática, as principais reestruturações em curso nas grandes indústrias culturais e a sua tradução espacial, em termos de implantação territorial. Após um breve enquadramento conceptual sobre as noções utilizadas na análise, procura-se sistematizar algumas das transformações estruturais verificadas, a múltiplos níveis, nas indústrias culturais. Com base na análise destas mudanças são então equacionadas os impactos que estas poderão ter na organização territorial do funcionamento destas actividades e o papel que elas poderão desempenhar na estruturação dos territórios.

Neste quadro, importará então começar por clarificar a noção de “indústrias culturais” que é utilizada, bem como perceber o enfoque, privilegiado neste estudo, na análise de uma parcela concreta do seu processo de provisão, isto é, o foco na “fase” da distribuição destes produtos culturais, intermediando entre as lógicas da produção e do consumo.

O conceito de indústrias culturais (bem como a noção mais vasta, de actividade culturais ou diversas outras que lhe estão usualmente associadas) é um conceito complexo que muito tem sido trabalhado e discutido, e sobre o qual existe muita reflexão acumulada, embora nem sempre consensual. Não sendo aqui o lugar para a discussão deste conceito (veja-se Costa 2003, para uma reflexão aprofundada sobre este tópico), importa no entanto esclarecer minimamente acerca da concepção utilizada nesta análise particular.

É assumido neste artigo, tal como no processo de investigação que lhe subjaz, um conceito muito estrito de indústrias culturais, associado aqui apenas às fileiras mais estruturadas dentro do cluster mais vasto das actividades culturais. Concretamente, assumem-se aqui as fileiras mais estruturadas, com um funcionamento mais “industrial” e organizado do cluster cultural, e onde o processo de incorporação do valor estético, através de um conteúdo particular, em bens ou serviços que sejam comercializáveis com esse fim específico, é relativamente claro (veja-se Costa, 2003, para detalhes): são tipicamente os casos de actividades e produtos como os do audiovisual, os livros, os videojogos, ou os discos, para referir só alguns exemplos.

Estas actividades em concreto, estão elas próprias sujeitas a profundas mudanças estruturais, a nível tecnológico, económico ou organizativo, de onde se destaca uma

tendência para uma progressiva imbricação, com a possibilidade multiplicação das oportunidades e janelas para a comercialização e para a rentabilização desses mesmos conteúdos culturais (rádio e tele difusão; apresentação ao vivo; gravação sob os mais variados formatos; etc.).

É tendo em conta este conceito que se assume, em paralelo, uma perspectiva em que as diversas fases da produção do bem cultural são claramente identificadas e analisadas tendo em conta o seu contributo para a cadeia de valor gerado pela sua produção, distribuição e consumo. Numa lógica sequencial que em que a cadeia de valor da provisão dos bens e serviços culturais produzidos nestas fileiras (por exemplo um produto audiovisual ou um produto de edição discográfica) se faz passando por um conjunto de etapas distintas (Criação -> Produção -> Difusão -> Consumo do bem ou serviços cultural em causa), este percurso é analisado, para cada uma das sub-fileiras em estudo, tendo em conta as idiossincrasias de cada uma destas fases e da relação que estabelece especificamente com o território (cf. Costa, 2003).

Tendo este enquadramento conceptual como base, o foco da análise efectuada centra-se então especificamente na questão das profundas transformações em curso nos processos de distribuição destes bens, isto é, na forma como o funcionamento dos processos e dos agentes nesta parcela da cadeia de valor se tem alterado, em termos económicos, organizacionais e tecnológicos, bem como, particularmente, nos impactos territoriais destas transformações.

Uma muito breve e panorâmica síntese dessas profundas mutações verificadas nas indústrias culturais nos anos mais recentes, com reestruturações diversas dos processos de distribuição, aos mais variados níveis, pode ser sistematizada através dos itens que se apresentam de seguida (cf., a este propósito, entre outros, Caves, 2002; Towse, 2003; Benhamou, 1996; Throsby, 2001; Farchy, 2002):

- Profundas alterações e consequências da incorporação dos progressos tecnológicos em todas as etapas da cadeia de valor, mas com claros impactos na vertente da distribuição de conteúdos (digitalização; convergência de plataformas; distribuição na *internet*, pela via dos *downloads* ou do desenvolvimento do comércio electrónico, etc.);
- Forte concentração empresarial na fase de distribuição (predominantemente a um nível global, com agentes multinacionais a dominarem os circuitos mundiais de distribuição), em diversos subclusters (fomentando uma clara dependência

das redes de distribuidores locais, bem como das estruturas de produção ou criação, também elas fortemente enraizadas territorialmente);

- Articulação flexível (mas firme) dos processos de difusão e distribuição globalizados com as fases prévias da fileira, vem como, sobretudo, com as fases subsequentes: os distribuidores/exibidores locais;
- Progressiva concentração dos mercados, investimentos e esforços de promoção num reduzido número de produtos/títulos/autores;
- Crescente imbricação entre as diversas indústrias culturais ou mesmo com outras actividades (multiplicação de janelas para o aparecimento dos conteúdos produzidos, articulação dos processos de difusão e promoção, partilha de conteúdos e produtos, ...);
- Novos desafios no campo dos direitos de propriedade intelectual (copyright, royalties), nos mercados de trabalho e relações laborais, e mesmo no próprios processos de organização de alguns negócios (lógicas de contratação, formas de governância, ...);
- Reforço do padrão dicotómico verificado, em termos da inovação, entre as grandes empresas/grupos (com maior aversão ao risco, no que respeita à criatividade)) e os pequenos agentes independentes (com maior propensão para a inovação e para o esforço de diferenciação dos seus produtos);
- Crescente complexidade do papel dos *gatekeepers* e das instituições que funcionam como intermediários culturais (programadores, media, críticos, ...) – pense-se por exemplo na sucessão de novas “tendências” ou novas “cenas” em campos com a música ou outros, em ciclos cada vez mais acelerados;
- Transformações estruturais do lado da procura, associadas a reestruturações nos estilos de vida, mutações nos padrões ao nível do capital cultural, ou mesmo aos próprios mecanismos de promoção das indústrias culturais, entre outros aspectos.

Tendo presentes todas estas transformações que se entrecruzam nas economias actuais, importa então reflectir acerca dos impactos, em termos territoriais, que se associam a tão significativas mutações (no que concerne à distribuição territorial destas actividades, à capacidade que os diversos territórios terão para mobilizar a sua provisão, à possibilidade de gerarem iniciativas que façam desenvolver estas actividades, etc.).

Estaremos, como defendem alguns, perante uma situação em que aumentam as oportunidades de acesso dos consumidores, nos diversos pontos do espaço, mesmo no

caso de conteúdos menos generalistas ou menos universalizados? Ou estaremos, como advogam outros, perante o advento de uma estruturação marcada pelo crescimento da concentração territorial, pelo menos no caso dos bens e serviços culturais mais especializados? Ou será que estaremos perante uma situação bem mais complexa do que este redutor panorama dicotómico?

Procuramos neste artigo contribuir para responder a estas questões, partindo de uma base empírica concreta, através do estudo da evolução de duas actividades específicas, no contexto português: por um lado, a análise do cluster da indústria discográfica e da edição musical, em concreto através da observação da realidade do comércio a retalho de música gravada, nomeadamente dos mais diversos tipos de suportes para fonogramas e sua evolução relativa (discos, CD's, DVD's musicais, cassetes, *downloads* de ficheiros informáticos, etc.); por outro lado, através do estudo da indústria cinematográfica (parte dominante do sector audiovisual), nomeadamente pela via do estudo da exibição de filmes em sala (projectão comercial dos diversos tipos/segmentos de conteúdos),

A abordagem metodológica prosseguida no percurso de investigação pessoal que deu origem a este artigo procurou combinar os insuficientes e não muito fiáveis dados estatístico disponíveis sobre estes sectores (veja-se Costa, 2003), com a obtenção de informação empírica complementar de cariz mais qualitativo em outras fontes, que permitissem suprir (algumas das) lacunas verificadas.

Em qualquer dos dois subsectores, a atenção foi focada na evolução recente destas indústrias culturais em Portugal, nomeadamente no período entre o final da década de 90 e meados da actual (2005).

No caso da indústria musical, isto foi feito através do estudo da recente concentração dos mecanismos e dos circuitos de distribuição dos produtos áudio no mercado nacional (fonogramas diversos: CD's, DVD's musicais, Internet, ...) e do seu impacto na localização dos retalhistas que efectuam a comercialização destes bens para consumo final. Para além da análise dos dados estatísticos existentes (cf. Costa, 2003; OBERCOM, 2005; INE, *online*), foi fulcral a análise das entrevistas realizadas³ a diversos directores de editoras discográficas a operar no mercado nacional (nomeadamente às 3 *majors* e a 4 pequenas *indies*). Estas entrevistas, versando não só sobre as dinâmicas do mercado nacional e a políticas específicas de cada uma das

³ Por Nuno Galopim, jornalista do Diário de Notícias, e com publicação sequencial nas diversas edições do suplemento DN+ ao longo do mês de Janeiro de 2005.

empresas, mas também sobre as estratégias de resposta às grandes transformações estruturais que afectam o sector, foram de fundamental importância para complementar a escassa informação quantitativa credível disponível.

No caso da exibição cinematográfica, a estratégia metodológica utilizada foi relativamente distinta. A análise das dinâmicas ao nível da exibição de filmes em sala partiu também da informação estatística disponível (que aqui, apesar de também apresentar algumas limitações qualitativas graves, é no entanto um pouco mais credível e, sobretudo, mais volumosa – informação sobre números de filmes estreados, números de salas, ecrãs, projecções, audiências, etc. - cf. Costa, 2003; OBERCOM, 2005; INE, *online*), e foi depois complementada com um estudo aprofundado (numa perspectiva comparada, em termos temporais – análise *cross-time*) de programações e roteiros culturais em jornais nacionais de referência.

Nos dois pontos seguintes deste artigo apresenta-se uma aproximação, necessariamente sintética e esquemática, a alguns dos resultados obtidos, numa perspectiva de salientar os principais impactos decorrentes das transformações identificadas, em termos da distribuição espacial e dos padrões de localização destas actividades.

3. A indústria fonográfica: a comercialização de música gravada

No caso da indústria discográfica, para além das transformações genéricas anteriormente apontadas no que concerne às mutações estruturais nas indústrias culturais, fará sentido destacar um conjunto de mutações estruturais específicas, que se traduzem, entre outros, em factores como os seguintes:

- Transformações vertiginosas nas condições tecnológicas da provisão destes serviços e de transmissão dos conteúdos (digitalização; convergência de plataformas; desenvolvimento do comércio electrónico; generalização dos *downloads*, livres ou legais – pagos -, da *internet*; surgimento de novos mercados paralelos para a difusão de conteúdos, como os telemóveis; etc.);
- Progressivo incremento da concentração empresarial na “fase” da difusão (e promoção) de conteúdos (particularmente, através dos grandes grupos mundiais do sector), com a exploração do seu poder de oligopólio, de forma articulada e flexível, com os agentes locais;
- Reorganização dos mercados, em termos de produtos, e crescimento da articulação com outros mercados e janelas (o que passa, entre outros aspectos, pela progressiva concentração do investimento e dos esforços de promoção num número reduzido de artistas/produtos, mas aproveitando diversos mercados em simultâneo (rádio, televisão, actuações ao vivo, organização de eventos, merchandising, info-entretenimento,...));
- Crescente consciencialização e preocupação com a questão da defesa dos direitos de propriedade intelectual (em particular pelos intermediários no processo de difusão de conteúdos, como as editoras discográficas, ...);
- Desenvolvimento do papel crucial dos mediadores (“gatekeepers”), e isto não obstante muitos deles se encontrarem associados ou estarem cada vez mais inseridos (formal ou informalmente) nas “indústrias” do “mundo da música” (por exemplo, pela via da programação ou difusão de TV, ou da organização de festivais de música, etc.).

Tendo por base este panorama, importará então sistematizar alguns dos resultados obtidos ao nível da observação empírica do caso específico português. Apresentam-se de forma esquemática e muito sintética de seguida algumas das grandes conclusões verificadas:

- Decréscimo global total do mercado fonográfico nacional (-42,3%, de 2000 a 2004), com claras consequências em todos os tipos de suportes (excepto DVD's musicais) e de empresas no mercado;
- Crescimento de outros mecanismos de distribuição alternativos de conteúdos musicais (Internet, pela via tanto dos *downloads* livres, como dos legais; reprodução individual dos conteúdos – generalização da utilização dos CD's, I-pods,...);
- Incremento da concentração empresarial no sector (oligopólio claro, com 3 grandes empresas multinacionais - EMI, Universal, Sony-BMG -, as quais foram absorvendo ou esvaziando gradualmente as tradicionais grandes empresas que actuavam neste mercado, de origem nacional), o qual se associa igualmente a um certo redireccionamento de estratégias e de políticas editoriais (por exemplo, a filial nacional de um destes grandes grupos, já não tem sequer autonomia do seu associado de Madrid ...);
- Mas igualmente um grande dinamismo e uma clara multiplicação de pequenas editoras e etiquetas independentes ("*indies*"), nos mais diversos tipos de mercados musicais diferenciados (associando muitas vezes esta fase da difusão de conteúdos, às fases anteriores, relacionadas com a sua criação e produção);
- Redução do volume de produtos/artistas locais nos catálogos, por parte das maiores editoras ("*majors*"), resumindo-se os artistas portugueses a um peso de cerca de 32% do total, no caso mais favorável (a EMI);
- Maior propensão à assunção do risco (como aliás tradicionalmente ocorre nestas indústrias – cf. Caves, 2002) pelas pequenas editoras independentes, realidade que se torna facilitada pelo progresso tecnológico e pela sua mais alargada difusão, reduzindo claramente os custos de entrada, ao nível da produção de conteúdos, bem como da sua difusão;
- Crescente dicotomização ao nível dos mecanismos tradicionais de comércio a retalho destes bens (com a polarização crescente em torno de duas realidades distintas: as grandes superfícies e supermercados *vs* as lojas especializadas – uns apostando em mercados mais generalistas, outros especializando-se, a diversos níveis), a qual se traduz em termos de balanço quantitativo num claro decréscimo global do número total de pontos de venda;

- Desenvolvimento de movimentos associativos e de iniciativas de cariz diverso em defesa de interesses específicos nestas indústrias (em campos como a defesa dos direitos de autor e dos royalties, ou da defesa da redução da carga fiscal nos discos, por exemplo), juntando editores, revendedores e artistas;
- Tendência estrutural para o desenvolvimento de articulações, mais formalizadas ou mais informais, com diversos outros mercados, paralelos à edição e distribuição discográfica (não obstante algumas perdas neste campo...): organização e promoção de espectáculos ao vivo, emissão radiofónica e televisiva dos conteúdos, etc. – Note-se no entanto que se verifica aqui uma muito mais íntima relação entre empresas/grupos/agentes nas áreas da rádio ou da organização de eventos e espectáculos, do que directamente com os editores discográficos ou distribuidores e retalhistas – será este também um sinal da evolução dos mercados musicais?

Esta realidade verificada no caso português, não obstante algumas cambiantes particulares, traduz em muitos pontos aquilo que tem vindo a ser genericamente identificado na evolução recente verificada em muitos outros países. Esta evolução tem impactos significativos em termos territoriais, seja na óptica da simples distribuição das práticas pelo território nacional (neste caso concreto, dos pontos de venda a retalho e dos consumos que lhe estão associados), seja na perspectiva dos factores subjacentes à territorialidade destas actividades, isto é, à criação de condições para o seu surgimento e desenvolvimento em certos pontos do território (factores de localização, economias de aglomeração, etc.), e ao papel que estas actividades possam desempenhar na promoção da competitividade e do desenvolvimento das cidades ou regiões em que se situem.

Neste quadro, da análise efectuada, ressaltam as seguintes conclusões, em termos da observação empírica dos impactos territoriais destas transformações na indústria fonográfica em Portugal:

- A progressiva dicotomização de pontos de retalho (atingindo um dos maiores níveis da Europa), entre grandes superfícies e lojas especializadas, leva a uma tendência inicial para a concentração em cidades de maior dimensão (*FNAC, Valentim de Carvalho*, etc. ou lojas especializadas, usualmente dedicadas a nichos de mercado específicos), mas que se alarga depois a uma progressiva expansão e a uma difusão/generalização em paralelo da comercialização dos produtos e mercados mais generalistas (em supermercados, bombas de gasolina, etc.);

- As lógicas de localização intra-metropolitanas tendem a ir favorecendo a substituição dos mais centrais e tradicionais (e numerosos...) pontos de comercialização por outros (bem menos, quantitativamente...), mais periféricos e suburbanos (em centros comerciais, grandes hipermercados, ...), sem inverter no entanto a clara dominância dos consumos metropolitanos (especialmente da área metropolitana de Lisboa) no contexto nacional.
- O desenvolvimento de padrões alternativos de distribuição (e, sobretudo, de uma acrescida acessibilidade aos conteúdos) é notório, mesmo em zonas menos centrais, não obstante os constrangimentos associados ao processo de difusão das próprias infra-estruturas ao nível das tecnologias de informação (bem como à disseminação territorial ao nível das dotações de capital cultural, do nível de escolarização ou da distribuição de rendimento, por exemplo): comércio electrónico e, particularmente, *downloads* de conteúdos musicais através da internet;
- O balanço entre a difusão de conteúdos musicais mais convencionais, ou mais massificados, e a de outros mais “alternativos” é aqui importante: por um lado, retalhistas e pontos de comercialização mais independentes ou mais especializados em certos tipos de bens ou serviços, tendem a resistir melhor (aproveitando as mais baixas elasticidades da procura para estes tipos de bens), mas por outro lado, uma das suas maiores forças (as suas mais vastas áreas de influência, ou “*hinterlands*”, alargando-se muitas vezes para bem fora das cidades) pode também ser cada vez mais subvertida pela internet e pela difusão das TIT, seja pela via da expansão das compras on-line, seja pela generalização dos *downloads*, livres ou sancionados pelo mercado, de ficheiros de música.

4. O cinema: a exibição cinematográfica em sala

Tal como no caso da indústria discográfica, também ao nível da fileira do audiovisual, e especificamente do caso da produção e exibição cinematográfica, diversas transformações estruturais se desenrolam nos dias de hoje, revolucionando em grande escala a forma como se organiza esta indústria, e mesmo a própria natureza dos bens produzidos e dos processos da sua provisão. Para além das mutações genéricas das indústrias culturais, acima sintetizadas, importa igualmente destacar um conjunto de transformações específicas associadas à indústria dos filmes.

Também aqui, vastas alterações tecnológicas estão a determinar profundas reestruturações na indústria do cinema (processos de digitalização, possibilidades de articulação com várias outras janelas para a distribuição e a promoção de conteúdos, seja dentro dos diversos campos do audiovisual, seja para fora dos mercados mais convencionais, etc.), mas grande parte das transformações mais importantes em curso, associam-se essencialmente a aspectos mais organizacionais específicos desta actividade:

- A progressiva concentração, ao nível dos produtos e dos volumes de investimento, num pequeno número de títulos, para o qual é garantida uma vasta distribuição e uma forte promoção, embora com um ciclo de vida cada vez mais curto;
- A concentração económica da distribuição, com uma grande dependência, formal ou informal dos exibidores (bem como dos produtores ...), revelando bem o nó fundamental existente (e o papel dos mecanismos de governância) entre distribuição e exibição (o papel fundamental dos contratos, das instituições e convenções,...);
- A crescente articulação e interligação dos conteúdos produzidos com a exploração de outros mercados, seja na própria indústria do cinema (explorando outras janelas que permitam gerir e prolongar os ciclos de vida do produto: edição em DVD, aluguer, venda de direitos para as redes de TV ou cabo, ...), seja também no seu exterior (info-entretenimento, notícias e media, videojogos, *merchandising*,...);
- A diversificação progressiva da actividade (mesmo do “*core business*”) associada à exploração da própria exibição cinematográfica (onde o cinema aparece cada vez mais como um negócio minoritário, particularmente no caso da exploração de salas multiplex), mesmo para fora do campo do audiovisual (por exemplo, com a grande fatia do volume de negócios nalguns destes espaços a ser canalizada para a venda de produtos de restauração, como pipocas e bebidas...);
- A possibilidade, neste quadro, de antecipar uma visão de futuro centrada num aprofundamento da dicotomia entre *cinema* (o cinema propriamente dito, com marca de “autor”, eventualmente mais ligado e apoiado em suportes técnicos e formas de provisão mais tradicionais) e *entretenimento* (filmes mais massificados, na lógica dos *blockbusters*, providos cada vez mais através de várias janelas complementares, aproveitando as vantagens técnicas e económicas

da digitalização e a gestão de ciclos de vida do produto mais curtos mas menos arriscados e mais rentáveis).

Com este cenário como pano de fundo, foi então analisada com mais detalhe a realidade do subsector em Portugal, com base na observação empírica acima referenciada. De entre os resultados recolhidos através desta observação das dinâmicas da exibição cinematográfica no nosso país nos anos mais recentes, destacam-se as ideias que se sintetizam nos pontos seguintes:

- Um crescente domínio do modelo dos complexos multi-salas e multi-ecrans, particularmente em centros comerciais (ou outras grandes superfícies comerciais como hiper ou supermercados), seja este modelo fomentado pela expansão dos principais grupos empresariais do sector já existentes (e da sua política de reconversão de salas), seja igualmente pela entrada de novas empresas no mercado da exibição (maioritariamente de origem externa);
- Uma elevada concentração empresarial no ramo (num cenário claramente oligopolista), não obstante a já referida entrada de novos agentes (igualmente ligados a cadeias internacionais de distribuição ou exibição do sector audiovisual) - veja-se a distribuição do peso dos diversos agentes no mercado: Lusomundo/Warner e Castelo Lopes (com cerca de 66% do mercado); Grupo Paulo Branco, AMC (cada com 11%); UCI (5%); NLC, SBS, outros (restantes 7%);
- O desenvolvimento e consolidação (não obstante algumas apostas menos bem sucedidas...) de uma forte fileira “alternativa” (apoiada em fortes ligações com a fase da produção cinematográfica, seja no país, seja no exterior), focada na prestação do “serviço de cinema” em si mesmo (Grupo Paulo Branco), embora expandindo-se igualmente para o campo da exibição mais “*mainstream*” (com relativo insucesso, aliás);
- O registo de profundas transformações em termos do ciclo de vida da exibição dos filmes em sala, particularmente no caso dos distribuidores multi-sala, internacionais (empresas com ligações globais, onde se destaca que os filmes americanos, em particular “de Hollywood”, assumem cerca de 75% do mercado): concentração em menos títulos estreados, com muito mais cópias (exibidas em simultâneo), durante períodos mais curtos (poucas semanas) e com o suporte de grandes mecanismos de promoção (campanhas de marketing

agressivas, em diversos canais, ultrapassando em muito a mera divulgação publicitária);

- Uma pressão para a aceleração do ciclo de vida dos produtos relacionada com o aumento do interesse na exploração de diversos mercados associados à potencial rentabilização do mesmo filme, personagem ou história (mercado de aluguer, comercialização em DVD, cabo, difusão televisiva em sinal aberto, etc.), a qual terá aliás impactos no padrão territorial de difusão desses bens, que se alarga mais facilmente.

Estas diversas tendências, no entanto, revelam-se em termos territoriais ao nível de uma multiplicidade de vertentes nem sempre coerentes ou coincidentes. Da análise empírica efectuada sobre a evolução recente da exibição cinematográfica no País, em termos territoriais, podemos então extrair um conjunto de ideias-síntese que nos dão uma perspectiva sobre a diversidade dos impactos destas transformações:

- Os principais centros urbanos continuam a concentrar a esmagadora maioria do mercado (75% em Lisboa, Porto e Setúbal; quase 45% só na área de Lisboa propriamente dita);
- Embora, nas principais áreas metropolitanas, se verifique uma acentuada tendência para o desenvolvimento de um processo de suburbanização (associado à disseminação de *multiplexes* nos diversos centros comerciais, pelos vários concelhos da periferia, e ao encerramento das salas tradicionais de grande dimensão, particularmente nos centros das metrópoles; com excepção dos cinemas da fileira “alternativa” de Paulo Branco e de alguns novos investidores externos, particularmente a UCI, em espaços comerciais de grande dimensão no centro da cidade); de uma forma muito simplista, poderíamos traduzir esta evolução numa tendência para uma maior especialização do centro em mercados mais alternativos (com procuras menos elásticas e aproveitando maiores benefícios das economias de aglomeração) vs uma maior disseminação territorial dos filmes mais massificados e dos grandes *blockbusters*, pelas periferias;
- Fora das áreas metropolitanas, regista-se uma franca expansão da exibição em centros urbanos de pequena e media dimensão (mesmo nalgumas áreas mais rurais), como resultado do gradual alastramento do investimento (privado, mas também, neste caso, muito público, particularmente a nível da administração local) na actividade (note-se que aqui, no entanto, na sua maioria não

directamente associado aos maiores grupos que detêm o poder de oligopólio no mercado);

- Verifica-se igualmente o desenvolvimento da actividade de exibidores mais especializados (permanente ou ocasional; cineclubes, festivais, etc.), sobretudo nas principais áreas metropolitanas, mas também, crescentemente, noutras zonas do país;
- O incremento da velocidade de rotação dos filmes (e o encurtamento do seu ciclo de vida), facilita a sua disseminação territorial pelo país, bem como um mais rápido e territorialmente equitativo acesso a novos filmes por todos (“oleando” a sua difusão geográfica, no contexto tradicional da progressão dos “centros” para as “periferias”), pelo menos, no que concerne ao cinema mais generalista.

5. Nota conclusiva

Tentou-se neste texto dar uma breve panorâmica dos impactos territoriais das transformações actualmente verificadas ao nível dos processos de distribuição dos bens produzidos nas indústrias culturais. Neste sentido, foram sistematizados alguns resultados de um percurso de investigação que tenta analisar as principais transformações em curso nos processos de produção, distribuição e consumo dos bens culturais, bem como da sua tradução territorial. Em particular foram identificadas, com base na observação empírica da realidade portuguesa recente, as principais linhas de evolução, em qualquer destes campos, em dois segmentos particulares das indústrias culturais: a comercialização discográfica e a exibição cinematográfica.

Em termos de síntese geral, no que concerne à relação entre as reestruturações actualmente sentidas nos processos de distribuição, ao nível das indústrias culturais, e a localização territorial da provisão final destes bens e serviços, duas grandes linhas conclusivas se parecem impor:

Por um lado, a ideia de que as alterações estruturais na indústrias culturais (e particularmente, aquelas mutações aqui mais focadas, concernentes à fase de distribuição) afectam claramente a distribuição territorial e os padrões de localização destas actividades, e nomeadamente a sua provisão final ao consumidor.

Por outro lado, a noção de que não podem ser facilmente identificadas relações lineares únicas em termos das tendências para a concentração ou para a difusão espacial no que concerne à provisão destes bens, já que ambos os efeitos se verificam, e até se poderão considerar complementares, sendo verso e reverso de uma mesma realidade.

No que respeita às implicações destas constatações em termos do desenho de políticas públicas (e não esquecendo, que, no essencial, estamos perante actividades que são na sua generalidade providas pelo mercado, com excepção dos casos em que a intervenção do estado se faz em nome do interesse colectivo e da provisão de serviço público), temos aqui no entanto ainda uma ampla margem de actuação. Destacamos apenas consequências a dois níveis da actuação pública: a política cultural, propriamente dita, e a política de promoção do desenvolvimento regional e urbano.

No caso das políticas culturais várias vertentes poderão e deverão ser exploradas neste contexto de transformação profunda do funcionamento dos mercados (e da própria natureza das actividades culturais analisadas), desde a intervenção no âmbito da regulação (e regulamentação) dos mercados e do seu funcionamento; à disseminação de

condições, em termos da dotação em tecnologias da informação e comunicação, em saber fazer, em competências; à provisão de bens públicos e assunção dos serviços público nestas áreas; à provisão de condições para elevar o nível médio em termos de capital cultural; etc.

No caso das políticas de desenvolvimento regional e local, várias outras dimensões de actuação poderão se igualmente exploradas numa lógica de adaptar a reacção dos agentes às transformações em curso àqueles que são os interesses colectivos de base territorial em presença, de forma a mobilizar a sua actuação para a promoção da competitividade e do desenvolvimento: esta intervenção, numa perspectiva das políticas de desenvolvimento regional e local ou de desenvolvimento urbano, poderá passar pela promoção da equidade no acesso às actividades culturais e às possibilidades de expressão identitária e criativa; pelo apoio a sistemas de produção fortemente territorializados, de base territorial, centrados nestas actividades, ou mesmo, pela correspondência aos diversos falhanços do mercado identificados, por exemplo.

Importa então, aos vários níveis de intervenção que expressam as diferentes escalas de interesse territorial, combinar as actuações a estes dois níveis, de forma a corresponder às transformações em curso nestas actividades e proporcionar aos agentes condições que lhes permitam, face à sua estratégia de implantação territorial, concorrer para a promoção da competitividade territorial e para o desenvolvimento das cidades e das regiões.

Agradecimentos

O autor agradece a Nuno Galopim (do jornal *Diário de Notícias*) por todas as frutuosas discussões e pelo apoio a nível do trabalho empírico utilizado para a produção deste artigo, em particular pela elaboração das entrevistas realizadas aos diversos directores de editoras discográficas em Portugal (publicadas no referido jornal, durante o mês de Janeiro de 2005).

Referências bibliográficas

- Benhamou, Françoise (1996), *L'économie de la culture*, Éditions La Découverte, Paris
- Camagni, Roberto, Denis Maillat e Andrée Matteaccioli (Eds.) (2004), *Ressources naturelles et culturelles, milieux et développement local*. Neuchatel: EDES
- Caves, Richard (2002), *Creative Industries: Contracts between Art and Commerce*, Cambridge / London: Harvard University Press
- Costa, Pedro (2001), “Cultura e competitividade territorial: o caso do cinema português”, *Economia Global e Gestão*, nº1/2001, pp. 119-136.
- Costa, Pedro (2003), *As actividades culturais e a competitividade territorial: o caso da Área Metropolitana de Lisboa*. Universidade Técnica de Lisboa. Dissertação de Doutoramento em Planeamento Regional e Urbano. Lisboa: ISEG/UTL
- Farchy, Joëlle (2002), *La fin de l'exception culturelle?*, Paris: CNRS Éditions
- Florida, Richard (2002), *The rise of the creative class*. New York: Basic Books
- Greffe, Xavier (2002), *Art et artistes au miroir de l'économie*, Paris: Ed. UNESCO / Economica
- Greffe, Xavier (2005), *Économie de la propriété artistique*, Paris: Economica
- INE (online), *Anuários Estatísticos Regionais, Estatísticas da Cultura* e outras publicações estatísticas diversas (www.ine.pt)
- OBERCOM (2005), *Anuário Comunicação 2004-2005*, Lisboa: Observatório da Comunicação
- Neves, José Soares (1999), *Os profissionais do disco – um estudo da indústria fonográfica em Portugal*, Lisboa: Observatório das Actividades Culturais
- Scott, Allen J. (2000), *The Cultural Economy of Cities*, London / Thousand Oaks / New Delhi: Sage
- Towse, Ruth (ed.) (2003), *A Handbook of Cultural Economics*, Northampton, MA: Edward Elgar
- Throsby, David (2001), *Economics and Culture*, Cambridge: Cambridge University Press