



CATÓLICA
ESCOLA DAS ARTES

PORTO

EXIBIÇÃO DE CINEMA INDEPENDENTE NA
CIDADE DO PORTO: O CASO DO *BATALHA*
CENTRO DE CINEMA NO CONTEXTO EUROPEU

Dissertação apresentada à Universidade Católica Portuguesa
para obtenção do grau de Mestre em Gestão de Indústrias Criativas

Mafalda Barbosa Trigueiro da Rocha

Porto, Setembro de 2022



CATÓLICA
ESCOLA DAS ARTES

PORTO

EXIBIÇÃO DE CINEMA INDEPENDENTE NA
CIDADE DO PORTO: O CASO DO *BATALHA*
CENTRO DE CINEMA NO CONTEXTO EUROPEU

Dissertação apresentada à Universidade Católica Portuguesa
para obtenção do grau de Mestre em Gestão de Indústrias Criativas

Mafalda Barbosa Trigueiro da Rocha

Trabalho efetuado sob a orientação de

Bruno Costa

Porto, Setembro de 2022

Agradecimentos

Aos meus Pais, por me proporcionarem e celebrarem esta experiência, pelo constante encorajamento e incentivo.

À Helena, por me ajudar e lembrar que *o material tem sempre razão*.

Ao Professor Bruno Costa, pela enorme paciência e compreensão, acessibilidade e ajuda, tanto na escolha do tema como ao longo da investigação.

Aos elementos do Corpo Docente, pela enorme disponibilidade e conhecimento partilhado, que aumentou ainda mais o meu entusiasmo pela área.

Aos meus Avós, pela preocupação, ajuda e mimo.

Ao Diogo, pelo companheirismo e amizade.

Aos meus amigos, pela ajuda, distração e bom-humor.

À turma e aos meus amigos de curso, por tornarem esta experiência ainda mais divertida.

Resumo

Resumo: A importância da exibição de cinema independente nas várias dinâmicas das cidades tem sido abordada por vários autores. Ainda assim, embora as políticas para o cinema e para o audiovisual representem um dos focos principais das políticas culturais europeias, ainda é um tema pouco investigado relativamente à União Europeia e a Portugal. O alcance das políticas públicas no cinema permanece assimétrico, os incentivos à produção cinematográfica representam o principal alvo das políticas públicas, e devem ser articulados com a distribuição e a exibição. Esta dissertação incide sobre o subsetor de exibição de filmes não comerciais e semicomerciais na cidade do Porto, em particular na proposta de reabertura do Batalha Centro de Cinema, assim como no seu valor na dinâmica social e cultural do Porto e o devido enquadramento histórico. A presente investigação busca compreender o papel do centro de cinema enquanto impulsionador social, económico e cultural de uma cidade. Para isso, a investigação inclui revisão de literatura relativamente à abordagem pública para este setor na UE e em Portugal e relativamente à história do cinema na cidade do Porto. Para além disso, é realizada uma análise de *benchmarking* entre centros cinematográficos de outras cidades, como o *Eye Film Institute* em Amesterdão, o *Light House* em Dublin, *HOME Cinema* em Manchester e à *Filmhouse* em Edimburgo de modo a compreender com mais profundidade o papel do centro cinematográfico na cidade. Esta investigação pretende contribuir para o conhecimento acerca do papel das instituições culturais na saúde, vivacidade e economia das cidades.

Abstract: The importance of independent cinema exhibition has been addressed by several authors. While cinema and audiovisual policies represent one of the main focuses of European cultural policies, it is still scarce in investigation in the European Union and in Portugal. The distribution of public policies in cinema remains asymmetrical as incentives for film production remain the main target of public policies and they ought to be articulated with distribution and exhibition. This dissertation focuses on the non-commercial and semicommercial film exhibition subsector in Porto, particularly, on the reopening proposal of the Batalha Centro de Cinema, its value in the social and cultural dynamics of Porto and an historical framework. The present research seeks to understand the role of the film centre as a social, economic, and cultural driver in cities. For that, the investigation includes a data revision regarding public policies for this sector in the EU and in Portugal, the history of cinema in Porto as well as a benchmarking analysis between film centres in other cities, such as the Eye Film Institute in Amsterdam, Light House in Dublin, Home Cinema in Manchester, and Filmhouse in Edinburgh for a deeper understanding of the role of the film centre in the city. This research aims at contributing to the knowledge on the role of cultural institutions on the well-being, livelihood, and economy of cities.

Palavras-chave: Batalha Centro de Cinema; economia do cinema; exibição semicomercial; exibição não comercial; política cultural; audiovisual; distribuição de cinema; exibição de cinema.

Índice

Agradecimentos	3
Resumo	4
Introdução	6
2. Enquadramento	10
2.1. <i>Cinema: a génese</i>	10
2.2. <i>A economia da cultura</i>	13
2.2.1. A economia do cinema	14
2.3. <i>As políticas públicas para o cinema</i>	17
2.3.1. A história das políticas públicas para o cinema na europa	19
2.3.2. As políticas públicas para o cinema em portugal	24
2.3.2.1. As primeiras intervenções no setor do cinema em portugal: antes de 1974	25
2.3.2.2. As intervenções no setor do cinema em portugal: depois de 1974.....	28
2.3.3. Apoio à exibição não comercial	32
2.3.4. o setor de exibição semicomercial.....	34
3. O batalha.....	36
3.1. <i>O início</i>	36
3.2. <i>O cineclube do porto</i>	38
4. Cinema independente no porto no século xxi.....	41
4.1. <i>O projeto do batalha centro de cinema: memória, conhecimento e inovação</i>	41
5. Análise benchmarking	48
5.1. <i>Eye film institute em amsterdão</i>	50
5.2. <i>Home em manchester</i>	52
5.3. <i>Light house cinema em dublin</i>	55
5.4. <i>A proposta para o novo filmhouse em edimburgo</i>	56
5.5. <i>Comparação geral</i>	57
Considerações finais	61
Referências e bibliografia.....	65
APÊNDICE A: ENTREVISTA À PROFESSORA HELENA SANTOS.....	78
APÊNDICE B: ENTREVISTA A GUILHERME BLANC.....	86
ANEXO A: RELATÓRIO - ATELIER 15.....	89
ANEXO B: FOTOGRAFIAS DA RECUPERAÇÃO DO CINEMA BATALHA, POR FILIPA BRITO.....	92

Introdução

Na era do conhecimento e da informação, as cidades competem para atrair e reter indústrias criativas e os seus trabalhadores de modo a garantir crescimento económico, social e urbano. Durante a última década, a crescente popularidade das cidades criativas encorajou muitas cidades a procurar aumentar a sua oferta artística e cultural e, conseqüentemente turística, sendo aceite que uma cidade deve ser “emocionalmente satisfatória e uma cidade que estimula a criatividade entre os cidadãos” (Yencken, 1988, p.597).

A indústria do cinema é reconhecida pelo seu forte impacto e alcance económico. Este setor gera enormes receitas e abarca grandes investimentos, especialmente quando falamos de filmes de entretenimento *mainstream* de Hollywood, onde a distribuição e exibição está associada ao fenómeno da globalização. (Chisholm et al., 2015). Em 2019, a indústria de cinema dos EUA gerou US\$ 10,2 mil milhões em vendas de bilheteria nos Estados Unidos. Os gastos totais em “noites de cinema” foram de cerca de US\$ 5 mil milhões em atividades ligadas ao comércio e à restauração ou compras alimentares nos dias de ida ao cinema. Ainda relativamente aos EUA, a indústria de cinema gerou um total de 399 500 empregos em 2019, incluindo 150 200 funcionários cuja atividade está diretamente ligada ao cinema, 175 200 empregos indiretamente ligados ao cinema e 74 100 trabalhadores associados aos gastos de uma “noite de cinema” (Ernst & Young, 2021). Também na Índia, em 2019, as indústrias de cinema, televisão e de serviços de vídeo online representaram cerca de 93 000 Rupias Indianas (aproximadamente US\$ 13,3 mil milhões), o que representou mais de metade da receita total da indústria de *media* e entretenimento do país (Deloitte, 2022).

O objeto de estudo desta investigação é o Batalha Centro de Cinema enquanto impulsionador cultural, social e económico da cidade do Porto, perspetivando o seu potencial nas dinâmicas culturais e económicas da cidade do Porto.

O presente trabalho encontra-se dividido em diferentes secções. Na primeira secção deste trabalho, a investigação procura compreender e aprofundar o enquadramento das políticas públicas para o Cinema na União Europeia nos últimos 20 anos focando no caso português. Este objetivo estratégico foi completado com recurso à revisão de literatura disponível sobre a evolução de políticas públicas para o setor audiovisual, e particularmente para o segmento da exibição de cinema não comercial e semicomercial. Foram analisadas outras investigações que recorreram aos dados disponíveis do Instituto do Cinema e do Audiovisual e do Observatório Europeu do Audiovisual. De modo a obter uma maior compreensão do setor da exibição de cinema não comercial em Portugal, é feita também uma síntese da evolução dos projetos de apoio e dos principais documentos legais. Além disso, é fornecida uma visão do quadro europeu em relação às políticas públicas e as dimensões que nos diferentes países abrangem. É pertinente entender as mudanças comuns nos apoios públicos e nas políticas públicas para o cinema e relativas à digitalização, assim como entender como o financiamento público evoluiu ao longo dos anos.

A exibição de cinema é fulcral no que tange a cultura e indiscutivelmente, representa uma ferramenta de educação, da história, das ciências sociais e um importante ponto de partida na introdução de debate e diálogo. As variadas propriedades da imagem em movimento e do ato de transmitir histórias, constituem uma excelente forma de disseminar informação, proporcionar lazer e educar a comunidade (Ágora Cultura e Desporto, 2022).

Ainda assim, este segmento do setor do cinema (exibição) é escasso em informação e investigação, relativamente aos segmentos da produção e distribuição. Esta escassez é ainda mais acentuada quando falamos de exibição nos circuitos de cinema não comercial ou semicomercial.

O circuito de cinema não comercial refere-se a entidades sem fins lucrativos como como cineclubes e associações culturais. Já o circuito de cinema semicomercial, ou independente é circuito intermediário, associado a filmografias alternativas numa base comercial, embora na maioria das vezes com financiamento público (Miranda, 2020).

Estes subsectores tendem a ser apoiados publicamente nos países europeus, como forma de promover a diversidade cultural, e tentar neutralizar as forças de mercado que tornam os filmes americanos dominantes (Newman-Baudais, 2011; Crane, 2014). O circuito não comercial representa uma minoria com apoios à programação, atração de público e audiências ainda insuficientes. Em Portugal, os principais apoios vêm dos esforços de instituições públicas como o Instituto de Cinema e Audiovisual (ICA) e a Cinemateca Portuguesa (Barbosa, 2020; Barbosa & Santos, 2018a).

É importante realçar que a exibição é um segmento complexo, principalmente quando se trata de circuitos fora da exibição comercial, onde os municípios podem desempenhar papéis diferentes. O principal apoio municipal em Portugal advém de apoio nas infraestruturas (espaços municipais) e eventualmente do apoio às atividades das associações culturais em geral, mas não existem políticas municipais para exibição de filmes (Miranda, 2020).

Nas últimas décadas, a exibição de cinema não comercial e semicomercial ganhou novamente importância, não apenas nas políticas culturais europeias, mas também nas políticas nacionais de vários países. Isso deve-se, principalmente, à forma como as mudanças tecnológicas estão a afetar a exibição cinematográfica (Aveyard, 2016; Barratt & Jones, 2014).

Em alguns países, a exibição alternativa representa um subsector bastante sólido, como o caso *french art house network* (Arnal & Salson, 2016; Olsberg SPI & Kern European Affairs, 2001). Em Portugal, contudo, a exibição de cinema para lá do circuito comercial é desigual, concentrada geograficamente nas metrópoles e profundamente assimétrica social e territorialmente, sendo que 1/3 da população não tem acesso a exibição regular (Barbosa et al., 2016).

É reconhecida por vários autores a necessidade de aplicação de políticas públicas no setor cultural e, como referido, as políticas para o cinema e audiovisual representam um dos principais focos das políticas culturais europeias. Ainda assim, o setor carece de investigação e investimento, tanto em Portugal como na União Europeia (Miranda, 2020).

Contudo, a urgência da exibição de cinema não comercial e semicomercial, ainda que seja uma ideia sólida em alguns países dado o esforço para promover a diversidade cultural e neutralizar a força do mercado que torna o cinema americano predominante, continua desigual e pouco democratizada (Arnal & Salson, 2016; Olsberg SPI & Kern European Affairs, 2001; Crane, 2014; Newman-Baudais, 2011). A questão das políticas públicas para o Cinema foi alvo de variados estudos. As políticas publicas para o Cinema em Portugal são também investigadas (conferir Coelho (2017), Miranda (2020), Santos (2020)).

Na secção seguinte da presente investigação, é abordada a presença da exibição de cinema não comercial e semicomercial na cidade do Porto, tencionando compreender como o cinema se poderá reposicionar e ser utilizado como impulsionador de uma estratégia cultural. Pretende-se aprofundar a história do Porto enquanto cidade pioneira do Cinema em Portugal, desde a produção e realização, à exibição e curadoria da mesma, abordando os projetos e circuitos de exibição de cinema independente ou não comercial na cidade do Porto, e procurando compreender a sua presença na dinâmica cultural da cidade.

Numa cidade como o Porto é pertinente compreender a evolução das políticas culturais do município. O Porto, enquanto cidade pioneira do cinema em Portugal, torna-se particularmente valioso pelos múltiplos espaços e projetos dedicados ao cinema não comercial e independente na cidade. Estudar a exibição de circuitos não comercial e semicomercial portugueses torna-se ainda mais pertinente já que funcionam como um instrumento crucial de correspondências nas comunidades em que atua sendo um motor do conhecimento, do desenvolvimento sustentável e da economia (Coelho, 2017).

A partir daí, será efetuado neste trabalho o estudo da proposta de reabertura Batalha Centro de Cinema.

Estudar o Projeto Batalha Centro de Cinema é de particular valor, já que se prepara para abrir em contemporaneidade com a investigação que me proponho a realizar. A requalificação do Cinema Batalha vai resultar em duas salas de projeção preparadas para exibição de formatos digitais e analógicos, um espaço de galeria dedicado às artes visuais, uma biblioteca especializada em cinema. O espaço terá também uma mediateca, que pretende tornar acessível o património fílmico da cidade do Porto, através de um arquivo digital em permanente construção (Batalha Centro de Cinema inaugura no início de 2022 com projeto cultural agregador, 2021). O Batalha Centro de Cinema será assim um novo centro cultural da cidade do Porto que transcenderá a exibição independente. Prevê ser um espaço onde correntes cinematográficas, cultura fílmica e investigação no domínio da História do Cinema e do pensamento crítico sobre imagem em movimento serão divulgados, com uma programação que pretende estimular o conhecimento cultural através do cinema (Ágora Cultura e Desporto, 2022).

Neste seguimento, é feita uma análise *benchmarking* relativamente ao *Eye Film Institute* em Amsterdão, ao *Light House Cinema* em Dublin, ao *HOME Cinema* em Manchester e à *Filmhouse* em Edimburgo. Esta análise pretende compreender a dimensão e o impacto destes centros de cinema na exibição de cinema não comercial nas dinâmicas culturais das respetivas cidades europeias. Os centros de cinema que a investigação pretende utilizar como termo de

comparação foram já incluídos em alguns estudos acerca da disseminação de cinema independente.

Assim, perspetivar o potencial impacto deste Centro de Cinema da Ágora Cultura e Desporto na cidade do Porto, cuja relação com a cultura se mostrou incerta no passado, apresenta valor e pertinência (Coelho, 2017).

Esta dissertação pretende agregar conhecimento acerca do setor da exibição de cinema não comercial em Portugal, focando-se no caso específico do Batalha Centro de Cinema, e fornecendo uma contextualização deste setor relativamente às políticas culturais europeias, e às alterações ao longo dos anos (European Audiovisual Observatory, 2019). A presente investigação tem a intenção de proporcionar uma visão mais completa sobre a exibição de filmes não comerciais e sua importância para a sociedade, cultura e economia em geral.

A nível pessoal, esta dissertação apresenta para mim particular interesse por sentir a necessidade e interesse em estudar setores da indústria de cinema fora do circuito comercial, que tendem a contrariar o que Crane (2002) designa de imperialismo cultural: a relação de supremacia cultural por parte dos países do ocidente em relação às identidades de outros locais (Crane, 2002). Estudar a hegemonia americana no cinema e as forças que a combatem é crucial dada a natureza educativa do cinema. Os filmes que chegam à audiência no círculo comercial dificilmente representam a visão da realidade dos expectadores, seja esta relativa à realidade que varia de local em local, ou à realidade de grupos minoritários, como a comunidade transgénero ou a comunidade portadora de deficiências, por exemplo. Garantir a oferta de espaços que exibam filmes que despoletem o diálogo, a educação e que usem o cinema como um motor inclusivo de proximidade com a sua comunidade local é urgente.

2. Enquadramento

2.1. Cinema: A Génese

A história da indústria cinematográfica é resultado de uma mistura de cultura e economia (Miranda, 2020). As primeiras atividades relacionadas com cinema surgiram em 1895 em Paris, quando os irmãos Lumière apresentaram o cinematógrafo (*cinématographe*) que aperfeiçoaram numa das primeiras sessões de cinema.

A primeira câmara cinematográfica do mundo, desenvolvida em 1890 pelo americano Thomas Alva Edison e seu assistente e protegido, William K. L. Dickson. Designado de o cinetógrafo (*kinetograph*), deve ser salientado como um dos avanços técnicos preliminares que originaram o surgimento do cinema (Musser, 2018).

Em Portugal, os primeiros passos da exibição cinematográfica ocorreram quase de imediato, em 1896, quando foram exibidos os primeiros filmes no país (Costa, 1978).

As primeiras décadas do século XX foram marcadas por um desenvolvimento acelerado da indústria cinematográfica, retratada como um período de grande experimentação que levou à “era de ouro de Hollywood”, caracterizada pela integração vertical de sistemas de estúdio até o início dos anos sessenta (Musser, 2018). Este período de descoberta levou a grandes transformações, como a introdução de som e cor. O progresso tecnológico continuou a acompanhar a evolução do cinema, como retrata o cinema contemporâneo (Benghozi et al., 2015).

O circuito da indústria do cinema poderia ser sintetizado a três grandes momentos: produção, distribuição e exibição. Este circuito tem as suas singularidades, e antecipou algumas mudanças industriais importantes, como o sistema pós-fordista (a transformação de Hollywood do sistema de estúdio para um perfil industrial altamente flexível) (Miranda, 2020).

Relativamente à produção de filmes, é possível encontrar fases diferentes, como a pré-produção, produção e pós-produção. A pré-produção é a que inclui a aquisição dos direitos (da ideia ou do cerne do guião), a aquisição de financiamento, a contratação e a montagem da equipa que estará envolvida no projeto (Gil, 2008).

Após a conclusão das atividades de produção, as distribuidoras são utilizadas pelos produtores para disponibilizar os filmes. A distribuição é então a fase intermediária que promove e disponibiliza os filmes aos consumidores. Os acordos de distribuição são cruciais para financiar todo o processo de filmagem, já que envolvem muitas vezes oligopólios. Os altos custos de produção e os baixos custos de distribuição levam o custo médio a diminuir, criando uma situação de economias de escala. Com economias de escala, criam-se barreiras à entrada de novos concorrentes o que leva a oligopólios (Muñoz & Ferrer-Roca, 2017). Isso significa que as empresas envolvidas no processo controlam e fixam os custos de produção de forma a obter maiores lucros. Para além disso, os distribuidores também são responsáveis pelas campanhas de marketing e todos os esforços de promoção dos filmes. Depois desses processos, os filmes são exibidos, e são os exibidores a ter a possibilidade de definir durante quanto tempo os filmes

ficam disponíveis, caso não estejam integrados verticalmente com empresas de distribuição (Coe & Johns, 2004; Gil, 2008; Gil & Lafontaine, 2012).

A produção e a distribuição são as etapas comuns pelas quais um filme tem que passar antes da exibição. Na maioria das vezes, todos os custos envolvidos são afundados: a indústria cinematográfica é uma indústria de protótipos, envolvida em complexas “corridas de qualidade” que aumentam os custos de produção e, conseqüentemente, os custos de distribuição também aumentam, a fim de obter economias de escala (Bakker, 2012). Esta seqüência tende a ser complexa, incluindo contratemplos relacionados com acordos contratuais e de financiamento do lado da produção ou devido a problemas relacionados a datas de lançamento e campanhas de marketing do lado da distribuição (Chisholm, 2011; McKenzie, 2010). Também os padrões da procura são imprevisíveis, já que os fatores que influenciam as preferências dos consumidores em relação a um determinado filme tendem a variar com o tempo (Miranda, 2020). O formato de entrega, bem como os fluxos de comércio internacional tendem também a influenciar os padrões de procura e o comércio de filmes tem sido claramente dominado por filmes de Hollywood. (Chisholm et al., 2015; Dastidar & Elliott, 2020; Scott, 2004).

Como foi mencionado acima, durante a “era de ouro de Hollywood”, houve total integração vertical em relação ao processo de produção, enquanto a distribuição e exibição foram totalmente controladas por cinco grandes estúdios (Paramount Pictures, MGM, Twentieth Century Fox, RKO e Warner Brothers). Até o final da década de 1940, essas grandes empresas concentravam-se na produção e na distribuição, mas também possuíam redes de salas de cinema, o que levou a conflitos e práticas monopolistas que prejudicaram especialmente os expositores alternativos (Miranda, 2020). A integração vertical de distribuição e exibição permite aos distribuidores garantir os contratos que são estabelecidos com os produtores. Conseqüentemente, os produtores poderão financiar seus filmes mais facilmente. Os contratos de distribuição dizem respeito principalmente a como as receitas de bilheteria são divididas entre distribuidores e expositores. A forma como o contrato é elaborado depende de vários fatores, como o gênero do filme, o elenco ou o realizador que podem influenciar a sua popularidade e o tempo que estará disponível nos cinemas (Cameron, 2011; De Vany, 2006; Scott, 2004; Miranda, 2020).

Atualmente, a indústria ainda é majoritariamente dominada pelos grandes estúdios de Hollywood, contudo, estes já não controlam na totalidade a produção e distribuição uma vez que os estúdios independentes tendem a especializar-se nesses segmentos (Scott, 2004). Com o tempo, essas atividades deixaram de ser integradas verticalmente: muitas tarefas relacionadas à produção cinematográfica foram externalizadas, principalmente depois das leis *antitrust*¹ nos EUA acabarem com o sistema de estúdios de Hollywood (integração vertical total). A produção é agora muito mais difusa, com várias firmas independentes trabalhando juntas e formulando arranjos que permitem coordenar o processo. (Miranda, 2020)

¹ As leis *antitrust* dos EUA são um conjunto de leis que regulam a conduta e a organização de negócios de modo a promover a concorrência e evitar monopólios injustificados.

Isso gera tanto economias de escala quanto economias de *scope*, que resultam em vantagens competitivas para as empresas envolvidas, já que mobilizam recursos que podem levar à criação de barreiras à entrada de novos concorrentes. No entanto, segundo Scott (2004), essas mudanças não equivalem a uma ameaça ao mercado de Hollywood, que continua a dominar o setor devido à sua atratividade, ainda que a saída de capital e trabalho pareça estimular o surgimento de novos concorrentes, tentando enfrentar a dominância de Hollywood através do estabelecimento de novas empresas multinacionais de *media* especialmente na Europa e Ásia (Arnal & Salson, 2016; Scott, 2004; Miranda, 2020).

No caso do cinema independente a distribuição também o é, e apesar dos elevados custos de transação, os distribuidores independentes assumem posições nos filmes que administram. A concorrência entre as distribuidoras é grande, uma vez que os exibidores podem optar por deixar de exibir um filme para passar a exibir um novo, distribuído por outra distribuidora, quando ficam com a totalidade da receita obtida com as vendas da concessão. É por isso que as distribuidoras preferem a verticalização da exibição, porque além de receberem a totalidade das receitas de bilheteria e das vendas de concessões, também controlam os filmes que serão exibidos e por quanto tempo estarão disponíveis (Gil, 2008; Gil & Lafontaine, 2012; Scott, 2004). Desta forma as distribuidoras conseguem controlar melhor os riscos associados à exibição: em geral, preferem filmes menos arriscados e com maiores receitas esperadas, como *blockbusters*/filmes de entretenimento (Chisholm, 2011).

Atualmente, as distribuidoras estabelecem contratos que incluem partilha de lucro com os exibidores. O exibidor é que determina durante quanto tempo os filmes ficam disponíveis. O número de salas onde o filme está disponível é decidido tanto pelos expositores como pelos distribuidores (Gil, 2008; Prieto-Rodriguez et al. al., 2015).

Com a integração vertical, a incerteza em torno da duração do filme criada pelos contratos de compartilhamento de receita é resolvida, porque as distribuidoras proprietárias do cinema tendem a manter os filmes que distribuem disponíveis por um período maior (Gil, 2008).

Neste seguimento, podemos concluir que as condições nas quais os exibidores atuam desempenham um papel importante que impacta as possibilidades de escolha dos consumidores.

2.2. A Economia da Cultura

Throsby (2001) descreveu a cultura e a economia como duas áreas que dificilmente caminhariam de mãos dadas. A economia neoclássica reflete intenções individualistas, como a maximização da utilidade pelos consumidores e a maximização do lucro pelos produtores, ao contrário da perspetiva cultural, que reflete objetivos coletivos e, portanto, a consideração de representações, atitudes e práticas simbólicas. (Throsby, 2001b).

Baumol & Bowen (1966) em “Performing Arts: The Economic Dilemma” procuraram identificar o desafio económico das artes performativas, de questões financeiras, do que caracteriza a sua audiência (educação, distribuição geográfica) e o impacto da inovação tecnológica. A parte final do seu estudo abrange as fontes de financiamento e como elas são usadas para diminuir os défices deste setor (Baumol & Bowen, 1966).

A Lei de Baumol defende que a produtividade de um artista é improvável que aumente, mas os preços dos bilhetes e os salários vão aumentar e acompanhar o resto da economia. Esta lei admite a necessidade de apoios para o setor cultural, e é um estudo frequentemente lembrado e discutido enquanto base desta disciplina. Ao longo dos anos, os aspetos económicos da arte e o conceito mais amplo de cultura foram alvos de reflexão por parte dos economistas, e, desse modo, o pensamento económico tornou-se mais inclusivo relativamente ao papel e à relevância das artes e à cultura (Frey, 2000; Ginsburg & Throsby, 2006; Goodwin, 2006).

Assim, a economia da cultura estabeleceu-se como uma disciplina autónoma e numa área de especialização da economia. Tornou-se uma disciplina com as suas próprias conferências, os seus próprios códigos de classificação JEL e a sua própria organização (*Association of Cultural Economics International*). Esta é também responsável pela publicação do *Journal of Cultural Economics* desde 1997 (Throsby, 2001b).

Um outro marco relevante foi o desenvolvimento do conceito de capital cultural, definido por Throsby (2001) como “um ativo que incorpora, armazena ou fornece valor cultural, para além de qualquer valor económico intrínseco que possa ter” (Throsby, 2001a, p. 46). O capital cultural distingue-se do “capital” em geral, já que engloba tanto valor económico como o valor cultural. Assim, capital cultural acaba por espelhar as manifestações tangíveis e intangíveis da cultura. Este conceito tem uma importância significativa no estudo caracterização de atividades ou bens culturais, já que qualquer manifestação cultural acaba por expor e exteriorizar valor do qual a sociedade vai beneficiar (Throsby, 2011).

O conceito de capital cultural é fundamental no estudo do cinema e da exibição não comercial e semicomercial, já que surge em resposta às dificuldades de relacionar cultura e economia. Ou seja, ajuda a esclarecer a abordagem económica da cultura.

Cada país pode utilizar o próprio capital cultural como motor de vantagem competitiva. As relações e a troca cultural entre países devem ser fomentadas porque incentivam a acumulação de capital cultural. É importante observar, contudo, que as economias desenvolvidas têm uma maior predisposição para acumular capital cultural e contribuir para sua disseminação em comparação a economias em desenvolvimento (Bellandi et al., 2020; Throsby, 2001a). Apesar das políticas culturais portuguesas apresentarem fragilidades (Garcia et al., 2018), Portugal está alinhado com as políticas europeias e a cultura tem importância reconhecida em termos de crescimento. (Garcia et al., 2018; Menger, 2010). As atividades culturais contribuem para o desenvolvimento urbano e económico e o setor cultural encontra-se de “mãos dadas” com a

economia. Por exemplo, quando falamos de atividades de produção e distribuição, estas geram sinergias cumulativas e proporcionam mais investimento e emprego. Assim, os conteúdos culturais tendem a moldar a produção, distribuição e consumo de bens e serviços económicos (Mateus & Associados, 2010; Miranda, 2020).

Apesar da importância da disciplina, a Economia da Cultura ainda é uma subdisciplina emergente da Economia. O cinema, apesar da sua clara ligação à economia, sendo uma indústria globalizada e com uma vertente americana que gera grandes receitas, acaba por ser um setor que requer atenção e que acaba por ser desconsiderado (Chisholm et al. al., 2015; Blaug, 2001; Miranda, 2020).

2.2.1. A Economia do Cinema

A partir do conceito de capital cultural é permitido associar os bens culturais a experiências. Esta associação é altamente dependente das preferências e do gosto de cada um. Sendo o gosto uma construção social, evolutivo no tempo, influenciado pelo contexto sociocultural dos consumidores, pelas suas interações, nível de rendimento, entre outros fatores, é fácil compreender o caráter subjetivo da associação de bens culturais à valorização de experiências (Miranda, 2020).

Nas últimas décadas do século XX, as políticas culturais foram impulsionadas pela digitalização e passaram a ser mais valorizadas. É de realçar, contudo, que esta atenção dada à “economia do cinema”, como lhe chamam alguns autores como Mckenzie (2012) e Chisholm (2015) se deve mais à dimensão económica do que à dimensão cultural do cinema, ou seja, ao valor económico (Mckenzie, 2012; Menger, 2013; Chisholm, 2015).

O cinema, principalmente dado ao monopólio americano, é uma indústria extremamente competitiva. Contudo, é de realçar que o seu papel na identidade cultural, na inclusão e na diversidade justifica cada vez mais a intervenção estatal de vários países no cinema. Por exemplo, as políticas europeias para o cinema são explícitas no financiamento de coproduções, visando elevados orçamentos de produção e a distribuição eficiente, de forma a apoiar a exibição europeia, preservar e reforçar a identidade cultural europeia e os seus valores (Miranda, 2020).

Para além de ser essencial entender que filmes são disponibilizados pelo segmento da distribuição, é também crucial analisar onde ocorre a sua exibição. Há vários fatores que contribuem e justificam a diferenciação das salas de cinema, como por exemplo o tamanho, a localização, a programação. Nesta análise vou destacar três diferentes tipos de circuitos expositivos: exposição não comercial, exposição semicomercial, e exposição comercial,

Barratt & Jones (2014) descrevem o setor não comercial como “sociedades de cinema tradicional que exibem filmes para membros com interesse comum na apreciação de filmes, em eventos de exibição pop-up em locais não tradicionais e programas de exibição em sítios

municipais oferecidos por grupos locais para fins sociais e recreativos”. Embora esta definição seja apresentada no âmbito da *British Rural Community Film Exhibition*, é geralmente aplicável ao resto do setor e a outros contextos. Os expositores não comerciais pretendem fornecer facilmente conteúdos culturais a áreas isoladas, bem como programas mais diversificados, oferecendo uma forma de serviço público e preenchendo lacunas que o setor comercial não consegue. Os expositores não comerciais caracterizam-se pela sua organização predominantemente informal, sendo principalmente cine-sociedades e associações culturais que utilizam o cinema para fins educativos e sociais. Apesar do seu número reduzido dentro dos circuitos de exibição, eles desempenham um papel importante na acessibilidade cultural, e são progressivamente reconhecidos por instituições e políticas culturais, como sinaliza o programa *British Community Film*. Em Portugal, começa a ser identificado como um ator principal para levar o cinema a territórios onde não há exibição regular de filmes (Barbosa & Santos, 2018b).

A exposição semicomercial é, como o nome sugere, um circuito intermediário, propondo filmografias alternativas numa base comercial, embora na maioria das vezes com financiamento público. Uma das principais redes semicomerciais é a rede Europa Cinemas, uma iniciativa apoiada pela Comissão Europeia e pelo *Centre National du Cinéma et de l'image animée* (CNC), desde 1992. A finalidade deste programa é fornecer financiamento a estes exibidores, de forma a encorajar a exibição de filmes europeus, e consequentemente disseminar a cultura europeia (Europa Cinemas, 2022).

O cinema comercial ou mainstream encontra-se associado à cultura de massas do entretenimento. É cinema habitualmente articulado com os *multiplexes* dos centros comerciais que dominam o mercado desde a década de 70. O *multiplex* apresenta uma oferta mais ampla e supostamente mais diversificada, ainda que o consumo não seja tão variado, uma vez que a diversidade ocorre normalmente dentro da grande categoria de filmes de entretenimento, ou seja, filmes *mainstream*. Vários autores salientam os efeitos dos *multiplexes* na diminuição das características da procura (Chisholm, 2011; Park, 2015). Aliado ao facto deste tipo de entretenimento andar lado a lado com o lucro e a cultura de massas, é consensual que os cinemas multiplex tenham contribuído para o desaparecimento e diminuição do número de expositores alternativos, que tentam competir com expositores dominantes, que, por sua vez, estabelecem contratos complexos com os distribuidores (Barnett, 2015; Gil & Lafontaine, 2012).

Considerando os filmes que são exibidos nas redes não comerciais, idealiza-se que estes como são adequados para determinados gostos ou públicos, enquanto por outro lado os multiplexes são vistos como *mainstream* (Miranda, 2020). Podemos associar esta dicotomia aos fatores que influenciam o gosto do consumidor de cinema, como mencionado previamente.

Como referido, tem sido amplamente argumentado que a comercialização da cultura através do comércio internacional pode levar à homogeneidade cultural (Schulze, 2011; Throsby, 2010).

A iniciativa da rede Europa Cinemas ilustra o direcionamento de políticas culturais europeias para o capital cultural da indústria do cinema. Uma grande parte dos países mantém a conceção

de que taxas protecionistas poderiam ser aplicadas sobre produtos culturais estrangeiros (importados), de modo a privilegiar os produtos culturais domésticos. Os EUA defendem o livre comércio cultural, já que é da forma que mantêm e reforçam a sua dominância e a sua posição privilegiada (Crane, 2014).

O facto de o cinema americano fazer um esforço por se internacionalizar desde o seu início, acrescentando as estratégias locais de adaptação de conteúdos estrangeiros, como a forma glocalizada como é adaptado o *McDonald's* a diferentes países, ou concursos de talentos americanos que já se espalharam pelo globo, evidencia e justifica que a indústria norte-americana lidere as preferências dos consumidores (Newman-Baudais, 2011). Este efeito é multiplicado pela digitalização e no contexto da era da informação, em que as tendências correm pelo globo mais rápido que nunca.

A comercialização e a afluência a bens culturais são influenciadas pela dimensão do mercado e pelo chamado desconto cultural. Segundo Park (2015) “O desconto cultural ocorre quando os bens culturais cruzam as fronteiras culturais e seu valor diminui devido à preferência pela familiaridade” (Park, 2015, p. 86). Um bom exemplo dos efeitos do desconto cultural é a indústria cinematográfica indiana. Com a sua imensa dimensão, e produções elaboradas de elevado investimento, os filmes indianos ainda lutam para competir no mercado externo devido a questões de familiaridade e choque cultural (Miranda, 2020).

As mudanças e inovações tecnológicas também afetam a forma como os bens culturais são consumidos e distribuídos, sendo o formato do filme um dos fatores que mais influencia os hábitos e a forma como se consome cinema. De facto, as mudanças e inovações tecnológicas, não são independentes das transformações culturais que abrangem as relações sociais que estabelecemos com o Cinema. A introdução da cassete, do DVD e das plataformas de *streaming* alteraram a afluência às salas de cinema e representaram uma quebra no setor da exibição. O uso da internet e das redes sociais influencia também a formação do gosto, multiplica o impacto do marketing *mouth to mouth* e acelera os mecanismos que causam a popularidade (Arnal & Salson, 2016; Aveyard, 2016; Seaman, 2009).

Ainda assim, a distribuição de cinema através da Internet disponibiliza um maior número de filmes, assim como cria uma relação de maior proximidade entre o consumidor e a sala de cinema. Isto é, através das redes sociais e da internet como ferramenta, os cinemas podem anunciar estreias, ciclos temáticos e eventos, chegando deste modo a um público maior, principalmente nas áreas mais isoladas (Arnal & Salson, 2016).

Simultaneamente, a distribuição está a mudar, já que muitos realizadores mudaram a forma como entregam o seu trabalho aos consumidores. Muitos realizadores independentes estão a vender os seus filmes diretamente a emissores ou a torná-los disponíveis online em plataformas de *video on demand*. Mesmo que a competição seja grande, e talvez ainda maior, torna-se mais fácil chegar a um público mais amplo e ter mais visibilidade. Muitas vezes esta abordagem ao consumidor final cria picos de popularidade inesperados e rápidos (Tzioumakis, 2012).

Ainda assim, simultaneamente surgem outras questões como a da pirataria e os direitos de autor que abrangem cópias não autorizadas e direitos de distribuição (Aveyard, 2016; Cameron, 2011). Consequentemente, a digitalização no cinema trouxe mudanças consideráveis e desafios também ao segmento da exibição. Segundo Santos (2020), em resposta à digitalização no

cinema, as políticas públicas da União Europeia direcionaram-se mais à exibição alternativa, priorizando as novas potencialidades de acessibilidade cultural através do cinema (Santos, 2020).

Nessas circunstâncias complexas, compreender a procura de cinema é crucial, tanto para a indústria quanto para a cultura. Muitos fatores, e interrelacionados, influenciam os comportamentos e preferências dos consumidores finais, exigindo abordagens multidisciplinares: origens sociais e características demográficas dos consumidores, as características dos filmes (como origem, género, idioma ou popularidade dos atores e diretores) e a configuração do mercado, como o tamanho da oferta, a acessibilidade e diversidade (em relação ao cinema e outros bens artístico-culturais), mecanismos de marketing, etc., relacionados, por sua vez, com a existência (ou não) de políticas públicas de incentivo à ida ao cinema e “cinema de arte” (como o *cinéma d’art et d’essai*, French Cinemas Network, o British Rural Cinema e a rede Europa Cinemas) (Aveyard, 2016; Barratt & Jones, 2014; Carroll Harris, 2018; McKenzie, 2012).

Como será abordado *a posteriori*, as políticas culturais para o cinema (especialmente na Europa) estão claramente orientadas para capital cultural, assumindo o cinema como património cultural, que gere e conserva identidades culturais (European Audiovisual Observatory, 2019). Esta apresenta-se como a principal razão para proteger e estimular o cinema independente da supremacia americana, promovendo a circulação de produções de cinema europeu. (European Audiovisual Observatory, 2019)

2.3. As Políticas Públicas para o Cinema

O *International Journal of Cultural Policy* e Throsby (2010) definem políticas culturais como “a promoção ou proibição de práticas e valores culturais por governos, empresas, outras instituições e indivíduos. Estas políticas podem ser explícitas, na medida em que os seus objetivos são descritos abertamente como culturais, ou implícitos, na medida em que os seus objetivos culturais são omitidos ou descritos de outra forma” (Throsby, 2010, p. 8).

A necessidade da presença do Estado na Cultura é reconhecida por vários autores e é um dos principais tópicos da Economia da Cultura (Towse, 2010). Na União Europeia, as políticas públicas são consideradas importantes para a promoção do consumo cultural, facilitando o acesso à cultura em áreas urbanas menos densas. A discrepância entre as zonas urbanas densas e pouco densas acaba por ser significativa. Ora, fora das áreas urbanas densas, a oferta é pouca e as necessidades da procura acabam por não ser satisfeitas. Esta situação é aplicável ao cinema, principalmente porque este ainda está concentrado em centros comerciais citadinos, e mesmo as salas tradicionais de exibição tendem a encontrar-se nas cidades (Pasikowska-Schnass, 2017). Para além disso, a colmatação das assimetrias entre os diferentes Estados-Membros ao nível do acesso a cultura é necessária, dado que diferentes países apresentam diferentes barreiras. Estas estão relacionadas com várias dimensões, podendo ser barreiras associadas ao

nível de educação e à resultante falta de interesse, barreiras financeiras que contribuem para estereótipos sociais, barreiras físicas e barreiras na digitalização. Vários dos fatores considerados obstáculos ao acesso cultural apresentam uma correlação com fatores da dimensão sociocultural, como educação, estatuto social e mobilidade, o que contribui também para a existência de barreiras psicológicas ao alcance cultural por parte de comunidades segregadas (Pasikowska-Schnass, 2022).

Desde que se reconheceu a relação positiva entre cultura e crescimento económico no contexto da globalização e da transição digital (Menger, 2013), os incentivos às indústrias criativas aumentaram. O cinema é uma das preocupações centrais das economias europeias, principalmente para ganhar competitividade face aos EUA e reforçar o capital cultural destas economias (Hill & Kawashima, 2016; McKenzie et al., 2018; Seaman, 2009; Miranda, 2020).

O apoio público pode ser concedido através de diferentes mecanismos, desde financiamento direto (como os subsídios nacionais à produção cinematográfica) até orientações e regras indiretas (como a regulação do comércio internacional, como é o caso dos bens culturais). Cada país tende a ter uma quantidade específica de gastos para alocar às artes, mas é bastante difícil fazer uma comparação internacional devido às diferenças nos valores e diretrizes seguidas por cada país. O caso dos EUA tende a ser distinto, uma vez que o apoio é dado indiretamente por meio de concessões fiscais, embora também seja habitualmente dependente da filantropia. Mesmo a organização das estruturas administrativas responsáveis por essa área tende a variar desde ministérios da cultura a *art councils* (Ginsburg & Throsby, 2006; Miranda, 2020).

As diferenças nacionais são importantes para comparar os diferentes modelos existentes, tendo em mente que instituições estabelecidas e arte tradicional geralmente são favorecidas quando se trata de financiamento público, relativamente a iniciativas mais experimentais, muitas vezes deixadas para trás (Miranda, 2020). Ao delinear políticas para o cinema (como acontece com outras indústrias criativas), a mistura de interesses privados e públicos gera complexidades específicas (Hill & Kawashima, 2016; Kerrigan & Özbilgin, 2004; Towse, 2011).

A formulação de políticas para o cinema deve ter como finalidade atingir o pleno emprego e o investimento interno, ao mesmo tempo defender a cultura nacional e apoiar a produção artística e experimental de cinema. Como o cinema está ligado a interesses comerciais privados, muitas vezes não é reconhecido como uma prioridade, ou uma áreas de investimento central quando se trata de financiamento público (Miranda, 2020).

As instituições de financiamento são reconhecidas como a ferramenta mais antiga e predominante de apoio público aos setores cinematográfico e audiovisual. O principal apoio à indústria cinematográfica é direcionado à produção, o que leva a políticas desequilibradas em muitos países. Sem distribuição e exibição adequadas, muitos filmes subsidiados não atingem a audiência perspetivada. O apoio em termos de produção versus distribuição e exibição é desequilibrado em vários países, geralmente influenciando o envolvimento do público.

A Noruega é um exemplo interessante quanto ao papel atribuído à distribuição e exibição descentralizada. São combinados interesses públicos e privados: um sistema municipal de exibição e distribuição com financiamento público foi desenvolvido nos últimos 100 anos (Carroll Harris, 2018). As políticas públicas de distribuição e exibição ajudam a ampliar a diversidade cinematográfica ao incluir filmes independentes e experimentais e, assim, proteger culturas particulares. Esse tem sido um objetivo assumido das políticas cinematográficas

europeias, por exemplo, por meio de incentivos a coproduções (alavancando orçamentos de produção e distribuição, entre outros efeitos esperados) e a circulação de filmes europeus, em primeiro lugar na Europa (Newman-Baudais, 2011; Miranda, 2020).

O progresso tecnológico e as mudanças nas políticas afetam as indústrias de cinema e *media* em termos de oferta e procura e, naturalmente, custos (Aveyard, 2016; Towse, 2010). O processo recente de digitalização é particularmente desafiante para o setor não comercial e pode acabar por ameaçar sua existência – a digitalização no cinema é um exemplo do difícil compromisso entre os setores privado e público, políticas públicas que visam combinar o potencial da digitalização no que diz respeito à acessibilidade cultural com interesses económicos privados de distribuidores e expositores (Think Tank on European and Film Policy, 2010; Miranda, 2020).

Neste seguimento, é pertinente obter uma imagem abrangente das diferenças entre as várias políticas cinematográficas europeias, tendo em consideração as mudanças às quais o setor do cinema e a nossa realidade têm sido sujeitas.

O Observatório Europeu do Audiovisual proporciona e trata informação acerca do financiamento público para cinema e audiovisual desde 2002. Deste 2004, publica relatórios com a informação relativa ao ano (para uma síntese entre 2010 e 2014, conferir (Kanzler & Talavera, 2018)). Com base nestes relatórios e com base em investigações acerca dos mesmos (ver (Miranda, 2020)) é possível realizar uma análise sucinta que ajuda a compreender a evolução das políticas públicas para o cinema e o audiovisual europeias. Ainda que o tema apresente várias camadas que o tornam complexo, este quadro geral é relevante à contextualização do subsetor da exibição não comercial portuguesa (Newman-Baudais, 2011).

2.3.1. A história das políticas públicas para o Cinema na Europa

No caso europeu, as primeiras ações e iniciativas para proteger e incentivar o cinema começaram na década de 1920. Tal como hoje, o principal objetivo era limitar o domínio e controlo dos Estados Unidos nos mercados europeus. Para isso, procurava-se dar maior destaque às produções nacionais, impondo quotas de filmes. Entre os países que introduziram estas quotas estão a Alemanha, a Itália e o Reino Unido. Depois, a intervenção pública no setor do cinema evoluiu, assumindo a forma de ajudas económicas diretas, concedidas de acordo com os diferentes modelos que foram estabelecidos por objetivos específicos (Newman-Baudais, 2011).

A finalidade da ajuda pública europeia era proteger o setor cultural e defender a homogeneidade do mercado económico e cultural, disseminando identidades culturais e facilitando o acesso à cultura (Cucco, 2018; Newman-Baudais, 2011; Miranda, 2020). Outras iniciativas começaram a surgir durante a década de 1920, como grupos mais ou menos informais visando afirmar o cinema (também) como arte, exibindo filmes experimentais e artísticos, que normalmente não eram inseridos nos circuitos comerciais. As primeiras sociedades cinematográficas foram fundadas em Paris e rapidamente se espalharam pela Europa (Dickinson, 1969). O principal objetivo das sociedades cinematográficas era promover o que hoje chamamos de exibição alternativa e incentivar o diálogo entre os membros (Miranda, 2020).

É pertinente também constatar que, nesta altura, a intervenção estatal para o cinema não teve uma relação harmoniosa com os regimes ditatoriais. O cinema foi, desde cedo, interpretado como um motor de manipulação, doutrinação e propaganda. Nos anos de 1930, aumentou a propaganda no cinema e na rádio à medida que os regimes fascistas estavam em ascensão em Itália, Alemanha, Espanha, França e Portugal não foi exceção, como será mencionado posteriormente. Durante a Segunda Guerra Mundial, o cinema foi também prejudicado já que a exibição era muitas vezes proibida e a produção estava estagnada. Os cineclubes e outras sociedades de cinema, como esperado, foram vistos como esferas que reuniam opositores políticos, e, conseqüentemente, muitos foram encerrados pelas autoridades (Dickinson, 1969; Newman-Baudais, 2011; Miranda, 2020)

Após a Segunda Guerra Mundial, houve um grande crescimento das indústrias culturais e da cultura de entretenimento em geral, especialmente dos Estados Unidos, onde a produção não foi interrompida durante a guerra. Surgiram muitos cineclubes, desempenhando um papel importante na divulgação da 7ª arte e, ao mesmo tempo, na criação de uma clara divisão entre filmes populares e filmes artísticos/experimentais. Em 1947 foi criada a *International Federation of Film Societies* (Dickinson, 1969; Miranda, 2020).

Os esforços públicos para recuperar e consolidar a indústria cinematográfica na Europa começaram logo após o fim da Segunda Guerra Mundial, principalmente por meio de incentivos à produção. Os primeiros apoios formais introduzidos foram automáticos. Por exemplo, em 1951, o Reino Unido passou a cobrar uma taxa pelos bilhetes de cinema para obter fundos para o sector e em 1952, a Alemanha concedeu garantias de crédito bancário. Contudo, formas de apoio seletivo também foram introduzidas na década de 1950. Ao longo dos anos, a maioria dos países da Europa Ocidental adotou programas de apoio automáticos ou seletivos e, ocasionalmente, uma combinação de ambos (Cucco, 2018; Newman-Baudais, 2011; Miranda, 2020). De acordo com o Observatório Europeu do Audiovisual (2016), o financiamento automático pode ser definido como “o financiamento cumulativo fornecido por fundos nacionais de cinema aos quais um produtor tem direito absoluto, desde que ele (ou a empresa) cumpra certas condições prescritas”, enquanto o financiamento é descrito como “financiamento cumulativo concedido por fundos nacionais de cinema a critério do órgão emissor relevante” (Kanzler, 2018, p. 166).

Em 1957, a criação da Comunidade Económica Europeia foi um passo crucial já que contribuiu para o estabelecimento de um mercado único e, segundo o Observatório Europeu do Audiovisual (2011), “proibir acordos restritivos e auxílios estatais que possam afetar o comércio entre Estados membros e cujo objetivo é prevenir, restringir ou distorcer a concorrência” (Newman-Baudais, 2011, p. 134).

Ainda assim, apenas com o Tratado de Maastricht, em 1992, é que a cultura passou a estar presente na atribuição de políticas da União Europeia, já que foi em Maastricht que os então 12 Estados-Membros concordaram em prosseguir com a união económica e monetária conducente à introdução do Euro, reforçar a representação democrática e alargar as competências a novas áreas como a cultura (Miranda, 2020; Studio Europa Maastricht; 2022).

O acesso à posse de televisão pelas massas também se dá na década de 1950. Conseqüentemente, a televisão tornou-se um forte concorrente do cinema e, à medida que o público diminuiu e os cinemas foram forçados a fechar (Boyd, 1998). Com esta novidade, as produções de filmes para a televisão começaram a surgir, e começaram a surgir também

preocupações com as produções televisivas europeias. Os primeiros esquemas de apoio ao financiamento de produções televisivas foram implementados durante a década de 1980 (Newman-Baudais, 2011; Cucco, 2018; Miranda, 2020).

Em suma, os esforços para estimular publicamente o cinema europeu e a produção audiovisual começaram cedo, mas as iniciativas foram escassas e muitas vezes desequilibradas até as últimas décadas do século XX. O Conselho da Europa reconheceu a necessidade de apoio à indústria cinematográfica no final dos anos 70 e uma comissão especial foi montada, principalmente para estudar e divulgar medidas que pretendiam incentivar a produção cinematográfica. Em 1988, foi implementado “um fundo europeu de apoio à coprodução e distribuição de obras criativas cinematográficas e audiovisuais” designado de Eurimages, que ainda hoje vigora (Newman-Baudais, 2011, p. 133). O fundo Eurimages destina-se a promover a indústria cinematográfica europeia, incentivando a produção e distribuição de filmes e promovendo a cooperação entre profissionais. Inclui vários programas de incentivo à coprodução, distribuição, exibição, promoção e igualdade de género, sendo especialmente crucial a divulgação de obras europeias na Europa e no mundo (Council of Europe, 2022).

Também o programa *Media*, que apoia o setor cinematográfico e audiovisual e incentiva a divulgação de obras europeias em todo o mundo, foi lançado em 1991. Atualmente, o programa Europa Criativa estabelecido em 2014, agrega os subprogramas *Media* e Cultura. O propósito do *Media* está em linha com a perceção de que a indústria cinematográfica europeia tinha de crescer em escala e robustez, tanto no que diz respeito ao mercado como à cultura, assumindo a necessidade de obter meios para enfrentar a hegemonia americana (Crane, 2014). Este programa incentiva atividades de produção, exibição e distribuição, bem como festivais de cinema e plataformas *de video on demand*, como por exemplo o festival de cinema *FEST - New Directors New Films Festival* em Espinho, o festival de animação de Lisboa Mostra e o Doclisboa International Film Festival (Blázquez et al., 2019).

Paralelamente, a necessidade de gerir os dados relativos ao setor cinematográfico e audiovisual para informar as políticas refletiu-se na criação do Observatório Europeu do Audiovisual (EAO) em 1992, que desde então desenvolve uma intensa atividade de orientação política, através da recolha e análise de dados, informação para as partes interessadas (privadas e públicas), políticas públicas, etc. Como já referido, a circulação de filmes europeus na Europa é uma prioridade notória, visando superar a fragmentação excessiva da produção cinematográfica europeia, bem como facilitar maiores investimentos para produção, distribuição e exposição. Acredita-se que o reforço do mercado interno impacta as vantagens competitivas internacionais/globais (Cucco, 2018; Newman-Baudais, 2011). Equilibrar singularidades nacionais e objetivos coletivos europeus (políticas de coesão), bem como objetivos económicos e culturais, é um processo complexo, e na indústria cinematográfica é especialmente desafiante (European Commission, 2014). Argumentos contra políticas excessivamente orientadas para o mercado tendem a destacar os riscos de substituir os padrões de reputação do chamado cinema europeu por *drivers* de entretenimento – este é um *trade-off* bem conhecido nas indústrias culturais, e muitos autores alerta para os riscos da homogeneização cultural (Crane, 2014; Towse, 2010; Miranda 2020).

Portugal é um caso interessante nestas circunstâncias: por um lado, é um típico país europeu pequeno e periférico, com elevada reputação internacional reconhecida pelo seu cinema em todos os géneros e tipologias (longa-metragens e curtas-metragens); filmes, documentários, ficção e filmes de animação) principalmente por diretores experimentais/artísticos. Por outro lado, as políticas culturais (como o estado de bem-estar em geral) tiveram uma implementação tardia, em comparação com a maioria dos países europeus desenvolvidos (após a democracia em 1974 e particularmente após a entrada na UE em 1986) (Miranda, 2020).

Em 2004, a “Lei do Cinema”, que será abordada mais à frente, definiu um quadro razoavelmente estável para mudanças posteriores.

O Observatório Europeu do Audiovisual, em 2014, realizou um estudo acerca de financiamento de filmes, incluindo 35 países europeus (abrange mais do que a União Europeia) (Milla et al., 2016). Nesse estudo, foram identificados 249 fundos públicos, operando nos níveis nacional, subnacional e supranacional (representando 25%, 67% e 8% do total de fundos, respetivamente). Os fundos subnacionais geralmente operam nos níveis comunitário, regional e local, enquanto os fundos nacionais são controlados pelo estado (embora muitas vezes funcionem como uma agência independente o departamento). Os fundos supranacionais são concedidos a estados-membros e estados não membros, abrangendo produção, distribuição, exibição, digitalização e coprodução (entre estados-membros ou com estados não membros). Incluem o fundo Eurimages, o subprograma Media, o fundo Nordisk Film e TV, entre outros. No que diz respeito ao apoio à exibição, a implementação de fundos supranacionais está normalmente associada à rede Europa Cinemas (integrante do subprograma Media), essencialmente com o objetivo de promover a exibição de filmes europeus (European Audiovisual Observatory, 2019; Milla et al., 2016).

É possível enumerar os seguintes tipos de apoio público a filmes e obras audiovisuais europeus: fundos públicos cinematográficos e audiovisuais, incentivos fiscais (descontos fiscais, abatimentos e créditos fiscais), obrigações de financiamento para os intervenientes da indústria e facilidades de garantia. Os diferentes tipos de apoio mostram que as políticas aplicadas em cada país são diferentes entre si, reforçando o que já foi constatado anteriormente: a execução de objetivos coletivos europeus e a sua sincronização com os países individualmente é algo complexo (European Audiovisual Observatory, 2019; Kanzler, 2018).

França, Alemanha e Áustria são os países onde mais fundos foram identificados. Parece não haver relação entre o tamanho do país e o número de fundos disponíveis, mas os mercados que mais “arrecadam” fundos são geralmente aqueles com mais instituições de financiamento (Crane, 2014).

A tabela abaixo evidencia os dez principais mercados mundiais por número de produção de longas-metragens desde 2016 e inclui cinco países europeus da sexta à décima posição (Itália, França, Espanha, Alemanha e Reino Unido).

Tabela 1 – 10 maiores mercados mundiais por número de longas-metragens produzidas 2016-2020, em unidades

Classificação	Mercado	2016	2017	2018	2019	2020
1	Índia	1903	1986	1813	2446	2396
2	China	944	970	1082	1037	650
3	Coreia do Sul	339	494	454	502	615
4	Japão	610	594	613	689	506
5	EUA	788	812	808	814	447
6	Itália	224	235	273	325	253
7	França	283	300	300	301	239
8	Espanha	254	241	266	263	215
9	Alemanha	256	247	247	265	152
10	Reino Unido	368	409	380	328	145
Total		7893	8026	8772	9569	7171

Fonte: Focus 2021 – World Film Markets

É possível concluir que os mercados de cinema da Índia, China e Japão superam o número de produções americanas. Nestes mercados com grande produção de filmes, a procura de cinema é elevada, sobretudo por razões de proximidade cultural (Miranda, 2020). Essa tendência remete para a noção de desconto cultural introduzida anteriormente. O potencial de exportação acaba por estar mais limitado, um cenário que a China tem tentado contrariar através de um aumento do investimento em coproduções (para facilitar a penetração no mercado global) (Miranda, 2020).

É importante realçar o facto de que a diferença no número de produções de longas-metragens em países europeus e nos EUA não explica as diferenças na quota de mercado (medida pela bilheteira). O número de filmes produzidos entre os países europeus e os EUA não é contrastante, mas a receita bruta de bilheteria apresenta a tendência de ser bastante maior nos EUA (Kanzler & Simone, 2019).

Daqui, podemos concluir que no setor do cinema e do audiovisual tem havido um esforço geral de incentivo do setor a nível supranacional. No entanto, é bastante consensual (a começar pelo próprio Observatório Europeu do Audiovisual) que o apoio é geralmente desequilibrado a favor da produção, falhando na articulação da distribuição e exibição. Isso é refletido em esforços insuficientes para alcançar uma situação estável (Miranda, 2020).

2.3.2. As políticas públicas para o Cinema em Portugal

Nesta subsecção, apresenta-se um quadro das políticas públicas portuguesas para o cinema, considerando a legislação em vigor e os principais regulamentos relativos ao apoio à produção, distribuição e exibição cinematográfica.

Tal como no quadro europeu, a produção sempre foi o alvo central das políticas públicas nacionais, deixando a distribuição e a exibição mais dependentes das forças do mercado, e de acordo com Crane (2014) e Park (2015), isso levou ao progressivo domínio das produções norte-americanas em todo o mundo (Crane, 2014; Park, 2015; Miranda, 2020).

Importa referir que o domínio dos EUA acaba também por beneficiar do seu sistema de distribuição eficiente relativamente aos dos outros países (Miranda, 2020). Ora, em termos de produção, vários concorrentes surgem na Europa, no Japão e na Índia, enquanto grandes corporações de *media* foram estabelecidas tanto na Europa quanto no Japão, mas os EUA ainda dominam claramente a “economia do cinema” (Scott, 2004).

Além disso, não obstante a economia liberal norte-americana, as suas políticas públicas são agressivamente orientadas para o estabelecimento de acordos de comércio exterior que garantam a penetração dos filmes americanos nos mercados estrangeiros (Crane, 2014). Esta realidade reforça a importância da articulação da produção com a distribuição e exibição. Noutros países, as políticas públicas ainda são ineficientes para combater o domínio americano (Crane, 2014).

Portugal não é exceção. É um país pequeno, constituindo um mercado pequeno (c. 10 milhões de habitantes), onde os filmes dos EUA representaram 62,7% da quota de mercado em 2021 medida pelo número de entradas (Instituto do Cinema e do Audiovisual, 2022a). Importa realçar que os filmes dos EUA, ainda em 2019, representavam 71,3% da quota de mercado (Instituto do Cinema e do Audiovisual, 2019). Os quatro principais expositores portugueses representam quase a totalidade do mercado, com 96% da quota de mercado, medida pelas admissões por expositor (Instituto do Cinema e do Audiovisual, 2022a).

De acordo com os dados disponíveis do ICA, e de acordo com a Tabela 2 que compara o número de filmes lançados e os filmes exibidos em Portugal entre 2015 e 2018, é reforçado o peso dos filmes dos EUA. Uma parcela significativa de filmes não americanos foi lançada (especialmente europeus) mas, ainda assim, os filmes americanos representaram a maioria dos filmes exibidos em Portugal nestes anos (Instituto do Cinema e do Audiovisual, 2019; Miranda, 2020).

Tabela 2 – Filmes exibidos e lançados, por origem, 2015-2018 (%)

	2015		2016		2017		2018	
	Exibições (%)	Filmes lançados (%)	Exibições (%)	Filmes lançados (%)	Exibições (%)	Filmes lançados (%)	Exibições (%)	Filmes lançados (%)
EUA	70%	39%	79%	42%	79%	42%	71%	42%
Europa	20%	47%	9%	44%	11%	44%	8%	43%
Coproduções Europa/EUA	9%	9%	11%	7%	9%	10%	20%	10%
Outros	1%	5%	1%	7%	1%	4%	1%	5%
Total	100%		100%		100%		100%	

Fonte: Anuário do ICA 2019

De forma a entender com maior profundidade as políticas para o Cinema e Audiovisual em Portugal, é necessário ter em consideração o contexto histórico e como este condicionou e moldou a evolução do cinema.

2.3.2.1. As primeiras intervenções no setor do cinema em Portugal: antes de 1974

Segundo Costa (1978), os primeiros filmes portugueses foram exibidos no Porto em 1896, apenas um ano antes da primeira sessão de cinema público, logo após a apresentação do diretor de fotografia pelos irmãos Lumière em Paris, em 1895 (Costa, 1978).

Durante os primeiros anos do século XX, o mercado português era claramente dominado por filmes estrangeiros. Mais tarde, foram fundadas várias empresas de distribuição e produção em Portugal. A primeira empresa de produção e distribuição, Portugal-Film, foi fundada em 1899. A sua atividade centrava-se na produção de documentários. Em 1910, Alfredo Nunes de Matos fundou a Nunes de Matos & C. no Porto, mais tarde conhecida como Invicta Film. A Invicta Film, produzia maioritariamente filmes baseados em grandes obras literárias portuguesas, pois acreditava-se que isso garantiria o sucesso comercial dos filmes (Costa, 1978; Granja, 2007; Miranda, 2020).

Quanto à exibição, a maioria das salas de cinema funcionava em Lisboa e no Porto e em 1924 foi fundada a primeira sociedade cinematográfica portuguesa na região norte: A Associação dos Amigos do Cinema (Costa, 1978; Granja, 2007; Miranda, 2020).

Entre 1926 e 1933, Portugal esteve sob uma ditadura militar. As primeiras estratégias de incentivo ao sector do cinema em Portugal, naturalmente, estiveram relacionadas com o Estado Novo, à semelhança do que acontecia nos restantes países europeus (relativamente ao regime em vigor nos mesmos) (D. S. C. Ferreira, 2018).

O primeiro esforço de intervenção no sector do cinema foi em 1927 com o Decreto-Lei n. 13564² de 6 de maio de 1927. De acordo com este decreto-lei, tornara-se obrigatório, em todas as mostras de cinema, a exibição de uma película de indústria portuguesa com um mínimo de 100 metros. Isto significava que os programas de exibição deveriam incluir um mínimo de 100 metros de produções nacionais. Como forma inicial de censura, já estava previsto neste decreto-lei os conteúdos que poderiam ser incluídos nos filmes exibidos. Este decreto-lei previa também a redução dos direitos aduaneiros sobre os filmes a serem impressos no país (Granja, 2007).

É pertinente realçar, tal como Marta Miranda (2020) que este decreto-lei foi publicado cerca de 30 anos após a invenção do Cinema pelos irmãos Lumière e 15 anos após o surgimento dos estúdios de Hollywood (Miranda, 2020).

O Decreto-lei n. 22.966, de 14 de agosto de 1933, reconheceu a importância do cinema sonoro e, como resultado, a empresa cinematográfica portuguesa Tobis-Klangfilm (fundada em 1932 com o objetivo de fomentar a indústria cinematográfica portuguesa), ficou isenta de pagamentos de contribuições por 5 anos, como bem como de direitos de importação. Estabeleceu também que os importadores de filmes sonoros estrangeiros eram obrigados a comprar filmes produzidos em estúdios nacionais.

O Decreto-lei n. 23.054, de 25 de setembro de 1933, estabeleceu a criação do “Secretariado Nacional da Informação”, que segundo o artigo 4º do referido artigo “utiliza o rádio, o cinema e o teatro como meios imprescindíveis para a prossecução da sua missão”. O objetivo principal era controlar o conteúdo cultural e artístico com base no que foi estabelecido pela ditadura, garantindo ao mesmo tempo que ajudasse a difundir os ideais do regime.

Este era o cenário geral na Europa, já que, como já referido e reforçado ao longo deste trabalho, os regimes totalitários dominantes viam o cinema e seu incentivo, como forma de exaltar as culturas nacionais e competir com o domínio americano. Foi o que aconteceu na Itália, Alemanha e Espanha.

O Estado reconheceu a importância do cinema e seu alcance, e rapidamente passou a ser usado como instrumento de propaganda. Em 1935, o “Secretariado Nacional de Informação” criou um cinema itinerante, que se deslocava por todo o país para partilhar a “cultura popular”. Na altura, alguns cineastas associaram-se à ditadura, criando filmes que incluíam o ideal da imagem portuguesa, ao mesmo tempo que relembavam a importância e grandeza do regime. O mesmo acontecia em outros países europeus que estavam sob o governo de ditaduras. “As Pupilas do Senhor Reitor” (1935) e “Canção de Lisboa” (1933) são bons exemplos de filmes que partilhavam os ideais do nacionalismo (Torgal, 1996).

² A legislação abordada neste setor encontra-se citada na secção de Legislação.

O movimento de exibição de Cineclubes ou Cinema Alternativo “oficialmente” começou em 1945 com a fundação do Clube Português de Cinematografia no Porto e Belcine Clube. Este movimento continuou a ser desenvolvido com a fundação da *International Federation of Film Societies* em 1947, cuja ação era muitas vezes limitada por falta de fundos. Ainda assim, o trabalho destes expositores foi extremamente limitado devido à intervenção do Estado (Granja, 2007; Pereira, 2010).

Com a Lei nº. 2027, de 18 de fevereiro de 1948, nasceu o Fundo Nacional do Cinema cujo objetivo era “proteger, coordenar e estimular a produção de filmes nacionais, reconhecendo seu papel social e educativo e os seus aspetos artísticos e culturais”. O fundo previa cobrir as seguintes despesas e atividades: custo dos filmes produzidos por empresas portuguesas, pagamento de empréstimos concedidos a essas empresas pela Caixa Nacional de Crédito (banco detido pelo governo português), distinção de filmes de elevado valor artístico e técnico e aos intervenientes, para conceder subsídios para a realização de estudos posteriores que conduzam a desenvolvimentos técnicos e artísticos, para intensificar a produção de curtas-metragens, para a criação da Cinemateca Nacional e para o pagamento de gratificações aos membros da Direção do Cinema e taxas de fiscalização.

De acordo com essa lei, todos os filmes exigiam uma licença de exibição, que só era aprovada após análise da comissão de censura. Incluiu também a definição de “Filme Português”, que esclarece que para ser considerado um filme português, a língua falada do filme deve ser o português, deve ser produzido em estúdios ou laboratórios propriedade do Estado ou de empresas portuguesas, representando também a cultura portuguesa. Todas as salas de cinema têm a obrigação de exibir filmes portugueses, com um rácio de uma semana (mínimo) de cinema nacional por cada cinco semanas de cinema estrangeiro. Esta lei instituiu também o estabelecimento de parcerias entre Portugal e outros países, de forma a incentivar o intercâmbio artístico e comercial de filmes.

O Decreto-lei nº. 48.686, de 15 de novembro de 1968, extinguiu o Secretariado Nacional de Informação, Cultura Popular e Turismo, que passou a depender da recém-criada Secretaria de Estado da Informação e Turismo. O decreto-lei estabelecia que “a Secretaria de Estado da Informação e Turismo é responsável pela fiscalização dos serviços e atividades, relacionados com a informação, turismo e radiodifusão sonora e visual, teatro, cinema e outros espetáculos e formas de cultura popular”. Este decreto-lei foi estabelecido na sequência dos acontecimentos de Maio de 1968 em França, decorrentes de tribulações políticas. Consequentemente, a Revolução Cultural Francesa influenciou vários domínios, incluindo o cinema, desde a realização de filmes (cinema revolucionário, caracterizado pelo uso de imagens “brutas”) até festivais de cinema.

O Instituto Português do Cinema foi criado em 1971 (Lei n.º 7/71), com o objetivo de promover e incentivar a produção, distribuição e exibição de filmes, bem como representar o cinema português em organismos internacionais e promovê-lo no estrangeiro nas vertentes cultural, financeira e económica domínios. A lei determinava que o financiamento para a produção de filmes portugueses aumentaria à medida que o cinema fosse reconhecido como culturalmente relevante para o nosso património. Esta lei criou ainda as taxas de exibição e as taxas de distribuição como fontes adicionais de receitas para apoiar as atividades cinematográficas e garantiu a atribuição de um regime de apoio ad hoc (não reembolsável), que foi atribuído

mediante avaliação do júri, à semelhança do que acontece atualmente. Ainda no que respeita à exibição, esta lei estabeleceu que “O Instituto Português do Cinema pode auxiliar a instalação de salas de cinema em locais onde não existam ou tenham encerrado, e onde o número de habitantes ou outras circunstâncias justifiquem o seu funcionamento”.

2.3.2.2. As intervenções no setor do cinema em Portugal: Depois de 1974

A revolução de 1974 foi seguida por um período extremamente instável para as artes e a cultura, especialmente para o cinema. O Instituto Português do Cinema continuou a atribuir financiamentos *ad hoc*, conforme referido, e houve uma reavaliação das políticas relativas a este setor, seguida de anos de ajustes intensivos (Lourenço & Centeno, 2019).

Em 1978 foi criada a Federação Portuguesa de Cineclubes com o objetivo de representar as sociedades cinematográficas em Portugal e no estrangeiro, promovendo também um conjunto de atividades relacionadas com cinema (Federação Portuguesa de Cineclubes, 2018).

O período após a revolução de 1974 foi de rápidas mudanças. O decreto-Lei n. 391/82 revisita a lei n. 7/71, “dando mais autonomia ao Instituto Português de Cinema e fornecendo as ferramentas necessárias para responder às inúmeras solicitações que recebe”, mas ainda assim, a lei n. 7/71 continuou a regular todas as políticas relativas ao cinema até 1993. No rescaldo da revolução, a economia portuguesa estava bastante fragilizada e fechada. Como apelo à superação desta situação, Portugal foi integrado na Comunidade Económica Europeia em 1986, o que, entre outras diretivas, levou à implementação de várias alterações ao nível da circulação e comércio, que também diziam respeito aos bens culturais. Isso influenciou os padrões gerais de consumo: após anos caracterizados pela atração por filmes estrangeiros (muitos europeus) cuja exibição havia sido proibida antes da revolução (ocasionalmente exibidas ilegalmente por cineclubes), bem como o reconhecimento de diretores portugueses, os filmes americanos tornaram-se novamente dominantes (Diogo, 2001). Mesmo num pequeno mercado que apresentava filmes de renome e premiados internacionalmente, a relação entre os filmes portugueses e o público tornou-se cada vez mais difícil e perdida na instabilidade que caracterizava a época.

Após a integração na União Europeia, as políticas cinematográficas portuguesas começaram a adaptar-se às normas, objetivos e regulamentos europeus. Decreto-lei n. 350/93 implementou algumas mudanças em termos de circulação de obras cinematográficas. De acordo com este decreto-lei, para que as obras cinematográficas circulassem entre os estados-membros, o governo tinha que classificá-las como “obras nacionais”. Este foi um passo crucial, já que assim, o Estado passou a reconhecer “a relevância social, económica e cultural das atividades cinematográficas e audiovisuais como meio de promoção da imagem do país”, conforme consta do decreto-lei n. 350/93. Adicionalmente, o governo também garantiu apoio financeiro para incentivar a participação em festivais internacionais de cinema, que à semelhança do que acontece na atualidade, era uma forma de divulgação de filmes portugueses no estrangeiro. Este decreto-lei contribuiu também para a promoção do cinema português na União Europeia. As

coproduções foram incentivadas, especialmente quando estabelecidas com Estados membros com os quais Portugal já colaborava (em termos de programas ou fundos de apoio à produção). Este decreto-lei incluiu ainda vários tipos de apoios de incentivo à produção: sistema de apoio automático (através das receitas resultantes, por exemplo, das taxas de bilheteira cobradas durante o período de exposição); sistema de apoio direto (contribuição financeira obtida diretamente pelos produtores); sistema de apoio seletivo.

Quanto à distribuição, os filmes dos estados-membros europeus beneficiavam de quotas de distribuição e a articulação com a exibição deve ser regulamentada por lei, de modo a garantir que a exibição independente é incentivada. Ainda acerca do decreto-lei n. 350/93, o artigo 22º especificava que o Governo devia trabalhar em colaboração com as Câmaras Municipais para “garantir o funcionamento dos espaços expositivos, sobretudo se esses espaços desempenharem um papel relevante na área onde se inserem”.

Devido à proeminência do sector audiovisual, em 1994 foi criado o Instituto Português de Arte Cinematográfica e Audiovisual (IPACA), conforme estabelecido no Decreto-Lei n.º 25/94. A incerteza em relação ao setor é bem visível na constante mudança de nome do Instituto (A. Ferreira, 2018)– sem a criação de um ministério da Cultura em Portugal até 1995. O IPACA resultou da fusão entre os portugueses Instituto de Cinema (IPC) e “Secretariado Nacional para o Audiovisual”, que visa “garantir políticas globais e coerentes para o setor audiovisual, que está interligado com o setor cinematográfico”. Esta fusão deu origem a uma entidade capaz de representar Portugal em programas de apoio europeus, de dinamização do setor do cinema e do audiovisual, uma vez que tinha capacidade para atuar em ambos os domínios.

Neste sentido “devem ser aplicados apoios públicos para criar indústrias autossuficientes que façam parte de uma economia europeia”. Posteriormente, em 1998, o Decreto-Lei 408/98 estabeleceu a criação do Instituto do Cinema, Audiovisual e Multimédia (ICAM). A necessidade de criar esta nova instituição surgiu a partir do surgimento do setor multimédia e devido aos desenvolvimentos tecnológicos em curso.

O Conselho Nacional de Cultura foi instituído pelo decreto-lei 215/2006, integrando a Secção Especializada de Cinema e Audiovisual (SECA), com o objetivo de assessorar o Governo na definição e desenvolvimento de políticas nacionais de setor. O Conselho Nacional de Cultura trabalhou em colaboração direta com o Governo e de acordo com o que foi posteriormente especificado no artigo 22.º do decreto-lei, a SECA “deve apoiar os membros do Governo responsáveis pela cultura, especialmente nas questões que dizem respeito a definição e o desenvolvimento de políticas culturais para o cinema e o audiovisual”.

O atual Instituto do Cinema e do Audiovisual (ICA) foi criado pelo decreto-lei n.º 95/2007, em substituição das entidades acima referidas. É a principal instituição responsável pelo desenvolvimento das atividades cinematográficas e audiovisuais, sob administração indireta do Estado e com autonomia administrativa e financeira.

O principal marco legal sobre suporte cinematográfico e audiovisual foi estabelecido em 2004, a chamada “Lei do Cinema” (Lei n. 42/2004). A Lei do Cinema foi revista pela Lei n.º 55/2012 e recentemente pelo Decreto-Lei n. 25/2018 (Instituto do Cinema e do Audiovisual, 2020b). A lei de 2004 previa a criação de um programa de apoio ao investimento, para apoiar e incentivar as atividades audiovisuais. Como resultado, o FICA (Fundo de Investimento para o Cinema e Audiovisual) foi criado pelo decreto-lei n. 227/2006, um fundo autónomo onde a intervenção do Estado se limitava à supervisão dos seus objetivos estratégicos. Reconheceu a relevância económica do setor e a necessidade de promover sua sustentabilidade, estimulando a participação do setor privado. O fundo foi implementado de forma a prever o seu desenvolvimento estrutural, devido à sua elevada importância e potencial, uma vez que em comparação com outros sectores parece ter uma expansão bastante rápida. Envolveu criatividade e emprego qualificado, principalmente pela introdução de novas tecnologias, mas com desigualdades entre seus diversos subsectores. Incentivou a produção de obras nacionais, bem como a difusão de produções independentes para estimular a procura. As receitas utilizadas para o financiamento do setor cinematográfico e audiovisual provêm, maioritariamente, de receitas publicitárias.

O FICA foi o primeiro esforço para combater a diminuição dessas receitas. Antes de 1974, as receitas provinham maioritariamente de licenças de exibição e depois, por exemplo, de receitas de publicidade televisiva, receitas de bilheteira, taxas definidas por lei ou receitas do orçamento do Estado. O FICA não funcionou como esperado, e foi extinto, conforme descrito no artigo 27 do decreto-lei n. 55/2012: “decreto-lei n. 42/2004 e decreto-lei n. n.º 227/2006 será aplicável até à liquidação total do fundo, nomeadamente, para enquadrar o cumprimento das obrigações previstas nos contratos plurianuais de investimento que vençam até à implementação da presente lei”.

A mais recente “Lei do Cinema” (Decreto-Lei 25/2018) foi emitida com o objetivo de simplificar o sistema de concurso no que diz respeito ao financiamento público (por exemplo, prazos de candidatura mais curtos como ganho de eficiência). Institui novas regras para a atribuição de subsídios, esclarece como são cobradas as taxas de exibição audiovisual, ao mesmo tempo que incide sobre o público. Este decreto-lei também proclama que o plano estratégico plurianual do ICA deve ser mais preciso. Adicionalmente, reformou a seção de cinema do Conselho Nacional de Cultura, reforçando a presença de profissionais especializados em cinema. Além disso, projeta novos programas de apoio. Ainda em 2018, foi implementado o n.º 45/2018 ou “Fundo de Apoio ao Cinema e ao Turismo”, de forma a incentivar as atividades cinematográficas reforçando o papel de Portugal como destino turístico e como cenário adequado para a realização de filmes.

As regras e procedimentos de cada concurso são publicados anualmente e disponibilizados no site do ICA (Instituto do Cinema e do Audiovisual, 2020a). Em 2018, o montante disponível para estes concursos ascendeu a 19 milhões de euros, para cobrir diferentes atividades e programas (divididos em subprogramas, modalidades e categorias) de produção, distribuição, exibição, festivais, internacionalização ou escrita e desenvolvimento (Gonçalves, 2020). Em 2021, esse montante foi de 22.215 milhões de euros e em 2022, de 22.920 milhões de euros (Instituto do Cinema e do Audiovisual, 2021b, 2022b).

Segundo Paulo Gonçalves (2020), entre 2007 e 2020, de um modo geral, houve um reforço do valor disponível, sobretudo a partir de 2014, pois em 2013 o valor atribuído foi um reajuste do valor de 2011, sendo 2012 o "ano zero", quando nenhum financiamento foi concedido, devido à troika (Coelho, 2012, outubro).

À semelhança do que ocorre noutros países europeus existem limites relativos ao montante dos apoios que podem ser concedidos, assim, de acordo com o decreto-lei n. 25/2018, o apoio não pode exceder 80% do custo total do projeto e inclui os seguintes programas de apoio: programa de apoio a novos talentos e primeiros trabalhos, programa de apoio ao cinema (apoio à escrita e desenvolvimento, produção, coprodução, distribuição e exibição), programa de apoio audiovisual e multimédia (apoio à escrita e desenvolvimento de obras audiovisuais e multimédia, inovação e produção), programa de formação de público (público jovem, promoção do cinema português nas escolas, apoio a alunos em cursos especializados), apoio à internacionalização programa (promoção internacional de obras nacionais, promoção internacional de obras nacionais através de associações do sector, apoio à distribuição de obras nacionais nos mercados internacionais), programa de apoio à exibição em festivais de cinema e sector alternativo, programa de apoio a projetos complementares que contribuam para o desenvolvimento do setor cinematográfico e audiovisual (Gonçalves, 2020).

Neste seguimento, podemos retirar que os programas de apoio têm vindo a diversificar os seus alvos particulares, o que se espera tornar o sistema mais eficiente em termos de parcerias com investidores privados e internacionais (Miranda, 2020).

Como já mencionado, a grande maioria da produção cinematográfica portuguesa é apoiada pelo ICA – em 2018, 78 dos 87 filmes produzidos em Portugal receberam dinheiro público através dos programas do ICA (Instituto do Cinema e do Audiovisual, 2019). Alguns desses filmes foram produzidos através do novo sistema de bonificação de produção cinematográfica e televisiva que integra o novo Fundo de Apoio ao Turismo e ao Cinema, instituído pelo decreto-lei 45/2018.

É importante referir que o investimento em produções cinematográficas nacionais aumentou, mas que isso não levou a um aumento significativo no número de admissões e no valor da bilheteira bruta total (Miranda, 2020).

O sistema português de aplicação dos fundos assenta na constituição de diferentes júris externos para cada concurso, após validação pela Secção Especializada do Cinema e do Audiovisual do Conselho Nacional de Cultura. Embora não haja uma definição explícita de critérios culturais, a cultura é sempre um dos elementos essenciais quando se analisam as candidaturas. Podem ser concedidos apoios à criação, produção, distribuição, exibição, difusão e promoção de obras cinematográficas, mas devem ser expressão da identidade nacional, promovendo a língua, incentivando as coproduções internacionais e incentivando a cooperação entre os países de língua portuguesa. O Programa de Apoio ao Cinema (um programa de apoio automático) implica alguns requisitos culturais: o roteiro original deve ser em português, a ação deve decorrer essencialmente em Portugal, entre outros (Miranda, 2020).

A menção explícita à dimensão cultural é também clara e presente nos sistemas de apoio à distribuição e exibição. Estes procuram aumentar a circulação (assim as audiências) de obras nacionais, obras europeias e do cinema considerado minoritário de todo o mundo (filmes de países cuja distribuição representa menos de 5% da quota de mercado portuguesa) (Miranda, 2020).

2.3.3. Apoio à exibição não comercial

Os circuitos semicomerciais e não comerciais de exibição surgiram na Europa como um primeiro esforço para reconhecer o cinema como arte, especialmente após a Segunda Guerra Mundial (Miranda, 2020).

Os cineclubes tiveram um papel crucial na divulgação de cultura cinematográfica, não apenas ao exibir filmes, mas também com outras atividades conjugadas com o cinema que dão lugar ao diálogo e à discussão (Granja, 2007; Pereira, 2010).

O papel dos cineclubes antes da revolução democrática foi de grande importância, dada a política de censura e de vigilância. A exibição alternativa destinada a preencher uma lacuna cultural, assim como festivais de cinema, voltados para filmes de qualidade e de arte (como aconteceu em outras indústrias culturais (Santos & Abreu, 2002)). Portugal não é exceção, apesar do atraso em relação à longa ditadura e à integração europeia que (também se deu noutros países europeus). Por isso, o apoio à exposição não comercial e semicomercial é vital para garantir acessibilidade e diversidade cultural e tornar mais eficiente o apoio público à produção.

Como foi referido anteriormente, os programas de apoio do ICA em relação à exposição visam “circuitos alternativos” (exposições e festivais), bem como exposições semicomerciais.

O apoio à exibição não comercial destina-se apenas a entidades sem fins lucrativos, estando pré-definido um conjunto de regras de programação cujos requisitos gerais são: principalmente a exibição de filmografias minoritárias (obras nacionais, europeias e internacionais cuja distribuição em Portugal seja inferior a 5% da quota de mercado, medido pela frequência); um mínimo de 30 filmes diferentes exibidos por ano; e alguma indicação sobre a língua portuguesa ou o peso dos filmes portugueses, longas e curtas-metragens, ficção, animação e documentário. Adicionalmente, cada entidade pode candidatar-se a um único projeto e a ajuda financeira não pode ultrapassar 80% do custo total dos projetos apresentados (para uma análise preliminar da programação dos expositores não comerciais, ver Coelho (2017)) (Miranda, 2020).

Relativamente ao apoio à exposição não comercial, este é claramente justificado por falhas de mercado. Destina-se a promover a circulação de filmes, na sua maioria produzidos com dinheiro público, para os quais as regras do mercado falham: não são rentáveis em termos de público (receitas de bilheteira), pelo que os distribuidores e exibidores comerciais tendem a excluí-los (Miranda, 2020).

A mesma justificação aponta para a organização territorial da oferta comercial: não está presente onde a densidade e as características da população não são vantajosas. Esta falha de mercado reflete-se num desequilíbrio na acessibilidade à exibição independente e não

comercial. Ora, em Portugal, cerca de um terço da população não tem cinema nas proximidades (Barbosa et al., 2016). Mesmo quando a cobertura nacional dos teatros e cineteatros municipais é garantida, a exibição regular (comercial e alternativa) de cinema não é garantida (Santos & Barbosa, 2019, outubro) (Miranda, 2020).

A análise do estudo de Miranda 2020 em colaboração com o Instituto Português do Audiovisual acerca do setor de exibição não comercial em Portugal de 2007 a 2017 é útil a esta investigação. A base de dados financeira desta pesquisa inclui 34 exibidores, todos financiados pelo subprograma do ICA entre 2007 e 2017. É incluída uma descrição do setor da exibição de cinema não comercial em Portugal, entre 2007 e 2017, assim como uma análise do auxílio financeiro a este setor, cuja principal fonte é o ICA.

Desta investigação, é possível retirar que dependendo das suas características, os expositores podem obter outros financiamentos para as suas atividades através de candidaturas culturais ou artísticas a fundos públicos. Pelo que a maioria deles recebe algum apoio, pelo menos indireto, dos municípios, como a utilização de espaços municipais para seus programas de exposições. É concluído que, em média, 20 entidades por ano receberam apoio público durante o período considerado, e que este número se apresentou consistente ao longo dos anos. Em todos os anos considerados, exceto em 2007, 2009 e 2010, houve mais concorrentes financiados do que excluídos do financiamento.

É também relevante notar que não há critério territorial nas regras pré-estabelecidas das candidaturas. Ainda assim, mais de metade dos expositores financiados entre 2007 e 2017 estão localizados nas Regiões Centro (10) e Norte (8) (Miranda, 2020).

Este estudo reforça também a natureza dos exibidores não comerciais, concluindo que a maioria destes expositores são cineclubes, outras associações culturais dedicadas às atividades cinematográficas. Estão, contudo, incluídas atividades artístico-culturais e iniciativas sociais onde o papel do cinema é bastante variável, o que se reflete num universo heterogêneo, que vai desde sociedades cinematográficas históricas até associações desportivas. Relativamente à origem dos filmes exibidos, conclui-se que há uma diversidade cultural razoável quando comparada à exposição comercial, que vai ao encontro dos requisitos gerais para o financiamento. Este estudo confirma que em Portugal, como em outros mercados, a produção (incluindo a coprodução) continua a ser a principal prioridade das políticas públicas e o segmento mais caro da indústria cinematográfica.

Segundo a análise de Miranda (2020) do valor disponível para financiamento atribuído à exibição alternativa, este representa uma percentagem residual do valor total atribuído ao setor cinematográfico e audiovisual (para mais informação, ver (Miranda, 2020)).

2.3.4.O setor de exibição semicomercial

O setor de exibição semicomercial encontra-se integrado na rede Europa Cinemas e apresenta-se como a primeira rede de cinemas com foco em filmes europeus. Esta rede foi fundada em 1992 enquanto iniciativa de um grupo de 30 exibidores de cinema, e em 29 anos tornou-se numa rede de cerca de 1231 cinemas e 3083 ecrãs em 44 países. Desde a sua criação, a Europa Cinemas é apoiada pela Comissão Europeia, através do programa MEDIA, da Europa Criativa e pelo CNC (*Centre national du cinéma et de l'image animée*). As ações da Rede Europa passam pelo apoio operacional e financeiro aos cinemas que se comprometem a ceder uma parte significativa das suas exibições a filmes europeus não nacionais e a desenvolver atividades para o público jovem (Europa Cinemas, 2022).

Os objetivos da Europa Cinemas são:

- Incentivar a renovação de práticas e inovação, através de vários workshops e publicações regulares em que a Europa Cinemas partilha as iniciativas das salas de cinema que visam diversificar e aumentar o público;
- Encorajar e apoiar atividades para as gerações mais jovens, sendo que 20% dos montantes atribuídos às salas de cinema apoiadas no âmbito do programa MEDIA são reservados a iniciativas destinadas ao público jovem;
- Promover a diversidade e a circulação de filmes europeus;
- Federar uma rede em torno de ações e reuniões comuns (Europa Cinemas, 2022).

Graças à Eurimages e ao Ministério francês da Europa e dos Negócios Estrangeiros, a ação da Europa Cinemas estende-se a países da Europa de Leste, Balcãs, Rússia e Turquia. Para além disso, conta com 57 telas em 53 cidades em 37 países da Europa e do mundo também estão associadas à rede Europa Cinemas em parceria com o *Institut Français*.

Aberta a todos os tipos de cinemas, dos municipais aos *multiplexes*, a rede também se expandiu muito para além da Europa de acordo com os programas de apoio implementados. Como na Ásia e na América Latina através do programa Mundus, no Canadá através do programa Eurimages. A Europa Cinemas contribui assim para tornar a Europa e a sua diversidade cultural uma ideia partilhada em todo o mundo (Europa Cinemas, 2022).

A rede Europa Cinemas representa também 82 milhões de admissões anuais e é estimado que 60% das entradas de filmes europeus independentes, fora do seu país de origem, são feitos nos cinemas Europa Cinemas. No âmbito do Programa MEDIA, o apoio varia entre um máximo de 15 500€ por ano para um cinema com apenas um ecrã e 50 000€ para um cinema com 15 ou mais ecrãs. O apoio à programação representa 80% do apoio de um cinema, sendo 20% reservados às atividades do público jovem. Existe um bónus à diversidade que também incentiva os membros do cinema a aumentar o número de nacionalidades representadas na programação europeia. Um segundo bónus recompensa os cinemas por seus esforços para

programar filmes da Europa Cinemas Label. Entre os vários filmes desta rede, é possível identificar, por exemplo, o filme dinamarquês *Druk* de Thomas Vinterberg, o francês *Portrait de la jeune fille en feu* de Céline Sciamma, entre muitos outros (Europa Cinemas, 2022).

Em Portugal, a agosto de 2022, esta rede conta com um total de 11 espaços expositivos. Por sua vez, Espanha conta com 60 cinemas desta rede, e a Bélgica com 33. Relativamente ao rácio por número de habitantes, em Portugal existem 1,1 salas por cada milhão de habitantes, em Espanha, existe 1,2 salas por milhão de habitantes e na Bélgica, existem 3 salas de cinema por cada milhão de habitantes (Europa Cinemas, 2022).

No Porto, como exemplo de um espaço exibitivo de cinema independente ou semicomercial, podemos realçar o Cinema Trindade, que à semelhança do Batalha Centro de Cinema, como abordaremos posteriormente, reabriu passados anos de portas fechadas à cidade.

3. O Batalha

O edifício do Cinema Batalha é uma obra inovadora e simbólica que marcou várias gerações de portuenses e a sua forma de viver a sua cidade. Este edifício, que foi inaugurado em 1947, é portador de uma história de resistência tendo marcado agudamente a história do cinema portuense e português (D. S. C. Ferreira, 2018).

O Cinema Batalha, previamente chamado de *Salão High-Life* constituiu o primeiro cinema na cidade do Porto a ser idealizado e construído enquanto um espaço dedicado ao cinema. Esteve em funcionamento mais de 50 anos, tornando-se uma referência de qualidade no cinema no Porto (D. S. C. Ferreira, 2018).

Em 2017 a Câmara Municipal anunciou a sua requalificação, enquadrada na estratégia de regresso do cinema à Baixa do Porto.

De modo a obter uma compreensão mais profunda acerca do papel deste espaço na exibição de Cinema no Porto, no passado, a presente investigação passará a fazer uma breve análise da história deste edifício, contextualizando-a no quadro nacional da época.

3.1. O Início

A primeira exibição de cinema na cidade do Porto surgiu a 12 de novembro de 1896, quando Aurélio da Paz dos Reis (1862-1931) apresentou o seu *Kinematographo Portuguez* (designação dada pelo mesmo ao cinematógrafo inventado pelos irmãos Lumière). Esta exibição deu-se no Teatro do Príncipe Real — atual Teatro Sá da Bandeira —, com a projeção de *Saída do Pessoal Operário da Fábrica Confiança*, o primeiro filme português, realizado pelo próprio. (Jornal de Notícias, 1896 como citado em D. S. C. Ferreira, 2018).

De acordo com Henrique Alves Costa (1975), o final do verão de 1906 foi assinalado pelo aumento de sessões de cinema abertas ao público. Estas sessões de exibição tomavam lugar na Feira de São Miguel (agora, Rotunda da Boavista ou Praça Mouzinho de Albuquerque), num barracão de madeira e zinco e com o chão de terra batida ao qual se chamava de *Salão High-Life*. Os responsáveis foram Manuel da Silva Neves e Edmond Pascaud, que através da sua empresa Neves & Pascaud, se tornaram peças fundamentais no processo de disseminação da exibição de cinema no Porto (H. A. Costa, 1975)

Dada a grande adesão dos portuenses, Neves & Pascaud mudaram a localização do *Salão High Life* para o Jardim da Cordoaria, permanecendo nesse local durante dois anos. No fim de fevereiro de **1908**, o salão volta a ser transferido para um novo edifício na Praça da Batalha: *Novo Salão High-Life*. Em 1913, o *Novo Salão High-Life* passa a ser designado por Cinema Batalha. (H. A. Costa, 1975; D. S. C. Ferreira, 2018).

Nestes anos, a exibição de cinema passa de locais como feiras para salões, nascendo cada vez mais salas dedicadas ao cinema, como o Salão Jardim Passos Manuel (1908), o Salão Olympia

(1912) e o Salão Jardim Trindade (1913). Também os espaços de teatro começaram a projetar cinema, como o Águia D'Ouro, o Rivoli e o Carlos Alberto (D. S. C. Ferreira, 2018).

Pelo final dos anos 20, chega o Som ao Cinema, trazendo aos espaços expositivos novos desafios de equipamento e de sincronização do som com a imagem. Nas décadas seguintes, as salas de cinema tornaram-se mais tecnicamente equipadas. O Teatro Rivoli, inaugurado em janeiro de 1932, foi das primeiras salas com estas características, seguindo-se o “São João Cine” (atual Teatro São João). EM 1938, foi demolido o Salão-Jardim Passos Manuel, dando lugar ao Coliseu do Porto em 1941 (D. S. C. Ferreira, 2018).

Em 1933, como abordado na secção anterior, Portugal começou a viver no regime do Estado Novo. Este ditou uma época em que a cultura e arte foram alvo de censura, subestimadas e ignoradas. Entre 1940 e 1944, foram proibidas e censuradas obras pela sua natureza “rebelde” e revolucionária (D. S. C. Ferreira, 2018).

Em 1944, “o inestético, mas pitoresco, edifício da Praça da Batalha era demolido para dar lugar ao novo Cinema Batalha” (H. A. Costa, 1975, p. 19).

A 30 de setembro de 1944, foi apresentado um projeto na Câmara Municipal do Porto para a construção do novo edifício, encomendado por António Ferreira Neves, filho de um dos fundadores da empresa Neves & Pascaud, pelo arquiteto Artur Andrade (1913-2005) (D. S. C. Ferreira, 2018, p22).

Importa notar que, contrariando o tradicionalismo defendido pelo Estado Novo, a “radicalidade moderna” de Artur Andrade não se limitou ao desenho arquitetónico do edifício, visto que o espaço foi concebido de modo a albergar um conjunto de obras de arte que viriam a acentuar o seu carácter polémico (Goncalves, 2001).

Desta forma, através de intervenções, na sua maioria de carácter neorrealista, artistas como Júlio Pomar, Augusto Gomes, António Sampaio, Américo Braga e Arlindo Gonçalves, contribuíram para o enriquecimento do espaço, delineando um contexto de crescente oposição ao regime (Serenio, 2001; D. S. C. Ferreira, 2018).

A 3 de junho de 1947 é inaugurado o novo edifício que passará a ser a casa do Cinema Batalha até aos nossos dias.

Algumas das obras estavam ainda por acabar, nomeadamente um dos dois frescos da autoria de Júlio Pomar (1926-2018), alusivos às festas de São João no Porto.

Júlio Pomar iniciou a sua obra em 1946, com apenas 20 anos. Aos 21 anos de idade, foi preso por oposição ao regime salazarista. Quando o cinema batalha foi inaugurado, como referido na presente investigação, as pinturas ainda se encontravam inacabadas. De maneira que, apenas após ser libertado, em outubro do mesmo ano, é que conseguiu concluir os dois frescos: o maior com cerca de cem metros ocupava parte significativa do *foyer* principal do edifício e o mais pequeno, que foi pintado numa parede junto ao balcão do cinema, no andar superior (“Júlio Pomar vai refazer os frescos do Cinema Batalha destruídos pela PIDE,” 2017c; D. S. C. Ferreira, 2018). Em junho de 1948, o então Presidente da Câmara Municipal do Porto, Luís de Pina, deu ordem para que os frescos em questão fossem ocultados. Além disso, similarmente o

baixo-relevo da autoria do escultor Américo Braga, existente na fachada do edifício, foi censurado por representar uma camponesa com uma foice e um operário com um martelo, sendo retirado o martelo (D. S. C. Ferreira, 2018). Segundo Artur Andrade (como citado em H. A. Costa, 1975), “até as letras dos puxadores das portas mereceram censura. Para o presidente da Câmara as letras ‘C’ e ‘B’ não pretendiam significar Cinema Batalha. Para ele, bem podiam ser abreviaturas de ‘Comité Bolchevista’” (H. A. Costa, 1975, p. 23). Desde 1948, os portuenses não voltaram a ver os frescos. As sucessivas camadas de tinta aplicadas ao longo dos anos foram-se acumulando, dando origem a dúvidas quanto à possibilidade de serem recuperados (Vieira, 2022).

Na sessão inaugural, cuja programação foi definida por Luís Neves Real, o filme de abertura foi o documentário *Douro, Faina Fluvial* (1931) de Manoel de Oliveira (1908-2015) e assim, Cinema Batalha trouxe ao Porto, pela primeira vez, um espaço criado de raiz para o Cinema (*O Primeiro de Janeiro*, 1947, como citado em D. S. C. Ferreira, 2018).

3.2. O Cineclube do Porto

O Cineclube do Porto originalmente designado de Clube Português de Cinematografia, é o cineclube português mais antigo em funcionamento (D. S. C. Ferreira, 2018). Este viria a ser uma peça fundamental na programação do Cinema Batalha: “O novo Cinema Batalha ficou, por essa altura, ligado a um outro acontecimento: a criação do Cineclube do Porto” (H. A. Costa, 1975, p. 25). De acordo com Tavares (1974), a ideia do cineclube nasceu de um grupo de estudantes do Liceu Alexandre Herculano no Porto, interessados na sétima arte. Hipólito Duarte, líder deste grupo, entrou em contacto com o movimento cineclubista numa viagem a Barcelona, regressou ao Porto para, em conjunto com os seus colegas, fundar o Clube Português de Cinematografia, a 13 de abril de 1945 (Tavares, 1974, como citado em D. S. C. Ferreira, 2018).

Num artigo publicado em 1953, no n. 2 da revista *Visor*, intitulado *Cineclube do Porto: A História do maior clube de Cinema do Porto*, são apresentados os sete pontos principais pelos quais o cineclube se orienta e que se mantêm até aos dias de hoje. Estes eram:

- Defender e impulsionar o cinema português;
- Divulgar a cultura cinematográfica entre o grande público e contribuir com o seu esforço para uma alta cultura cinematográfica em Portugal;
- Defender o cinema como Arte e como Linguagem;
- Divulgar as obras mais representativas da 7.ª Arte;
- Proteger o desenvolvimento do filme experimental;
- Impulsionar e auxiliar o cinema didáctico nos estabelecimentos de ensino portugueses;
- Colaborar com todos os cineclubes de características idênticas em prol do cinema (D. S. C. Ferreira, 2018, P 30).

Em setembro de 1947, o Clube Português de Cinematografia afirmou-se a nível europeu através da presença de um dos seus membros, Manuel Azevedo, no primeiro Congresso Internacional

dos Cineclubes em Cannes (Tavares, 1974). Nesta altura, juntam-se ao cineclube Luís Neves Real e Henrique Alves Costa, elementos essenciais no desenrolar da sua história (Tavares, 1974; D. S. C. Ferreira, 2018). Henrique Alves Costa (1910-1988) chegou a presidir consecutivamente entre 1948 e 1962 a Direção do CPC, “convertendo um clube de amadores de cinema no mais notável dos cineclubes portugueses” (Conceição, 2003; D. S. C. Ferreira, 2018). Luís Neves Real (1910-1985), sobrinho de António Ferreira Neves, foi gestor e programador das várias salas de cinema que a família possuía na cidade. Ficou desde o início responsável pela programação do Cinema Batalha, espaço cedido para a realização das sessões de domingo de manhã do cineclube (Trevisan, 2010; D. S. C. Ferreira, 2018).

Em 1948, Clube Português de Cinematografia passa a designar-se de Cineclube do Porto: “Em 27 de março de 1948, a Assembleia Geral discute e aprova os Estatutos e elege novos corpos gerentes. Foi nessa Assembleia que se adotou a designação de Cineclube do Porto que ainda hoje perdura” (Conceição, 2003, p. 88). Em 1950, houve um desdobramento das sessões como consequência do crescimento da quantidade de sócios. Assim, as sessões passaram a realizar-se às 10h30 no Águia D’Ouro e às 11h no Batalha (D. S. C. Ferreira, 2018).

Segundo Ana Cardoso, nestas sessões eram projetados filmes de carácter mais experimental, ou que não passavam no circuito comercial. Estes abriam espaço para o diálogo e para a crítica cinematográfica. Aos filmes, por vezes, seguiam-se palestras dadas por elementos da direção, ou convidados da mesma, sendo publicado um programa com a filmografia do realizador, a sua crítica internacional, uma crítica portuguesa, etc. (A. A. Costa em entrevista a Ana Cardoso, 2008; D. S. C. Ferreira, 2018).

Ao atingir os 2500 sócios em 1952, o Cineclube do Porto trouxe ao público sessões dedicadas a clássicos como Charles Chaplin, Orson Welles, Fritz Lang, entre outros. Para além disso, trouxe ao público portuense ciclos temáticos dedicados ao neorrealismo italiano, ao cinema brasileiro, de bailado ou infantil, iniciando também a divulgação impressa de estudos sobre cinematografia (D. S. C. Ferreira, 2018).

Nas décadas seguintes, o Cinema Batalha ficou marcado pela qualidade dos seus programas, que procuravam responder a dois tipos de público. As sessões clássicas programadas por Luís Neves Real eram dirigidas a um público mais generalizado que tinha por hábito ir ao cinema, enquanto as sessões organizadas pelo Cineclube do Porto, eram direcionadas a pessoas com interesse ao cinema associado à ideologia política dos autores, com uma visão diferente de cinema (Campos, 2014; D. S. C. Ferreira, 2018).

Com a década de 1970, chegou ao país o cinema-estúdio. O cinema-estúdio tem como principais características a sua menor dimensão, uma maior atenção ao conforto e a sua tecnologia mais atualizada, que se traduzia em exibição de mais qualidade técnica. Em 1974, com a Revolução dos Cravos e o fim da censura em Portugal, o mercado cinematográfico passou a ter liberdade para divulgar mais filmes, na sua maioria internacionais, que anos antes seriam proibidos pelo regime. O cinema comercial passou a ter espaço na programação cinematográfica nacional (A. A. Costa em entrevista a Ana Cardoso, 2008 como citado em D. S. C. Ferreira, 2018).

Neves & Pascaud, face ao desafio de rentabilizar a chegada do cinema comercial, constrói também um cinema-estúdio no interior do edifício do Cinema Batalha. Assim, no dia 9 de junho de 1976 (Jornal de Notícias, 1976 como citado em D. S. C. Ferreira, 2018)

, é inaugurada a Sala Bebê na cave do Cinema Batalha, ocupando o espaço que outrora era de cafetaria. A nova sala, com capacidade para 135 pessoas, apresenta uma lotação bastante inferior à do auditório principal, com os seus 950 lugares distribuídos por plateia, tribuna e balcão (Leite, 2014).

Durante as décadas de 1970 e 1980 continuaram a surgir novas salas, muitas delas associadas ao crescimento dos centros comerciais. Exemplos destas salas são o cinema Pedro Cem, as duas salas do centro comercial Stop e o Cinema Charlot situado no centro comercial Brasília (Andrade, 2008). “Estas décadas marcaram o início de uma época negra para os cinemas do Porto, visto que começaram a perder espectadores, diminuindo também a qualidade das suas exibições” (D. S. C. Ferreira, 2018, p 34).

Na década de 1990, surgiram os *multiplex* dos centros comerciais. O *multiplex* mostrou-se vantajoso por reunir num único sítio uma grande diversidade de salas e de opções de cinema, tendo como consequência um aumento de expectadores (D. S. C. Ferreira, 2020). Contudo, a integração de cinema nos estabelecimentos direcionados ao comércio acabou por conduzir ao despovoamento de espaços tradicionais de cinema no centro histórico do Porto. Assim, cinemas no centro do Porto como o Cinema Batalha e o Trindade entraram em declínio. A última sessão com grande adesão por parte do público no Ciinema Batalha foi a estreia do filme *Titanic* em 1998. Em agosto de 2000, fechou portas devido à falta de rentabilidade (Corvacho, 2000).

Meses depois, a Câmara Municipal do Porto arrendou o imóvel à empresa Neves & Pascaud e anunciou um projeto para a sua reabilitação com o intuito de integrar a programação da Capital Europeia da Cultura e mais tarde do festival de cinema Fantasporto, o que não chegou a ser concretizado ("Cinema Batalha vai reabrir as portas," 2001).

O Cinema Batalha esteve encerrado até 2006, ano em que a Câmara Municipal atribui a sua concessão à Associação Comércio Vivo, uma ramificação da Associação de Comerciantes do Porto (ACP). A 6 de maio de 2006, o Batalha reabre ao público como espaço cultural sob a gerência de Laura Rodrigues, presidente da ACP e também filha do arquiteto Artur Andrade (Gomes, 2006). O edifício é rentabilizado para diversas atividades que vão muito além da projeção de cinema. Contudo, findo o contrato de gestão do espaço a 31 de dezembro de 2010, o Gabinete Comércio Vivo decidiu devolver o Cinema Batalha à Neves & Pascaud, devido a “prejuízos mensais avultados” (Neves, 2011).

O Batalha apenas voltou a abrir esporadicamente para eventos temporários como a conferência TEDxPorto em 2014; o o Festival OFFF Porto, um dos maiores festivais internacionais de criatividade e criação contemporânea em 2015; o Desobedoc, uma mostra de cinema “desobediente”, organizada pelo Bloco de Esquerda e pela rede Transform! Europe, em 2016; etc.

4. Cinema independente no Porto no século XXI

Em setembro de 2016 é anunciada a reabertura do Cinema Trindade. A iniciativa partiu da distribuidora de cinema independente Nitrato Filmes e foi acordada com a empresa proprietária e com a autarquia (Andrade, 2016). Um mês depois, a Câmara Municipal do Porto anuncia a estratégia de apoio à exibição de cinema nas salas do centro histórico do Porto. No âmbito da estratégia é incluído o Tripass, um cartão que dá um acesso vantajoso ao circuito de cinema no centro do Porto, nas salas do Trindade, do Teatro Municipal do Porto (Rivoli e Campo Alegre) e do Passos Manuel (D. S. C. Ferreira, 2018).

De acordo com Rui Moreira, “a abertura do Trindade é um acontecimento muito relevante na vida cultural da cidade porque contraria a tendência inversa (...) das últimas décadas, de encerramento de salas e de espaços de exibição de cinema no centro do Porto” (“Cinema regressa à baixa do Porto,” 2016). Em fevereiro de 2017, mais de dezasseis anos depois de encerrar, as duas salas-estúdio do Cinema Trindade reabriram e voltaram a oferecer à cidade sessões diárias de cinema.

4.1. O projeto do Batalha Centro de Cinema: Memória, Conhecimento e Inovação

Em continuidade da estratégia de regresso do cinema à Baixa do Porto, em 2016, Rui Moreira divulga ter estado em diálogos relativamente à possível reabertura do Batalha, que tanto pela sua história, como pela sua arquitetura e localização, seria enriquecedor à estratégia da Câmara Municipal de reabilitar o centro da cidade (Coentrão, 2016). A janeiro de 2017, é anunciada a assinatura de um contrato referente à reabilitação do edifício (D. S. C. Ferreira, 2018).

O edifício classificado, em 2012, como Monumento de Interesse Público passou, então, a ser gerido pela Câmara Municipal do Porto, tendo sido alugado aos proprietários em 2017 por 25 anos, por 3 milhões de euros (valor mensal de 10 000 euros) com a finalidade de desenvolver um projeto cultural ligado ao cinema (“Câmara do Porto vai tomar conta do Cinema Batalha,” 2017a).

Inicialmente, era desejado adquirir o imóvel, o que foi impossibilitado pelo facto da família Neves Real, proprietária do edifício, não pretender vendê-lo. Ainda assim, a empreitada correspondeu a um investimento municipal de aproximadamente 4 milhões de euros e teve início a 18 de novembro de 2019, depois de ter sido aprovada pelo Tribunal de Contas, a 31 de outubro do mesmo ano (Moreira da Silva, 2021a).

O projeto de arquitetura ficou a cargo do Atelier 15 (conferir Anexo A), de Alexandre Alves Costa e Sérgio Fernandez, tendo, segundo Rui Moreira, concebido um projeto que dá resposta às adversidades tecnológicas e às finalidades previstas para o Batalha, gerindo simultaneamente os impasses patrimoniais do edifício classificado, em 2012, como Monumento de Interesse Público” (Moreira da Silva, 2021a). A requalificação deste espaço ficou a cargo do arquiteto Alexandre Alves Costa do Atelier 15, que apresenta uma ligação familiar ao edifício, já que é filho do cineclubista Henrique Alves Costa (Andrade, 2017). Segundo Alexandre Alves Costa,

“foi uma recuperação muito difícil porque isto estava num estado de ruína completo, o cinema estava fechado há muitos anos” (Portoponto.,2022).

Para o edifício prevê-se que ofereça duas salas de projeção preparadas para exibição de formatos digitais e analógicos – a Sala Grande com 341 lugares e a Sala Estúdio com 126 lugares. O Batalha Centro de Cinema integrará um espaço de galeria de 65m2 dedicado às artes visuais, uma biblioteca especializada em cinema, pretende ser “um epicentro” daquilo que é o acervo documental sobre a sétima arte, uma mediateca dedicada ao património filmico da cidade do Porto, com um arquivo digital que será trabalhado ao longo dos anos e um bar (Moreira da Silva, 2021a).

No piso 0 é construído um bar, igualmente equipado para exposições e performances. Este equivale à recuperação do antigo salão de chá, que, como vimos previamente, nos anos 70 passou a chamar-se de Sala Bebê. Neste andar encontra-se também uma loja de artigos de cinema, assim como outras zonas com finalidades técnicas e administrativas (Moreira da Silva, 2021b).

Ora, no primeiro piso, encontra-se a Sala Grande. Entre os 341 lugares desta sala, 183 destes estão na plateia, 112 destes na tribuna, que se encontra ao nível do segundo andar, e 42 lugares encontram-se ao nível do terceiro andar (Moreira da Silva, 2021b).

A sala de projeção vai ficar preparada para exibição de formatos digitais e analógicos e a régie surge como novo elemento. Ainda que de forma ainda pouco nítida, a distribuição de assentos e a quantidade de pessoas que esta sala consegue acolher reflete a grandiosidade e imponência da Sala Grande, que refletirá também a magnitude do Cinema Batalha.

Ainda no primeiro piso, estará ao dispor da comunidade uma galeria com 65m2 dedicada às artes visuais. Já no segundo andar, encontrar-se-á uma mediateca que pretende absorver o património filmico do porto, com um arquivo digital que vai ser trabalhado ao longo dos anos, assim como um *foyer* lateral onde vai estar uma biblioteca especializada em cinema, com uma zona de leitura. No quarto piso deste majestoso edifício, a Sala Estúdio recebe 126 lugares e fica preparada a projetar formatos digitais e analógicos, em caixa automática (Moreira da Silva, 2021b).

Esta rentabilidade do espaço “espelha o autêntico puzzle montado pelos arquitetos, por forma a que todos os percursos no interior do edifício, zonas de circulação e zonas de estar se adequem a áreas de natureza mais utilitária ou com alguma finalidade expositiva” (Moreira da Silva, 2021b).

Também os frescos de Júlio Pomar, alusivos à festa de S. João, que a PIDE censurou, foram descobertos sob sete camadas de tinta nas paredes do edifício, em estado de recuperação (conferir Anexos C e D). Em 2006, a Associação de Comerciantes do Porto, chegou a solicitar a apuração do estado dos murais. De acordo com o relatório da altura, sobravam apenas os desenhos prévios das pinturas e acreditava-se na altura que os frescos teriam sido eliminados (Vieira, 2022).

Em 2017, quando a câmara alugou o edifício, Rui Moreira chegou a anunciar na Assembleia Municipal do Porto que Júlio Pomar, que, entretanto, faleceu em 2018, estaria disponível para

refazer os painéis. No ano seguinte, Alexandre Alves Costa, o arquiteto responsável pela reabilitação do edifício afirmou que seria preferível que os murais se encontrassem de maneira a mostrar que foram destruídos por razões políticas, “transformando-se aquelas paredes numa espécie de manifesto antifascista” que contam a história do que a censura tentou extinguir. Felizmente, a equipa contratada conseguiu revelar os dois frescos depois de se eliminarem sete camadas de tinta, recorrendo apenas a químicos (Vieira, 2022).

O projeto para o novo Cinema Batalha foi lançado ao público como um projeto assente nos objetivos estratégicos em torno de:

- conhecimento sobre a história do cinema, através de sessões de cinema de arquivo, tanto em formatos analógicos como digitais;
- disseminação de discursos contemporâneos na área do Cinema sem canais de difusão no circuito comercial e nos festivais existentes;
- o apoio a agentes programadores e distribuidores na apresentação de novas cinematografias, e novos debates, na área do Cinema e da Imagem em Movimento;
- o apoio à investigação no domínio da História do Cinema e do pensamento crítico sobre a Imagem em Movimento;
- ações de cruzamento disciplinar entre a Imagem Movimento e outras artes, nomeadamente as visuais através de projetos expositivos (“Câmara do Porto vai tomar conta do Cinema Batalha,” 2017a).

A reabertura do Batalha Centro de Cinema encontra-se prevista para Dezembro de 2022, depois do atraso provocado pela crise pandémica da COVID-19. O projeto de reabertura procura que este renasça “sem desvirtuar a matriz moderna que o distingue”. Este centro procura ser um Centro Cultural enraizado no cinema, com a missão de ter uma “relação expandida e crítica com os seus mais diversos públicos e agentes” envolvendo toda a comunidade (Moreira da Silva, 2021b).

O Batalha Centro de Cinema começa por se distinguir de outros espaços exibitivos de cinema não comercial no Porto já que pretende ir além da exibição de filmes. Como o diretor artístico Guilherme Blanc referiu a entrevista a Isabel Moreira da Silva em 2021, o Batalha “não pretende ter a missão exclusiva de programar cinema histórico, ou dedicar-se a estreias de filmes que entram no circuito comercial, mas antes propor uma programação que estimule o conhecimento e fruição cultural através das múltiplas formas de fazer e pensar o cinema” ((Moreira da Silva, 2021a).

Neste sentido, a missão estratégica do Batalha passará por dar a conhecer obras e práticas filmicas de importância no cinema, introduzir o diálogo e o debate por via das várias possibilidades estéticas e formais do cinema e da imagem em movimento, disseminar obras sem canais de difusão em Portugal e estabelecer parcerias com os agentes programadores da cidade (Moreira da Silva, 2021a).

Um elemento fulcral relativamente à ligação com a comunidade que este centro cultural pretende atingir é a sua ligação à educação, procurando tornar-se um projeto educativo per se.

Assim, este projeto do novo Batalha procura, pelas palavras de Guilherme Blanc, “introduzir uma dimensão programática onde se trabalhe, em primeira linha, a inclusão social e cultural através do acesso ao cinema, passando isto pela educação, mas também pela criação de comunidades de cinefilia junto a diferentes grupos de diferentes identidades, demografias e culturas” (Moreira da Silva, 2021a).

Esta dimensão da literacia cultural no novo Batalha passará pelas escolas e no que diz respeito à academia, o Batalha será um local de “disseminação e encontro”: “Passa por alguma formação ou parcerias com projetos formativos, eventualmente e passa acima de tudo por, no que tem que ver com escolas...com conhecimento, com acesso a cinema e a debate, a debates intelectuais, digamos assim, a partir do cinema. E no que tem a ver com as escolas que já produzem com produção de cinema: divulgação e encontro. Para as escolas, vão ser gratuitas. Para estudantes, vai haver um desconto.” (Conferir Apêndice B).

Quanto a profissionais emergentes, o Batalha incluirá “um programa mensal, com pessoas que não fizeram uma longa-metragem, fizeram só curtas-metragens ainda.” (Conferir Apêndice B).

A estrutura programática contemplará a apresentação de monografias e ciclos retrospectivos de obras e práticas de cinema individuais, e também de movimentos; ciclos discursivos/temáticos, “através dos quais iremos debater assuntos políticos, culturais e filosóficos”; focos sobre cineastas e artistas contemporâneos, nacionais e internacionais. Além disso, a sinergia entre o Cineclubes do Porto e o Batalha vai ser continuada, quinzenalmente. A existência de uma biblioteca disponível à comunidade, uma mediateca e um arquivo em constante desenvolvimento são integrantes do projeto do Batalha que visam contribuir e apoiar a investigação na área da História do Cinema e do pensamento crítico sobre imagem em movimento.

Além da proximidade à comunidade, o Batalha Centro de Cinema ambiciona apostar em programas anuais de continuidade, acolhimentos e parcerias, sessões especiais, entre outras disciplinas (Moreira da Silva, 2021a).

Um dos propósitos que o diretor artístico destaca neste projeto é a capacidade de se criar uma cultura de cinema que saliente o papel intermediário das instituições culturais nos laços sociais:

“O que o Batalha pode fazer, na minha opinião, o que poderá fazer é criar uma cultura de cinema, uma cultura fílmica, criar uma relação muito profunda entre as pessoas e a produção e a história do cinema e a produção contemporânea de cinema. Para que as pessoas se relacionem de uma forma mais íntima e mais forte do ponto de vista de consumo e se relacionem com a experiência do cinema em sala. Isso é o que batalha quer fazer. E também fazer outra coisa, que é perceber, enquanto instituição cultural. Neste caso, para a área do cinema, mas para outra área. Como é que nós podemos posicionar como uma espécie de interlocutor dentro de relações? Como é que as pessoas podem usar a batalha para se encontrar? Qual é a responsabilidade de produção cultural hoje nestes laços sociais, símbolos afetivos entre as pessoas, como é que o centro cultural pode ser um lugar de encontro? Isso é uma coisa sobre a qual pensamos e que, nesse caso, estamos a trabalhar para que o batalha se posicione dessa forma.” (Conferir Apêndice B).

Resumindo com base na informação disponível: o que se propõe, então, o Batalha Centro de Cinema a ser e a fazer?

- Um centro cultural com as finalidades de reunir e celebrar habilidades associadas ao cinema, à educação e o envolvimento do público em cinema, discussão e noutras artes visuais. O edifício será composto por: 2 salas, biblioteca, mediateca, galeria dedicada às artes visuais, espaços informais como loja e bar;
- Um cinema cultural, um destino associado ao cinema e à história no centro da cidade que oferece mais do que um multiplex – procurando trazer *engagement* social e artístico com visitantes, moradores e turistas por meio de exposições, palestras, eventos e workshops.
- Um contributo para a regeneração da cidade, dinamizando a atividade da cidade com exposições e experiências culturais trazendo movimento, beneficiando de gastos diretos e indiretos dos visitantes;
- Um disseminador de filmes e produções locais e mundiais, tanto de natureza clássica como experimental;
- Hospedar festivais de cinema e ciclos temáticos, desenvolvendo oportunidades para expandir o seu alcance, perfil e posição internacional;
- Atividades ligadas ao cinema que despoletem diálogo relativo a problemáticas contemporâneas de cariz educativo a escolas gratuitamente;
- Um espaço da e para a indústria;
- Potencial colaboração com universidades e estudantes de cinema conectando as necessidades atuais da indústria com a indústria no futuro;
- Arquivo em constante evolução e acesso ao mesmo;
- Espaços informais disponíveis para todos.

Relativamente à importância do Batalha Centro do Cinema enquanto projeto da Ágora Cultura e Desporto da Câmara Municipal do Porto, a presente investigação inclui o modelo da Teoria da Mudança, ou seja, uma descrição abrangente e ilustração de como e por que se espera que uma mudança desejada aconteça, neste caso o reforço dos objetivos da Ágora Cultura e Desporto num contexto particular que é a reabertura do Batalha Centro de Cinema.

Tabela 3 – Teoria da Mudança (Batalha Centro de Cinema relativamente à Ágora Cultura e Desporto)

Principal foco: um centro cultural enraizado no cinema...	...como projeto da Ágora Cultura e Desporto...	com 5 elementos-chave...	...a impulsionar <i>outputs</i> e a apoiar objetivos da cidade do Porto no âmbito da prestação de serviço público de Cultura
<p>BCC será o primeiro centro de cinema no Porto. Ele reúne e celebra habilidades associadas, educação e envolvimento do público em filmes, televisão, animação, documentário e artes visuais associadas</p>	<p>A BCC fica no coração da cidade, onde a população local e os visitantes se encontram.</p> <p>Ao impulsionar o movimento, o BCC complementa outros elementos da cidade do Porto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Experiência do visitante -Espaços sociais para lazer e tempo de qualidade 	<p>Skills</p> <p>Indústria</p> <p>Arquivo</p> <p>Ecrã</p> <p>Espaços Informais</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mais e melhor qualidade e competências; - Espaços relevantes para as necessidades do setor; -Arquivo voltado para o público que apoia Eventos, Indústria e Patrimônio; -<i>Footfall</i> e gastos dos visitantes das exposições e atividades; -Utilização de espaços informais pela indústria e públicos; - Ligação à literacia cultural, à comunidade académica e às escolas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Promover e dinamizar atividades culturais e artísticas na cidade do Porto, privilegiando sempre a responsabilidade social das Instituições; - Contribuir para o desenvolvimento cultural e artístico do Porto, da sua Área Metropolitana e do País; - Fomentar o intercâmbio artístico contemporâneo a nível nacional e internacional; - Organizar e apoiar ações culturais e artísticas de qualidade e diversidade reconhecidas, com especial incidência na área das artes performativas e das artes visuais

				(Ágora Cultura e Desporto, n.d.).
--	--	--	--	-----------------------------------

Assim, esta investigação destaca 5 elementos como elementos-chave integrantes do que se projeta para o Batalha Centro de Cinema. Estes são:

- **Ecrã:** (foco no peso e importância das visitas a eventos associados à exibição)
- **Skills e Educação** (que atividades de educação ou de aprendizagem é que o BCC irá possibilitar que não aconteceriam de outra forma?)
- **Indústria** (que atividades da indústria irá o BCC possibilitar que não aconteceriam de outra forma?)
- **Arquivo** (que oportunidades um arquivo acessível ao público oferece à academia e a educação?)
- **Espaços Informais**

5. Análise Benchmarking

A metodologia da secção que se segue é fruto de um estágio informal na BOP Consulting. Realizado em Janeiro e Fevereiro de 2022. A BOP Consulting é uma consultora de pesquisa e estratégia especializada em cultura e na economia criativa. Os seus clientes incluem órgãos governamentais, organizações artísticas, agências internacionais, entre outros e o seu trabalho consiste em planear, desenhar e propor projetos culturais sustentáveis, demonstrar o seu impacto e identificar oportunidades para que estes cresçam. As tarefas que desenvolvi na entidade acolhedora passaram pelo apoio à pesquisa, escrita de relatórios e análise de dados em variados projetos e a maior parte do estágio residiu num projeto para a Câmara Municipal de Belfast, para quem a BOP Consulting prestou serviços de pesquisa e consultoria estratégica relativamente à abertura de um novo Centro de Cinema em Belfast. O meu envolvimento neste projeto passou pela análise do enquadramento de um novo Centro de Cinema em Belfast, pesquisa sobre a cidade e a sua possível abertura a novas salas de cinema, a receptividade da população, o potencial deste Centro de Cinema no plano cultural de Belfast e, consequentemente, o seu potencial no prisma do turismo, trabalho que, consequentemente, motivou o tema da presente investigação.

Com a finalidade de entender a pertinência do projeto para o Batalha Centro de Cinema no contexto europeu, as seguintes organizações foram selecionadas enquanto *benchmarks* relevantes do Batalha Centro de Cinema. As referências e as respetivas *rationales*:

- *HOME Cinema* em Manchester: Espaço cultural internacional que atrai tipos de público diversos e que desempenha um papel significativo na regeneração, contribuindo diretamente para o desenvolvimento da indústria e da economia local;
- *EYE Film Institute* em Amsterdão: Espaço cultural internacional alinhado com todos os cinco elementos-chave do BCC, incluindo a provisão de arquivos;
- *Light House Cinema* em Dublin: Papel na regeneração e públicos-alvo comparáveis;
- *The New Filmhouse* em Edimburgo: Uma nova *hub* que pretende fazer parte da oferta de exibição de cinema de Edimburgo em relação à indústria, festivais e *skills*.

Neste contexto, importa salientar o que define cinema independente ou não comercial para estes centros:

- Envolve o público na riqueza da cultura cinematográfica mundial, enriquecendo a vida cultural de moradores e visitantes por meio de diversas experiências cinematográficas;
- Apresenta o cinema como parte de uma paisagem cultural mais ampla;

- Desenvolve talentos, fornecendo rotas de entrada e caminhos de progressão para aspirantes a criadores;
- Traz festivais e eventos que criam oportunidades para nutrir, perfil e plataforma de talentos novos e emergentes;
- Envolve os jovens na alfabetização mediática desenvolvendo futuras audiências para cinema geograficamente diversificado;
- Dá vida à herança do cinema através da reapresentação da história do cinema para novos públicos;
- É um recurso da comunidade e um centro criativo.

Estas entidades usadas enquanto referências procuram demonstrar como cada uma das organizações se posiciona nos elementos destacados como integrantes cruciais do Batalha Centro de Cinema. Estes elementos, como referido previamente, são o Ecrã, o Arquivo, a Indústria, a ligação a outras *skills* criativas, e os Espaços Informais.

É pertinente, contudo, notar as limitações relativas a esta comparação *benchmarking*, dado que as instituições usadas como referência apresentam escalas e dimensões diferentes, as cidades em que se encontram podem apresentar diferentes barreiras ao acesso a cultura e os consumidores, naturalmente, apresentam diferentes *backgrounds* socioculturais.

5.1. *Eye Film Institute* em Amsterdão

“Eye is a dream factory and a time machine. Every cog counts...Eye is a cultural ecosystem in which the projects and networks reinforce each other...without a collection no presentation, without presentation no promotion, without education no movie culture (EYE Filmmuseum, 2021)

Fundado em 2010, em Amsterdão, e fruto de uma fusão entre quatro organizações, *Filmmuseum*, *Holland Film*, *Filmbank*, e o *Netherlands Institute for Film Education*, o *Eye* é o museu nacional para Cinema nos Países Baixos.

As suas atividades são diversas e incluem a preservação da sua coleção, educação e atividades de divulgação, apoio aos profissionais da indústria e, centralmente, a apresentação e promoção de filmes através da exposição. Todos os dias, o *Eye* realiza aproximadamente 20 exibições.

O edifício está aberto ao público todos os dias e ambiciona atrair qualquer público com interesse em cinema e em cultura fílmica. A par da sua extensa coleção e arquivo, os espaços públicos incluem quatro salas de cinema, um espaço expositivo, um piso dedicado a atividades educativas, uma loja e um restaurante (*Eye Filmmuseum*, n.d.).

A missão desta organização é estabelecer-se como “tesoureiro”, guia e pioneiro no mundo do cinema e da arte da imagem em movimento. Ou seja, enquanto tesoureiro, tem a missão de colecionar e divulgar o património cinematográfico que administra. Esta coleção, cada vez mais completa, inclui mais de 55 000 filmes, desde as primeiras imagens em movimento até a cinema mais recente e abrange também centenas de milhares de fotografias, *posters*, partituras, dispositivos de (pré-)cinema, arquivos de cineastas e uma extensa biblioteca (*Eye Filmmuseum*, n.d.).

Para além da responsabilidade em armazenar de forma sustentável este acervo e divulgá-la com o devido, o *Eye* tem um contínuo processo de aprendizagem acerca de diferentes perspetivas sobre a história do cinema, o que lhe permite reinterpretar a própria coleção através de novos insights. Através da missão de funcionar como guia, *Eye* procura salientar a sua curadoria e abertura, afirmando esforçar-se para apresentar uma programação o mais diversa e histórica possível. Além disso, apresenta programas educativos direcionados ao ensino nos Países Baixos e todos os anos abre as portas às escolas. Com a missão de ser pioneiro, associada à descoberta e inovação, *Eye* afirma estar em constante busca de formas de tornar a sua coleção o mais amplamente disponível possível, online e presencialmente, mostrando como a cultura fílmica vive fora do ambiente da sala de cinema, quando associada a exposições, a interseções com artes visuais e até à apresentação dos mais recentes trabalhos artísticos de Realidade Virtual (*Eye Filmmuseum*, n.d.).

Relativamente à sua visão, o *Eye* pretende ser um líder mundial na forma como o cinema é preservado e exibido enquanto arte, entretenimento, património cultural e documentação social, salientando a sua natureza volátil e de constante mudança. O *Eye* procura prestar atenção tanto

aos nomes clássicos como também aos mais experimentais, com abertura a novas perspetivas acerca do cinema, da história do cinema e da arte da imagem em movimento.

Repartidos entre os departamentos de Operações, Museu e Indústria, há 185 pessoas a trabalhar para esta organização. O edifício é propriedade da *ING Real Estate*, sendo arrendado pelo *Eye* a um custo anual de 1.45 milhões de euros. A construção do instituto foi iniciada em 2009 a um custo de construção de cerca de 40 milhões de euros, e o *Eye* abriu ao público a 4 de Abril de 2012. Desde então, recebe cerca de 700 000 de visitantes por ano (733 000 visitantes em 2019). O preço do bilhete normal, em 2022, é de €11.50 e o preço infantil é de €7.50 (*Eye Filmmuseum*, n.d.).

Relativamente aos Ecrãs, há um total de 640 assentos, distribuídos por 4 salas. O Ecrã 1 tem à disposição 312 lugares, o Ecrã 2 e o Ecrã 3 incluem cada um 127 lugares e o Ecrã 4 inclui 64 lugares. Cada uma das salas têm ainda mais 2 lugares destinados a cadeiras de rodas. Para além das salas de exibição, o *Eye* dispõe de uma galeria com cerca de 1300 m², uma loja, salas de armazenamento, laboratórios e oficinas, uma sala de reuniões, uma biblioteca especializada e um café/restaurante (*Eye Filmmuseum*, n.d.).

O *Eye* é especialmente ativo no campo da educação. Este departamento trabalha em estreita colaboração com o ramo educacional, a indústria cinematográfica e as bibliotecas para estimular a alfabetização de media, oferecendo workshops e aulas para vários níveis de educação (primário, secundário, necessidades especiais etc.). O *Eye* colabora também com a Universidade de Amsterdão em aulas e em Cursos de Mestrado. *MovieZone* e *Klassefilm* são alguns dos projetos educacionais de longo prazo da *Eye* voltados para o ensino fundamental e médio (*Eye Filmmuseum*, n.d.).

5.2. *HOME* em Manchester

Localizado em Manchester, *HOME* é um centro internacional de arte visual contemporânea, cinema e teatro, formado a partir de uma fusão entre a Cornerhouse e a Library Theatre Company em 2012 (HOME Manchester, 2017).

O HOME procura ter um impacto artístico, económico e social e foi projetado para permitir o comissionamento, a produção e a apresentação de projetos artísticos criticamente *engaged* e tecnicamente complexos, assim como a realização de eventos culturais de grande escala (HOME Manchester, 2017).

Com cerca de 7600m², o HOME começou a construção em 2013 e abriu em 2015, tendo custado 25 milhões de libras. Relativamente ao financiamento, o *Manchester City Council* contribuiu com £ 19 milhões e o programa de investimento de capital do *Arts Council England* contribuiu com £ 5 milhões. Financiamento adicional foi recebido da *The Garfield Weston Foundation* e de outras doações e angariação de fundos (HOME Manchester, 2017).

O programa do *HOME* abrange uma variedade de formas de arte, incluindo cinema, teatro e artes visuais. No prisma do cinema, o *HOME* procura exibir obras de importância regional, nacional e internacional, abrangendo o cinema contemporâneo e clássico com obras de artistas e cineastas estabelecidos e emergentes. Assim, o *HOME* procura criar um diálogo entre cineastas e público, e criar ligações e oportunidades de colaboração entre as outras formas de arte que o *HOME* é anfitrião. No teatro o *HOME* recebe regularmente as estreias de peças estrangeiras no Reino Unido, além de apoiar o trabalho de artistas e companhias locais, regionais e nacionais. Este centro cultural também procura explorar e desenvolver abordagens menos tradicionais, como o teatro de dança. O *HOME* recebe vários festivais, incluindo o *¡Viva! Festival*, um festival de teatro, cinema e artes visuais, o *Orbit*, um festival anual de vitrine e *PUSH Festival*, que apoia profissionais emergentes. Quanto às artes visuais, o HOME inclui um programa internacional de artes visuais contemporâneas dedicado a apresentar artistas emergentes e estabelecidos de importância regional, nacional e internacional. Todas as exposições são comissionadas pela HOME, que procura contratar artistas para produzir novos trabalhos e exposições que expandam sua prática. Este centro cultural valoriza as suas colaborações, incluindo a *Manchester Art Gallery*, a *University of Manchester* e a *Manchester School of Theatre*. Em particular com a Universidade de Manchester, o HOME criou uma parceria de 3 anos, *The Complete Works*. Esta parceria que inclui uma série anual de eventos de literatura e entrevistas (HOME Manchester, 2017).

Relativamente ao espaço, o HOME inclui um anfiteatro com cerca de 500 lugares, um espaço de estúdio com 132 assentos, uma galeria com cerca de 500m², duas salas aptas para performances, espaços adicionais para eventos e ensaios, um espaço de café e restauração com um terraço, e 5 salas com ecrã. Estas salas incluem um total de 512 assentos:

- Ecrã 1: 227 assentos e 4 assentos aptos para cadeira de rodas
- Ecrã 2: 147 assentos e 2 assentos aptos para cadeira de rodas
- Ecrã 3: 58 assentos e 1 assento apto para cadeira de rodas

- Ecrã 4: 33 assentos e 2 assentos aptos para cadeira de rodas
- Ecrã 5: 36 assentos e 2 assentos aptos para cadeira de rodas (HOME Manchester, 2017).

Relativamente ao total de admissões em 2019/20, as visitas através de reserva, incluindo cinema, teatro e exposições foram cerca de 343 172, o total de visitas foi 896 046 e estas representaram um aumento de 32% em relação ao número de visitas do ano anterior. Relativamente aos níveis de staff, o centro de cinema *Home* conta com 142 trabalhadores a tempo inteiro e, em 2019/20 contou com 285 trabalhadores voluntários cujo trabalho correspondeu a 8149 horas (HOME Manchester, 2017).

Relativamente ao seu posicionamento na cidade, a Câmara Municipal de Manchester encara este centro de cinema como estando posicionado para:

- Atrair novos visitantes para Manchester – atuando como destino turístico e ajudando a impulsionar o desenvolvimento do comercial local;
- Contribuir para a criação de um novo bairro criativo na cidade – desenvolvendo um *sense of place*;
- Permitir que a comunidade local aceda, participe e aprenda sobre cinema, arte e teatro;
- Envolver jovens e organizações culturais/educacionais locais;
- Apoiar o desenvolvimento de talentos locais/regionais (HOME Manchester, 2017).

“HOME não é apenas o coração cultural de First Street, mas atua também como um catalisador para uma maior transformação da área, atraindo outros investimentos e empregos e contribuindo significativamente para a mistura vibrante que torna Manchester um lugar desejável para residentes, visitantes e negócios iguais.” - Sir Richard Leese, líder da Câmara Municipal de Manchester

Quanto à sua contribuição para a área local e regeneração da mesma, interessa notar que o HOME foi inaugurado como parte do projeto de regeneração de £500 milhões da *Ask Property Development* na *First Street*, que procurou criar um novo destino de alta qualidade na cidade, reunindo espaços de cultura, lazer, comércio e negócios. A *First Street* está localizada na interseção do *Innovation District* de Manchester e o centro empresarial tradicional da cidade e o distrito de crescimento mais rápido. Após a conclusão do projeto, há uma meta de 10.000 pessoas para trabalhar na *First Street*. Enquanto empreendimento destinado a vários usos, o local incluirá espaço significativo para escritórios, habitação, hotéis, restaurantes e spas e outras atrações de entretenimento. O *HOME*, posicionado como a âncora cultural no desenvolvimento da *First Street*, desempenha um papel fundamental na visão de um bairro criativo em Manchester. Também o programa comunitário tem a finalidade de envolver grupos, instituições de solidariedade e grupos voluntários em Manchester, de forma a criar pontes entre a comunidade local e o HOME, tanto como público, como também enquanto artistas.

O Home procura também maximizar a sua vertente educativa, incluído um programa para escolas e faculdades direcionado a jovens dos 14 aos 19 anos a realizar o GCSE, o Advanced Subsidiary, o nível A2 ou equivalente em disciplinas como Drama, Inglês e Estudos de Teatro, Cinema e *media* e Línguas Estrangeiras Modernas. Uma série de *workshops* gratuitos, projetos e oportunidades de comissionamento coordenados por profissionais do setor, para jovens de 15

a 25 anos, fazem parte da oferta do HOME pelo seu programa HOME Young Creatives (HOME Manchester, 2017).

Quanto ao seu contributo no Desenvolvimento da indústria, é importante salientar o GM Artist Hub, um projeto coletivo de desenvolvimento de artistas de treze organizações em Greater Manchester, disponibilizando apoio, aconselhamento e financiamento para trabalhadores independentes, artistas e empresas na área. O HOME tem também um programa de desenvolvimento de talentos variados, incluindo eventos, workshops, oportunidades de intercâmbios criativos e outras oportunidades. O Fundo de Oportunidades do HOME apoia várias vertentes-chave do programa, incluindo residências remuneradas, preparação e treino e financiamento (HOME Manchester, 2017).

Uma avaliação do impacto do HOME em 2019/20 foi produzida em agosto de 2020 pela Ekosgen. Os principais benefícios relatados incluem benefícios económicos e benefícios sociais:

Quanto aos benefícios económicos do *HOME* em 2019/20, mais de £22 milhões em gastos na economia de *Great Manchester* estão associados às atividades do HOME. Relativamente ao emprego, a HOME contribuiu direta e indiretamente para o equivalente à criação de 320 empregos equivalentes em tempo integral em *Great Manchester*, refletindo-se também num impacto anual estimado de valor acrescentado bruto de £24,9 milhões, considerando impactos diretos, indiretos e induzidos (Ekosgen, 2020).

Relativamente aos Benefícios Sociais, este estudo conclui que 8149 horas de trabalho foram entregues por 285 voluntários, o que se refletiu em £77 600 de capital social. Quanto ao bem-estar e saúde, contabilizou-se uma poupança em £1 milhão de despesa do *National Health System* devido ao envolvimento do público com a oferta cultural. Também £ 343 mil relativas a gastos de visitantes para projetos, exposições e performances, refletindo-se o impacto do HOME num valor social total de £1,1 milhão (Ekosgen, 2020).

5.3. *Light house cinema em Dublin*

O cinema Light House tem um forte legado em Dublin, tendo sido originalmente inaugurado em 1988 como um espaço com dois ecrãs apenas, antes de se mudar para um novo local redesenhado em Smithfield em 2008. O Light House encerrou em 2011 devido ao aumento da renda do edifício, em concordância com a conjuntura que caracterizava a época. O cinema foi reaberto em Janeiro de 2012 sob a gestão da *Element Pictures* (LightHouse Cinema Dublin Ireland, 2022).

Focado na apresentação de filmes independentes, de arte, de língua estrangeira e clássicos, o cinema Light House procura posicionar-se como um cinema de destino com uma programação diversificada de exibições e eventos, oferecendo um programa escolar, exibindo performances de Cinema de Eventos e eventos especiais como “sing along screenings”, sessões de *karaoke* e até a exibição da Eurovisão ao vivo (LightHouse Cinema Dublin Ireland, 2022).

Relativamente à sua missão, o objetivo é tornar-se um destino na mente dos visitantes nacionais e internacionais e não só dos visitantes locais. Quanto ao financiamento, recebeu cerca de 1,75 milhões de euros de financiamento público, investimento da *Fussano properties*, e auxílio financeiro do Departamento de Artes, Desporto e Turismo e do Consórcio Cinema Cultural. O *Light House Cinema* foi palco de alguns dos festivais anuais de cinema mais prestigiados da Irlanda, como o *AUDI Dublin International Film Festival*, *The Gaze Film Festival* e o *Japanese Film Festival* (LightHouse Cinema Dublin Ireland, 2022).

O cinema localiza-se em *Smithfield Square*, área que sofreu uma regeneração significativa nos últimos 20 anos. O cinema Light House encontra-se posicionado como uma âncora cultural e é considerado como tendo ajudado no desenvolvimento de um *cluster* através da atração de outras empresas cinematográficas e digitais para a área local (LightHouse Cinema Dublin Ireland, 2022).

Em 2012, um artigo no TheJournal.ie descreveu o cinema *Light House* como “uma luz brilhante na regeneração da área de *Smithfield*” (Daly, 2012b).

O antigo membro do Parlamento, Joe Costello, afirmou aquando do encerramento do centro de cinema que a área de *Smithfield* se transformaria numa “*ghost town*” e uma campanha no Facebook foi lançada para tentar salvar o *Light House* (Daly, 2012a).

Com cerca de 5300m² e um custo de construção de cerca de €5.5 milhões, o *Light House Cinema* inclui 4 ecrãs e um total de 614 assentos:

- Ecrã 1: 277 assentos
- Ecrã 2: 153 assentos
- Ecrã 3: 116 assentos
- Ecrã 4: 68 assentos

No momento de escrita, o bilhete para adulto custa €11, o bilhete para crianças, seniors e estudantes custa €8.50 e o bilhete familiar custa €35 (LightHouse Cinema Dublin Ireland, 2022).

5.4. A proposta para o Novo *Filmhouse* em Edimburgo

O cinema *Filmhouse* é um cinema independente de três ecrãs com uma ampla variedade de filmes de todo o mundo, desde filmes que tipicamente agradam a um público mais abrangente como clássicos restaurados, retrospectivas e temporadas e festivais temáticos. Localizado na *Lothian Road*, o cinema localiza-se numa igreja antiga. As exibições, neste espaço começaram em 1978, com apenas um ecrã. Em 1985, o espaço já contava com um bar e com mais uma sala de cinema e em 1997 a terceira sala de cinema foi adicionada. O programa inclui cerca de 700 filmes e eventos anualmente, com exibição analógica e digital (*Filmhouse*, n.d.).

O *Filmhouse* inclui também painéis de discussão e o seu departamento de Educação oferece exibições, workshops, cursos e eventos para todas as idades. Fruto do esforço constante para ser um espaço inclusivo, em 2012, o cinema recebeu um prémio do *Royal National Institute of Blind People*. Contudo, ao longo dos anos o *Filmhouse* reconheceu a necessidade de um novo espaço, passados 30 anos. Depois de uma procura pelo local ideal para dar continuidade ao centro de cinema, foi identificado o Festival Square como o espaço do próximo edifício (*Filmhouse*, n.d.).

O *New Filmhouse* pretende existir como um centro local, nacional e internacional para educação cinematográfica, programação cinematográfica e desenvolvimento de público, desenvolvimento de talentos e habilidades cinematográficas, de negócios e inovação da indústria. Com uma capacidade prevista de 792 pessoas em cinco salas de cinema e com base no trabalho da atual *Filmhouse*, o novo empreendimento visa duplicar as visitas individuais por ano, de 369960 para 806251, e criar um templo para a cultura cinematográfica para as pessoas de Edimburgo, assim como para visitantes (*New Filmhouse*, n.d.).

De acordo com a proposta da *New Filmhouse*, esta incluirá um complexo de cinema de cinco ecrãs totalmente acessível, mantendo a independência de espírito, programação e identidade da atual *Filmhouse*, oferecendo a mais ampla variedade de filmes para um público. O projeto propõe também um espaço flexível de exibição, produção e exibição. Este Centro de Cinema procura ser um espaço de encontro e evento flexível no coração do edifício, projetado para festivais, conferências, workshops, seminários, networking e eventos especiais. O espaço incluirá também dois espaços intencionados para a educação e a aprendizagem, chamados de *The Innovation Labs*. Em acréscimo, o projeto menciona espaços de trabalho e de reuniões acessíveis a agentes e organizações culturais. Para além disso, o *New Lighthouse* projeta um café com aumento de capacidade face ao anterior, um restaurante formal com vista para a cidade e um terraço de acesso público que também poderá ser usado para exibições e eventos (*New Filmhouse*, n.d.).

Relativamente ao papel desejado em festivais, o objetivo é criar uma “casa de referência” para o *Filmhouse* e o festival de cinema mais antigo do mundo, o *Edinburgh International Film Festival* (EIFF), na *Festival Square*. O *New Lighthouse* está projetado para criar um espaço que permita que os festivais cresçam e desenvolvam sua oferta, fortalecendo o posicionamento de Edimburgo como uma cidade acolhedora de festivais de cinema. Esta afiliação entre o EIFF e a *Filmhouse* permite abrir novos mercados de participantes e ajuda a diversificar o leque de visitantes (*New Filmhouse*, n.d.).

5.5. Comparação geral

Face à análise dos centros de cinema selecionados, é possível retirar a importância do papel que desempenham nas dinâmicas das suas cidades, na sua regeneração e no contributo educativo que trazem à sua comunidade.

Na análise, é possível encontrar semelhanças entre os seus programas e singularidades e o papel que o Batalha Centro de Cinema se propõe a desempenhar. O *HOME*, por exemplo, constitui uma referência útil espelhando o potencial cultural e económico de uma instituição cultural na respetiva cidade. Relativamente ao *Eye*, a sua presença na educação e o facto de ter um arquivo em constante evolução e preservação torna-o uma referência enriquecedora ao caso de estudo. O *Light House* salienta o papel desta instituição cultural na regeneração de uma zona da cidade, assim como, ainda que por um período de tempo significativamente mais curto do que o Batalha, é um exemplo de um centro de cinema que reabriu após um encerramento consequente da crise de 2008. O projeto para o novo Filmhouse constitui um exemplo de um novo projeto de continuação, com apoio e sinergias com a Indústria, a Educação e incluindo outros espaços informais.

Centro de cinema e localização	Nº. de ecrãs	Nº. de assentos	População da cidade	Nº. de turistas internacionais (anual)
<i>Eye</i> , Amsterdão	4	640	862 987	9 330 000
<i>HOME</i> , Manchester	5	512	553 230	1 700 000
<i>Light House</i> , Dublin	4	614	1 420 000	6 600 000
<i>New Filmhouse</i> (proposta), Edimburgo	5	792	524 930	2 300 000
Batalha Centro de Cinema, Porto	2	aprox. 467	231 962 ³	1 540 000 ⁴

O Batalha Centro de Cinema tenciona ser um centro de cinema que servirá a cidade do Porto e a região envolvente. Os locais alvo comparação servem cidades com oferta cultural alternativa e de diferentes dimensões. Visto que o centro de cinema não terá como objetivo único a exibição e não será um espaço onde aconteçam estreias de filmes, não fará sentido projetar o rácio de ocupação já que as atividades realizadas neste edifício serão de naturezas muito diversificadas, o que não é possível de ser medido como se de um cinema de estreias se tratasse. Para além disso, não faz sentido avaliar a necessidade de adicionar ou alterar o número e a lotação das salas já que estes elementos são integrantes do edifício histórico.

³ (Porto, o Nosso Movimento, 2022).

⁴ (InvestPorto, 2022)

Assim, tendo em conta a magnitude do edifício histórico e a comparação de lotação dos centros de cidade das organizações usadas como referência, é possível inferir que os ecrãs e a capacidade das salas mostram estar apropriadas e viáveis para a cidade do Porto.

Um arquivo dedicado só é coberto pelo *Eye* nas organizações de comparação selecionadas. Edimburgo, Manchester e Dublin têm arquivos existentes nas suas cidades. Em Inglaterra, na Escócia e no País de Gales existem arquivos nacionais: o *BFI National Archive*, o *Moving Image Archive* da *National Library of Scotland* e o *Screen & Sound Archive* da *National Library of Wales*, respetivamente. Em Portugal, a Cinemateca Nacional é o organismo nacional tutelado pelo Ministro da Cultura, que tem por missão a salvaguarda e a divulgação do património cinematográfico (Cinemateca Portuguesa, 2013). Os benefícios da localização simultânea do arquivo e das salas de cinema são visíveis no caso do *Eye* em Amsterdão, onde a exibição, a aprendizagem e partes do programa educativas e a programação beneficiam da existência de um arquivo completo. Da mesma forma, o Tyneside Cinema é um exemplo de um cinema que ainda faz excelente uso do arquivo local para cursos de aprendizagem ao longo da vida e exibições regulares.

Relativamente à Indústria, todas as organizações selecionadas visam construir, celebrar e consolidar as conquistas da indústria. Assim, é previsível que, relativamente ao arquivo, o Batalha Centro de Cinema:

- se torne um centro de cultura no centro da cidade que conecte públicos, profissionais e alunos da área no cinema, envolva o público local e contribua para um crescimento do interesse em narrativas digitais locais, forneça potencial para exploração académica;
- melhore o setor de exposições e o desenvolvimento do público das salas de cinema na cidade dedicadas ao cinema cultural;
- forneça um arquivo proeminente e acessível ao público.

No que diz respeito a outras *skills* e educação, todas as organizações usadas como referência, exceto a Light House em Dublin, incluem atividades e iniciativas direcionadas a aquisição de capacidades e complementaridade à educação. Como referido, o Batalha Centro de Cinema pretende oferecer atividades a escolas gratuitamente, criar programas que despoletem o diálogo e a fruição cultural, assim como uma ligação entre a indústria e estudantes da área.

Todas as organizações selecionadas incluem espaços informais para além da sua atividade primária. O mesmo é esperado para o Batalha Centro de Cinema, que incluirá um terraço, um café, uma loja e um espaço de leitura.

Centro de cinema e localização	Ecrãs	Arquivo	Indústria	Skills	Espaços informais
<i>HOME</i> , Manchester	√		√	√	√
<i>Eye</i> , Amsterdão	√	√	√	√	√
<i>Light House</i> , Dublin	√		√		√
<i>New Filmhouse</i> (proposta), Edimburgo	√		√	√	√
Batalha Centro de Cinema, Porto	√	√	√	√	√

Para além destes elementos-chave analisados, é pertinente ter em consideração o papel que o centro cultural pode vir a desempenhar na dinâmica cultural e social do Porto, como ímpeto à regeneração da cidade, animando o centro da cidade com vitalidade, aumento de movimento, efeitos diretos e indiretos na economia local e *sense of place* através de:

- aliança entre o turismo e a regeneração que é provocada por desenvolvimentos culturais, através de experiências autênticas, enraizadas na história do cinema em Portugal e na história de Portugal;
- melhoria da dinâmica do centro da cidade, aprimorado pelo foco cultural moderno e acessível do cinema e da indústria informal;
- oferta de um novo “lar” cultural com programação temática e diversificada com potencial de promoção de bem-estar para a comunidade;
- aumento do valor da baixa do porto através do centro de cinema e de mais atividade no coração do Porto, o que nos remete para o conceito de “flat white economy” que está a transformar os centros das cidades, já que agentes criativos movimentam inovação em economias urbanas modernas (Florida, 2017).

Em referência ao desenvolvimento do HOME (uma das quatro organizações de comparação selecionadas para esta revisão), Sir Richard Leese, ex-líder do Manchester City Council, disse: “*HOME is not just First Street’s cultural heart but is acting as a catalyst to further transformation of the area, attracting other investment and jobs and making a significant contribution to the vibrant mix which makes Manchester a desirable place to be for residents, visitors and businesses alike.*” (Wates, 2022).

Também Rui Moreira prevê que o Batalha Centro de Cinema irá despertar uma “relação expandida e crítica com os seus mais diversos públicos e agentes, permitindo que a cidade veja nascer uma instituição aberta, participada, estimulante e também divertida” (Moreira da Silva, 2021) .

Considerações Finais

A presente dissertação derivou da perspectiva de que o Centro de Cinema desempenha um papel de enorme importância na modernidade líquida que caracteriza a atualidade, enquanto espaço de encontro, de diálogo e de reflexão para a comunidade onde o cinema extrapola a sua função de entretenimento, estabelecendo-se como uma ferramenta social.

O propósito desta dissertação, recorde-se, foi interpretar o projeto do Batalha Centro Cinema enquanto impulsionador cultural, social e económico da cidade do Porto. Preliminarmente, a investigação beneficia de um enquadramento teórico, onde é importante salientar as suas conclusões relativas à economia do cinema, aos subsectores de exibição não comercial e semicomercial, às políticas públicas europeias e portuguesas, assim como as intervenções para o cinema antes e depois da Revolução de Abril.

Após uma breve descrição do surgimento do cinema e da evolução da articulação entre os segmentos de produção, distribuição e exibição, é abordada a economia da cultura. Aqui, a investigação salientou a forte interligação entre os bens culturais e as preferências dos consumidores e, como as últimas se encontram diretamente ligadas a fatores no cerne da realidade sociocultural dos indivíduos. É também frisado o facto da dimensão económica contribuir mais para a Economia do Cinema do que a sua dimensão cultural. É com isto relacionada a hegemonia dos Estados Unidos da América no setor do cinema, que é simultaneamente uma conclusão do início desta investigação, e um pressuposto da ênfase no cinema não comercial e semicomercial.

Subsequentemente, a investigação depreende que esta supremacia americana no cinema justifica a importância da intervenção estatal de vários países em defesa dos valores de inclusão e diversidade, assim como da necessidade de preservação da identidade cultural. Daqui, é concluído que a hipótese de comercialização da cultura através do comércio internacional e da liberalização das indústrias criativas e culturais simboliza uma enorme ameaça à diversidade de identidade culturais e ao cinema europeu. É pertinente sublinhar que a diferença no número de produções de longas-metragens em países europeus e nos EUA não explica as diferenças na quota de mercado (medida pela bilheteira). O número de filmes produzidos entre os países europeus e os EUA não é contrastante, mas a receita bruta de bilheteria apresenta a tendência de ser bastante maior nos EUA (Kanzler & Simone, 2019).

Ainda no subcapítulo 2.2, a presente dissertação capta as mudanças e os desafios que a crescente digitalização trouxe ao setor, sendo que multiplica a hegemonia americana dada a multiplicação dos canais de difusão que tende a valorizar a cultura popular. A distribuição sofreu também várias alterações, com a possibilidade de o segmento da produção alcançar diretamente o consumidor final através de *Video On Demand*, o que desperta, por vezes, os picos de popularidade momentâneos que caracterizam a sociedade pós-moderna. Daí, a investigação infere que o direcionamento das políticas públicas à exibição não comercial é também uma resposta à digitalização no cinema, ao destacar as novas potencialidades de acessibilidade cultural pelo cinema.

Na secção 2.3, relativa a políticas públicas para o cinema, é abordada também a importância das mesmas para a promoção de consumo cultural em áreas urbanas menos densas, sendo frisada a desigualdade no acesso à exibição independente, já que em Portugal um terço da

população não tem cinemas nas proximidades (Barbosa et al., 2016). Concluiu-se também que França, Alemanha e Áustria são os países onde mais fundos foram identificados, havendo uma relação entre o número de fundos disponíveis no país e o seu número de instituições de financiamento, não aparentando ser muito influenciado pelo tamanho do país. É concluído que no setor do cinema e do audiovisual tem havido um esforço geral de incentivo do setor a nível supranacional. Contudo, o apoio é geralmente desequilibrado a favor da produção, falhando na articulação da distribuição e exibição. Também em Portugal, a produção é o foco das políticas públicas, deixando os restantes segmentos menos salvaguardados do funcionamento do mercado.

Relativamente ao enquadramento histórico português no cinema, a investigação frisa que as primeiras estratégias de incentivo ao sector estiveram relacionadas com o Estado Novo, o que espelha os desafios do Cinema Batalha perante o regime da época. É abordada a importância do Instituto do Cinema e Audiovisual e os principais marcos legais e programas de apoio.

Quanto ao projeto do Cinema Batalha, estando ciente das limitações acerca da perspetivação do Batalha Centro de Cinema enquanto impulsionador cultural, social e económico da cidade do Porto, é possível elencar um conjunto de ideias-chave que resultam da informação disponível e da comparação *benchmarking* efetuada.

Para além da importância educativa programática de um projeto como o do Batalha Centro de Cinema, é reconhecível e tangível a ligação dos habitantes aos espaços célebres da cidade do Porto. Um exemplo claro, foi a reação dos portuenses em 1995, quando o Coliseu esteve em meios de ser vendido Igreja Universal do Reino de Deus. Para além disto, a reação dos portuenses à reabilitação do Mercado do Bolhão reforça o seu reconhecimento pela monumentalidade do seu património. Por outro lado, há uma ligação memoriosa entre o Porto e o cinema, dado que é cidade pioneira do cinema em Portugal, como foi abordado nas secções 2.1, 2.2 e no capítulo 3. Há, então, uma propensão orgânica dos portuenses para participar e para se identificarem com programação de fruição cultural, diálogo e aprendizagem. Esta é maximizada quando relembremos a história e o carácter político que o Batalha carrega, tal como a investigação frisou no capítulo 3.

Relativamente, aos restantes espaços de cinema independente no Porto, é possível deferir que o Batalha Centro de Cinema se pretende distinguir destes, não fazendo estreias, mas sim um programa diferenciado, conectando o cinema de diferentes formas, incluindo programas dedicado às escolas, como concluído através da secção 4.1.

A análise *benchmarking* realizada no capítulo 5 permite estabelecer a comparação entre diferentes centros de cinema em cidades europeias. Esta comparação ajuda a depreender que estratégias e ações são eficazes para as intuições usadas como referência no mesmo setor. Aqui, é possível encontrar semelhanças entre os propósitos destes centros de cinema e concluir que a forma como funcionam é viável, mesmo que diferenciem em fatores como a cidade, a exibição (fazer ou não estreias), o financiamento, a escala e a magnitude.

Deste modo, é salientado o papel que as instituições culturais usadas como referências desempenham nas respetivas cidades, na regeneração das mesmas e o seu contributo educativo na comunidade. Cada centro de cinema usado como referência partilha características com o projeto do Batalha Centro de Cinema. No estudo do *Eye Institute*, é concluído que apenas esta instituição fornece um arquivo dedicado e é salientado o quão benéfica a localização simultânea do arquivo e das salas de cinema pode ser. Todas as referências, exceto o *Light House Cinema*,

incluem atividades e iniciativas direcionadas a aquisição de capacidades e complementaridade à educação. Relativamente à Indústria, todas as organizações selecionadas visam construir, celebrar e consolidar as conquistas da indústria. Os estudos disponíveis acerca do *HOME* comprovam a viabilidade social e económica dos centros de cinema. O *Light House Cinema* representa um exemplo claro do papel que um centro de cinema pode desempenhar na regeneração local da cidade. Por outro lado, a proposta para o *New Film House* representa um exemplo de um projeto de expansão do atual cinema *Film House*, de forma a dar espaço a atividades educativas, criar mais espaços acessíveis a agentes e organizações culturais, tornar-se uma casa para festivais de cinema e incluir mais espaços informais. Deste projeto de alargamento do *Film House*, é possível concluir a importância dos elementos-chave que ultrapassam a exibição, como a indústria, skills e educação e os espaços informais.

Considero que a presente investigação é útil e pertinente, sendo a reabertura do Batalha Centro de Cinema um acontecimento esperado pela cidade e pelos entusiastas de imagem em movimento que ainda não é alvo de grande investigação, quer pelo seu valor patrimonial e revolucionário, quer pelo exemplo de resiliência e mérito que representa enquanto instituição cultural. Para além disso, os setores de exibição não comercial e semicomercial carecem de investigação, particularmente no contexto português.

A abordagem metodológica deste trabalho não é compatível com uma avaliação de impacto, já que o Batalha Centro de Cinema é, por enquanto, apenas um projeto. Esta dissertação ajuda a identificar futuras oportunidades de investigação como, por exemplo, um inquérito ao público de espaços e festivais de cinema independente da cidade ou um inquérito aos residentes na cidade, assim como a possibilidade de expandir o presente trabalho de forma a incorporar um estudo com maior detalhe dos festivais de cinema. Será interessante no futuro explorar outras áreas relacionadas com literacia cultural, escolaridade e a sociologia.

Não obstante, podemos concluir com ânimo que o projeto Batalha Centro de Cinema colmata uma lacuna na dinâmica cultural da cidade do Porto, reanimando um espaço amado pelos portuenses. Por outro lado, algumas lacunas relativamente ao estudo de outras dimensões dá espaço a uma continuação com novos e diferentes *insights*, e abre caminho para a realização de um futuro estudo de impacto sobre o Batalha Centro Cinema.

“‘Vai no Batalha!’ é ir ao desengano, é não ser levado a sério, é mentir sem consequência.

‘Vai ao Batalha’ é, daqui em diante, uma troca intencional de artigos com um sentido único: tornar este espaço de todos, um convite a explorar a sétima arte e a mergulhar no mundo da imagem em movimento.”

(Moreira da Silva, 2022b)

Referências e Bibliografia

- Agência Lusa. (2021a, 25 de agosto). Atualização da lei do cinema só entra em vigor em janeiro de 2022. *Observador*. <https://observador.pt/2021/08/25/atualizacao-da-lei-do-cinema-so-entra-em-vigor-em-janeiro-de-2022/>
- Ágora Cultura e Desporto. (n.d.). *Ágora cultura e desporto*. <https://www.agoraporto.pt>
- Ágora Cultura e Desporto. (2022). *Batalha Centro de Cinema*. <https://www.agoraporto.pt/cultura/batalha-centro-de-cinema>
- Andrade, S. C. (2008, 24 de agosto). Viagem às salas-fantasma do Porto. *Público*. <https://www.publico.pt/2008/08/24/jornal/viagem-as-salafantasma-do-porto-273454>
- Andrade, S. C. (2016, 28 de setembro). Cinema Trindade vai reabrir com programação diária na Baixa do Porto. *Público*. <https://www.publico.pt/2016/09/28/local/noticia/cinema-trindade-vai-reabrir-com-programacao-diaria-na-baixa-do-porto-1745358>
- Andrade, S. C. (2017, 12 de janeiro). Batalha vai ser a casa do cinema no Porto. *Público*. <https://www.publico.pt/2017/01/12/culturaipilon/noticia/batalha-vai-ser-a-casa-do-cinema-no-porto-1758061>
- Arnal, M., & Salson, A. (2016). *The emerging practices of cinema exhibition in Europe*. Le Blog documentaire. <https://www.filmneweurope.com/images/Emerging%20practices%20of%20cinema%20exhibition%20in%20EuropeReportENG.pdf>
- Aveyard, K. (2016). Film consumption in the 21st century: Engaging with non-theatrical viewing. *Media International Australia*, 160(1), 140–149. <https://doi.org/10.1177/1329878x16642851>
- Bakker, G. (2012). Sunk costs and the dynamics of creative industries. In C. Jones, M. Lorenzen, & J. Spased (Eds.), *The Oxford handbook of creative industries* (pp. 351–386). Oxford University Press.
- Barbosa, A. L. (2020). *Rede alternativa de exibição de cinema: Tendências gerais e prospectivas* [Apresentação de PowerPoint]. https://exibicaoonaocomercialdecinema.weebly.com/uploads/1/1/4/8/114860787/ppt_citcem_lb_rev_2_.pdf
- Barbosa, A. L., Cunha, J. A., & Santos, H. (2016). A exibição não comercial de cinema em Portugal: Procedimentos para a construção de uma base de dados. In S. Sampaio, F. Reis, & G. Mota (Eds.), *Atas do V Encontro Anual da AIM* (pp. 401–411). AIM.
- Barbosa, A. L., & Santos, H. (2018a, 26–29 de junho). 'Alternative' film exhibition and cultural policies in Portugal: Challenges and opportunities of digitization [Apresentação em conferência]. 20th International Conference on Cultural Economics, Melbourne, Australia.

Barbosa, A. L., & Santos, H. (2018b, 10–12 de julho). *Cinema fora dos grandes centros urbanos: Resultados sobre a exibição não comercial de cinema em Portugal*. [Apresentação em conferência]. X Congresso Português de Sociologia, Covilhã, Portugal. <https://docplayer.com.br/140865041-Cinema-fora-dos-grandes-centros-urbanos-resultados-sobre-a-exibicao-nao-comercial-de-cinema-em-portugal.html>

Barnett, J. M. (2015). Hollywood deals: Soft contracts for hard markets. *Duke Law Journal*, 64(4), 605–669.

Barratt, J., & Jones, S. (2014). *Rural community film exhibition in Wales*. Bigger Picture Research.

Batalha Centro de Cinema abre em setembro. (2022, 27 de janeiro). *Portal de notícias do Porto. Ponto*. <https://www.porto.pt/pt/noticia/batalha-centro-de-cinema-abre-em-setembro>

Baumol, W. J., & Bowen, W. G. (1966). *Performing arts-the economic dilemma: A study of problems common to theatre, opera, music and dance*. The MIT Press.

Bellandi, M., Campus, D., Carraro, A., & Santini, E. (2019). Accumulation of cultural capital at the intersection of socio-demographic features and productive specializations. *Journal of Cultural Economics*, 44(1), 1–34. <https://doi.org/10.1007/s10824-019-09348-1>

Benghozi, P. J., Salvador, E., & Simon, J. P. (2015). *Models of ICT innovation: A focus on the cinema sector*. European Commission.

Blaug, M. (2001). Where are we now on cultural economics. *Journal of Economic Surveys*, 15(2), 123–143. <https://doi.org/10.1111/1467-6419.00134>

Blázquez, F., Cappello, M., Fontaine, G., Milla, J., & Valais, S. (2019). *The promotion of independent audiovisual production in Europe*. European Audiovisual Observatory.

Câmara do Porto vai tomar conta do Cinema Batalha. (2017, 12 de janeiro). *Portal de notícias do Porto. Ponto*. <http://www.porto.pt/noticias/camara-do-porto-vai-tomar-conta-do-cinema-batalha>

Cameron, S. (2011). Cinema. In R. Towse (Ed.), *A handbook of cultural economics* (pp. 86–89). Edward Elgar.

Campos, J. (2014). *Notas sobre o cinema no Porto (1896–1974)*. Esquerda. <https://www.esquerda.net/dossier/notas-sobre-o-cinema--no-porto-1896-1974/32063>

Carroll Harris, L. (2016). Film distribution as policy: Current standards and alternatives. *International Journal of Cultural Policy*, 24(2), 236–255. <https://doi.org/10.1080/10286632.2016.1156100>

Chisholm, D. C. (2011). Motion pictures. In R. Towse (Ed.), *A handbook of cultural economics* (pp. 282–289). Edward Elgar.

Chisholm, D. C., Fernández-Blanco, V., Abraham Ravid, S., & David Walls, W. (2014). Economics of motion pictures: The state of the art. *Journal of Cultural Economics*, 39(1), 1–13. <https://doi.org/10.1007/s10824-014-9234-1>

Chisholm, D. C., Fernandez-Blanco, V., Ravid, S. A., & Walls, W. D. (2015). Economics of motion pictures: *The state of the art*. *Journal of Cultural Economics*, 39(1), 1-13. doi:10.1007/s10824-014-9234-1.

Cinema Batalha vai reabrir as portas. (2001, 16 de fevereiro). *Público*. <https://www.publico.pt/2001/01/16/culturaipsilon/noticia/cinema-batalha-vai-reabrir-as-portas-7292>

Cinema regressa à baixa do Porto com renascimento das salas do Trindade, Passos Manuel e Rivoli. (2016, 27 de outubro). *Portal de notícias do Porto*. *Ponto*. <http://www.porto.pt/noticias/cinema-regressa-a-baixa-com-mais-descontos->

Cinemateca Portuguesa. (2013). *Apresentação—Cinemateca Portuguesa*. <https://www.cinemateca.pt/Cinemateca/Apresentacao.aspx>

Coe, N., & Johns, J. (2004). Beyond production clusters: Towards a critical political economy of networks in the film and television industries. In D. Power & A. J. Scott (Eds.), *Cultural industries and the production of culture* (pp. 188–204). Routledge.

Coelho, A. L. (2012, 6 de outubro). Retrato devastador. 2012 é o ano zero do cinema português. *Público*. <https://www.publico.pt/2012/10/06/culturaipsilon/noticia/2012-e-o-ano-zero-do-cinema-portugues-1566121>

Coelho, M. S. P. L. G. (2017). *A exibição não comercial de cinema em Portugal: Caracterização e análise da programação de alguns agentes culturais* [Relatório de estágio, Universidade Nova de Lisboa]. RUN. <http://hdl.handle.net/10362/24132>

Coentrão, A. (2016, 27 de outubro). Tripass, o cartão para ver cinema independente à moda da Baixa do Porto. *Público*. <https://www.publico.pt/2016/10/27/culturaipsilon/noticia/tripass-o-car-tao-para-ver-cinema-independente-a-moda-da-baixa-do-porto-1749053>

Conceição, M. (2003). Um cineclubes exemplar: O Cineclubes do Porto. *Latitudes*, 17, 88–98. http://www.revues-plurielles.org/_uploads/pdf/17_17_24.pdf

Corvacho, N. (2000, 20 de novembro). Caiu o pano sobre o Batalha. *Público*. <https://www.publico.pt/2000/11/20/culturaipsilon/noticia/caiu-o-pano-sobre-o-batalha-657>

Costa, A. (1978). *Breve história do cinema português (1896–1962)*. Instituto de Cultura Portuguesa.

Costa, H. A. (1975). *Os antepassados de alguns cinemas do Porto*. Cinemateca Nacional.

Council of Europe. (2022). *Eurimages—What we do*. www.coe.int/en/web/eurimages/what-we-do-

- Crane, D. (2002). Culture and Globalization: Theoretical Models and Emerging Trends. In D. Crane, N. Kamashima and K. Kawasaki (Eds.), *Global Culture* (pp. 1-28). Routledge.
- Crane, D. (2014). Cultural globalization and the dominance of the American film industry: cultural policies, national film industries, and transnational film. *International Journal of Cultural Policy*, 20(4), 365–382. <https://doi.org/10.1080/10286632.2013.832233>
- Cucco, M. (2018). The vertical axis of film policies in Europe: Between subsidiarity and local anarchy. In M. Nolwenn & C. Tirtaine (Eds.), *Reconceptualising film policies* (pp. 277–289). Routledge.
- Daly, S. (2012a, January 13). Reopened Light House Cinema to be used as Dublin Film Festival venue. *TheJournal.ie*. <https://www.thejournal.ie/re-opened-lighthouse-cinema-to-be-used-as-dublin-film-festival-venue-327462-Jan2012/>
- Daly, S. (2012b, January 16). Light House Cinema to be reopened ‘officially’ tomorrow. *TheJournal.ie*. <https://www.thejournal.ie/light-house-cinema-to-be-reopened-officially-tomorrow-329228-Jan2012/>
- Dastidar, S. G., & Elliott, C. (2019). The Indian film industry in a changing international market. *Journal of Cultural Economics*, 44(1), 97–116. <https://doi.org/10.1007/s10824-019-09351-6>
- De Vany, A. (2006). The movies. In V. A. Ginsburg & D. Throsby (Eds.), *Handbook of the economics of art and culture* (pp. 615–665). Elsevier.
- Deloitte. (2022). *Economic impact of the film, television, and online video services industry in India, 2019*. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/in/Documents/about-deloitte/in/about-deloitte-economic-impact-of-the-film-television-and-osv-industry-noexp.pdf>
- Dickinson, T. (1969). Film societies. *Journal of Aesthetic Education*, 3(3), 85–95. <https://doi.org/10.2307/3331706>
- Diogo, V. (2001). Comédias cinematográficas dos ano 30–40 em Portugal. *Análise Social*, 36(158/159), 301–327.
- Ekosgen. (2020). *HOME impact assessment 2019/20: A report for HOME*. <https://cog-home.ams3.digitaloceanspaces.com/app/uploads/2020/12/HOME-Impact-Assessment-Report-201920.pdf>
- Ernst & Young. (2021). *Economic contributions of the US movie theater industry. Prepared for the National Association of Theatre Owners (NATO)*. <https://www.natoonline.org/wp-content/uploads/2021/08/NATO-Econ-Impact-Final-Report-2021-August-16th.pdf>
- Europa Cinemas. (2022). *About us—Presentation*. www.europa-cinemas.org/en/Presentation
- European Audiovisual Observatory. (2019). *Mapping of film and audiovisual public funding criteria in the EU*.

European Commission. (2014). *Film heritage in the EU: Report on the implementation of the European Parliament and Council Recommendation on Film Heritage 2012–2013*.

Eurostat. (2019). *Culture statistics—2019 edition*. Publications Office of the European Union.

Eye Filmmuseum. (n.d.). *Eye Filmmuseum—Amsterdam*. <https://www.eyefilm.nl/en>

EYE Filmmuseum. (2021). *Activiteitenplan 2021–2024* [PowerPoint presentation]. https://www.eyefilm.nl/uploads/downloads/blocks/eye_activiteitenplan_2021-2024_ocw_bis_2021-03-03-092455.pdf

Faculdade de Economia da Universidade de Porto. (2022). *A exibição não comercial de cinema em Portugal*. www.exibicaoonaocomercialdecinema.weebly.com

Federação Portuguesa de Cineclubes. (2018). *História*. www.fpcc.pt/?page=historia

Ferreira, A. (2018). *Os festivais de cinema em Portugal: Estudo de caracterização e o seu contexto no panorama português* [Dissertação de Mestrado, Iscte—Instituto Universitário de Lisboa]. Repositório do Iscte—Instituto Universitário de Lisboa. <http://hdl.handle.net/10071/17552>

Ferreira, D. S. C. (2018). *Cinema Batalha: Memória, conhecimento e inovação—Proposta de um sistema dinâmico* [Projeto de Mestrado, Universidade do Porto]. Repositório Aberto. <https://hdl.handle.net/10216/117681>

Filmhouse. (n.d.). *Edinburgh's leading independent cinema—Filmhouse*. <https://www.filmhousecinema.com>

Florida, R. (2017). *The new urban crisis: Gentrification, housing bubbles, growing inequality, and what we can do*. Oneworld Publications.

Frey, B. (2000). *Arts & economics: Analysis & cultural policy*. Springer.

Garcia, J. L., Lopes, J. T., Martinho, T. D., Neves, J. S., Gomes, R. T., & Borges, V. (2016). Mapping cultural policy in Portugal: From incentives to crisis. *International Journal of Cultural Policy*, 24(5), 577–593. <https://doi.org/10.1080/10286632.2016.1248950>

Gil, R. (2008). Revenue sharing distortions and vertical integration in the movie industry. *Journal of Law, Economics, and Organization*, 25(2), 579–610. <https://doi.org/10.1093/jleo/ewn004>

Gil, R., & Lafontaine, F. (2012). Using revenue sharing to implement flexible prices: Evidence from movie exhibition contracts. *The Journal of Industrial Economics*, 60(2), 187–219.

Ginsburg, V. A., & Throsby, D. (2006). Introduction and overview. In V. A. Ginsburg & D. Throsby (Eds.), *Handbook of the economics of art and culture* (pp. 3–22). Elsevier.

Ginsburg, V., & Throsby, D. (2006). Acknowledgments. In V. A. Ginsburg & D. Throsby (Eds.), *Handbook of the economics of art and culture* (p. xi). Elsevier.

Gonçalves, P. (2020). *Exibição cinematográfica em Portugal—Oficinas de Investigação CITCEM 2019/2020* [Apresentação de PowerPoint]. https://exibicaoonaocomercialdecinema.weebly.com/uploads/1/1/4/8/114860787/ica_paulo_goncalves_-_citcem_2020.pdf

Goodwin, C. (2006). Art and culture in the history of economic thought. In V. A. Ginsburg & D. Throsby (Eds.), *Handbook of the economics of art and culture* (Vol. 1, pp. 25–68). Elsevier.

Granja, P. (2007). Cineclubes e cinefilia: Entre a cultura de massas e a cultura de elites. *Revista Estudos do Século XX*, 8, 361–338. <https://digitalis-dsp.uc.pt/handle/10316.2/36716>

Hill, J., & Kawashima, N. (2016). Introduction: Film policy in a globalised cultural economy. *International Journal of Cultural Policy*, 22(5), 667–672. <https://doi.org/10.1080/10286632.2016.1223649>

HOME Manchester. (2017). *HOME Manchester*. <https://homemcr.org>

Instituto do Cinema e do Audiovisual. (2019). *Cinema audiovisual 2019 de Portugal*. <https://www.ica-ip.pt/fotos/editor2/catalogo2019/>

Instituto do Cinema e do Audiovisual. (2020a). *Apoios – Arquivo de concursos*. www.ica-ip.pt/pt/arquivo-de-concursos/2018/

Instituto do Cinema e do Audiovisual. (2020b). *Quem somos—Apresentação*. www.ica-ip.pt/pt/o-ica/quem-somos/apresentacao/

Instituto do Cinema e do Audiovisual. (2021a). *Newsletter junho*. <https://ica-ip.pt/pt/arquivo-de-newsletters/>

Instituto do Cinema e do Audiovisual. (2021b). *O Instituto do Cinema e do Audiovisual, IP (ICA) torna pública a lista dos apoios financeiros a atribuir no âmbito dos concursos a promover no ano de 2021*. https://ica-ip.pt/fotos/concursos/info/declaracao_anual_de_prioridades-ica_2021_1249614caee511949.pdf

Instituto do Cinema e do Audiovisual. (2022a). *Anuário estatístico/facts & figures 2021*. https://www.ica-ip.pt/fotos/downloads/anuario_estatistico_2021_versao04_07_2022_1376362c2f6eb1f166.pdf

Instituto do Cinema e do Audiovisual. (2022b). *O Instituto do Cinema e do Audiovisual, IP (ICA) torna pública a lista dos apoios financeiros a atribuir no âmbito dos concursos a promover no ano de 2022*. https://ica-ip.pt/fotos/concursos/info/dap_2022_31_3_174262459e167a8f1.pdf

InvestPorto. (2022). *Turismo—Setores*. <https://www.investporto.pt/pt/setores/turismo/>

Júlio Pomar vai refazer os frescos do Cinema Batalha destruídos pela PIDE. (2017, 6 de fevereiro). *Portal de notícias do Porto. Ponto*. <http://www.porto.pt/noticias/julio-pomar-vai-refazer-frescos-do-batalha-destruidos-pela-pide>

Kanzler, M. (2018). *Fiction film financing in Europe: A sample analysis of films released in 2016*. European Audiovisual Observatory.

Kanzler, M., & Simone, P. (2019). *Focus. World film market trends/tendances du marché mondial du film*. European Audiovisual Observatory; Marché du Film; Festival de Cannes.

Kanzler, M., & Talavera, J. (2018). Public funding for film and audiovisual works in Europe: Key industry statistics 2010–2014. In P. Murschets, R. Teichmann, & M. Karmasian (Eds.), *Handbook of state aid for film—Finance, industries and regulation* (pp. 153–174). Springer.

Kerrigan, F., & Özbilgin, M. (2004). Film marketing in Europe: Bridging the gap between policy and practice. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 9(3), 229–237. <https://doi.org/10.1002/nvsm.250>

Leite, J. (2014). *CineBatalha: Cronologia*. CineBatalha. <https://cine-batalha.blogspot.com/p/cronologia.html>

LightHouse Cinema Dublin Ireland. (2022). *View the latest now showing, upcoming and new release films movies*. <https://www.lighthousecinema.ie>

Lourenço, J., & Centeno, M. J. (2019). A evolução da imprensa sobre cinema em Portugal: Da ditadura aos primeiros anos da democracia. *Media & Jornalismo*, 19(35), 149–164.

Mateus, A., & Associados. (2010). *O sector cultural e criativo em Portugal—Relatório final*. Ministério da Cultura—Gabinete de Planeamento, Estratégia, Avaliação e Relações Internacionais.

McKenzie, J. (2010). The economics of movies: A literature survey. *Journal of Economic Surveys*, 26(1), 42–70. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6419.2010.00626.x>

McKenzie, J., Rossiter, C., & Shin, S. Y. (2018). For love or money? Assessing outcomes from direct public investment in film. *International Journal of Cultural Policy*, 26(4), 459–475. <https://doi.org/10.1080/10286632.2018.1554652>

Menger, P. M. (2013). European cultural policies and the ‘creative industries’ turn. In K. Thomas & J. Chan (Eds.), *Handbook of research on creativity* (pp. 479–493). Edward Elgar.

Milla, J., Fontaine, G., & Kanzler, M. (2016). *Public financing for film and television content: The state of soft money in Europe*. European Audiovisual Observatory.

Miranda, M. M. A. (2020). *Public policies for cinema in Portugal: The non-commercial film exhibition sector* [Dissertação de Mestrado, Universidade do Porto]. Faculdade de Economia da Universidade do Porto. https://sigarra.up.pt/fep/pt/pub_geral.pub_view?pi_pub_base_id=426116

Moreira da Silva, I. (2021b, December 22). Batalha ganha: Centro de cinema em fase de construção. *Portal de notícias do Porto. Ponto*. <https://www.porto.pt/pt/noticia/batalha-ganha-centro-de-cinema-em-fase-de-construcao>

Moreira da Silva, I. (2021a, March 8). “Batalha Centro de Cinema” inaugura no início de 2022 com forte ligação a comunidade. *Portal de notícias do Porto. Ponto*. <https://www.porto.pt/pt/noticia/batalha-centro-de-cinema-inaugura-no-inicio-de-2022-com-forte-ligacao-a-comunidade>

Muñoz, A., & Ferrer-Roca, N. (2017). Film distribution in New Zealand: Industrial organization, power relations and market failure. *Media Industries Journal*, 4(2). <https://doi.org/10.3998/mij.15031809.0004.201>

Musser, C. (2018). When did cinema become cinema? Technology, history, and the moving pictures. In S. Hidalgo (Ed.), *Technology and film scholarship* (pp. 33–50). Amsterdam University Press.

Neves, M. (2011, 6 de janeiro). Batalha fechou, ficou sem gestão e não tem destino. *Jornal de Notícias*. <https://www.jn.pt/local/noticias/porto/porto/interior/batalha-fechou-ficou-sem-gestao-e--nao-tem-destino-1749473.html>

New Filmhouse. (n.d.). *About I—New Filmhouse*. <https://www.newfilmhouse.com/location>

Newman-Baudais, S. (2011). *Public funding for film and audiovisual works in Europe*. European Audiovisual Observatory.

Olsberg SPI, & Kern European Affairs. (2001). *Specialised exhibition and distribution: International case studies. A report for The Film Council*. www.bfi.org.uk/sites/bfi.org.uk/files/downloads/uk-film-council-specialised-distribution-and-exhibition-international-case-studies-and-main-report.pdf

Özgün, A., & Treske, A. (2021). On streaming-media platforms, their audiences, and public life. *Rethinking Marxism*, 33(2), 304–323.

Park, S. (2014). Changing patterns of foreign movie imports, tastes, and consumption in Australia. *Journal of Cultural Economics*, 39(1), 85–98. <https://doi.org/10.1007/s10824-014-9216-3>

Pasikowska-Schnass, M. (2017). *Access to culture in the European Union*. European Parliamentary Research Service.

Pasikowska-Schnass, M. (2022). *Access to culture in the European Union*. European Parliamentary Research Service.

Pereira, A. C. (2010). Cineclubes: Uma forma alternativa de ver cinema em Portugal. *imagofagia*, 2010(2). <http://hdl.handle.net/10400.6/7138>

Porto, o Nosso Movimento. (2022). *Batalha Centro de Cinema inaugura no início de 2022 com projeto cultural agregador*. <https://portoonossomovimento.pt/batalha-centro-de-cinema-inaugura-no-inicio-de-2022-com-projeto-cultural-agregador/>

portoponto. (2022, 6 de junho). Visita ao Cinema Batalha [Video]. Youtube. <https://youtu.be/utBwu8XyHnE>

Prieto-Rodriguez, J., Gutierrez-Navratil, F., & Ateca-Amestoy, V. (2014). Theatre allocation as a distributor's strategic variable over movie runs. *Journal of Cultural Economics*, 39(1), 65–83. <https://doi.org/10.1007/s10824-014-9220-7>

Ribeiro, J. P. (2011, December 19). Coliseu do Porto já esteve para se transformar em Igreja. *JPN*. <https://www.jpn.up.pt/2011/12/19/coliseu-do-porto-ja-esteve-para-se-transformar-em-igreja/>

Roblero, V. G. (2021). Atracón en los límites: Historias frente a la (pos) televisión. In E. A. Cedillo, M. T. Garzón Martínez, & M. de la Cruz López Maya (Eds.), *NETFLIX. Una pantalla que te saca de aquí* (pp. 50–64). Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas.

Santos, H. (2020). *Que perspectivas para a exibição não comercial em Portugal e na União Europeia?—Oficinas de Investigação CITCEM 2019/2020: “Políticas públicas para a exibição de cinema: O que está a mudar com a digitalização? Notas a partir de um estudo realizado em Portugal”* [Apresentação de PowerPoint]. www.exibicaonaocomercialdecinema.weebly.com/publicaccedilotildees-e-comunicaccedilotildees.html

Santos, H., & Abreu, P. (2002). Hierarquias, fronteiras e espaços: O(s) lugar(es) das produções intermédias. In C. Fortuna & A. S. Silva (Eds.), *Projecto e circunstância: Culturas urbanas em Portugal* (pp. 211–253). Edições Afrontamento.

Santos, H., & Barbosa, A. L. (2019). Notas sobre a exibição não comercial de cinema em Portugal. *Revista Argumento—O Boletim do Cineclube de Viseu*, 35(163), 16–19. <https://vistacurta.pt/argumento/CCV-Argumento163.pdf>

Schulze, G. (2011). International trade. In R. Towse (Ed.), *A handbook of cultural economics* (pp. 236–244). Edward Elgar.

Scott, A. (2004). Hollywood and the world: The geography of motion-picture distribution and marketing. *Review of International Political Economy*, 11(1), 33–61. <https://doi.org/10.1080/0969229042000179758>

Seaman, B. A. (2009). Cultural economics: The state of the art and perspectives. *Estudios de Economía Aplicada*, 27(1), 7–32.

Sereno, I. (2001). *Cinema Batalha*. SIPA. http://www.monumentos.pt/Site/APP_PagesUser/SIPA.aspx?id=10734

Silva, I. (2021, March 8). “Batalha centro de cinema” inaugura no início de 2022 com forte ligação à comunidade. *Portal de notícias do Porto. Ponto*. <https://www.porto.pt/pt/noticia/batalha-centro-de-cinema-inaugura-no-inicio-de-2022-com-forte-ligacao-a-comunidade>

Studio Europa Maastricht. (2022). *European heritage*. <https://studioeuropamaastricht.nl//heritage/>

Teatro Municipal do Porto. (2018). *Teatro Rivoli—Teatro Municipal do Porto*. <http://www.teatromunicipaldoporto.pt/PT/quem-somos/tm-rivoli/>

Teatro Nacional de São João. (2018). *Teatro Nacional de São João—Home*. <http://www.tnsj.pt/home/tnsj/>

Think Tank on European and Film Policy. (2010, 5–6 de Março). *The independent exhibition sector and the challenges of digitization* [Apresentação em conferência]. Barcelona Digital Cinema Conference, Barcelona, Spain.

Throsby, D. (2001a). Cultural capital and sustainability. In D. Throsby (Ed.), *Economics and culture* (pp. 44–58). Cambridge University Press.

Throsby, D. (2001b). Introduction. In D. Throsby (Ed.), *Economics and Culture* (pp. 1–14). Cambridge University Press.

Throsby, D. (2010). Introduction. In D. Throsby (Ed.), *The economics of cultural policy* (pp. 1–8). Cambridge University Press.

Throsby, D. (2011). Cultural capital. In R. Towse (Ed.), *A handbook of cultural economics* (pp. 142–146). Edward Elgar.

Torgal, L. R. (1996). Cinema e propaganda no Estado Novo: A “conversão dos descrentes.” *Revista de História das Ideias*, 18, 211–234. <https://digitalis-dsp.uc.pt/handle/10316.2/41932>

Towse, R. (2010). Introduction to cultural economics. In R. Towse (Ed.), *A textbook of cultural economics* (pp. 5–20). Cambridge University Press.

Towse, R. (2011). Creative industries. In R. Towse (Ed.), *A handbook of cultural economics* (pp. 125–131). Edward Elgar.

Trevisan, A. (2010). Cinema Batalha. In D. Villalobos & S. Pérez (Eds.), *Veintiún edificios de arquitectura moderna en Oporto* (pp.95–108). Editorial Sever-Cuesta.

Tzioumakis, Y. (2012). Reclaiming independence: American independent cinema distribution and exhibition practices beyond Indiewood. *Mise Au Point*, 2012(4). <https://doi.org/10.4000/map.585>

Vieira, A. B. (2022, June 3). Frescos de Júlio Pomar no Batalha resistiram à tinta da censura da PIDE e foram agora postos em liberdade. *Público*.

<https://www.publico.pt/2022/06/03/local/noticia/frescos-julio-pomar-batalha-resistiram-tinta-censura-pide-postos-liberdade-2008739>

Wates. (2022). *HOME at first street: Case study*. <https://www.wates.co.uk/articles/case-study/home-at-first-street/>

Yencken, D. (1988). The creative city. *Meanjin*, 47(4), 597–608.

Legislação

Despacho n.º 17169/2011 do Ministério da Educação e Ciência. (2011). *Diário da República*, II Série, n.º 245. <https://dre.pt/application/file/1010956>

Decreto-lei n.º 13564. (1927). *Diário da República*, I Série, n.º 92. <https://dre.pt/application/file/467490>

Decreto-lei n.º 22966. (1933). *Diário da República*, I Série, n.º 182. <https://dre.pt/application/file/319674>

Decreto-lei n.º 23054. (1933). *Diário da República*, I Série, n.º 218. <https://dre.pt/application/file/330528>

Lei n.º 2027. (1948). *Diário da República*, I Série, n.º 38. <https://dre.pt/application/file/153175>

Decreto-lei n.º 48686. (1968). *Diário da República*, I Série, n.º 269. <https://dre.pt/application/conteudo/263726>

Lei n.º 7/71. (1971). *Diário da República*, I Série, n.º 286. <https://dre.pt/application/conteudo/632010>

Decreto-lei n.º 391/82. (1982). *Diário da República*, I Série, n.º 216/1982. <https://dre.tretas.org/dre/44493/decreto-lei-391-82-de-17-de-setembro>

Decreto-lei n.º 350/93. (1993). *Diário da República*, I Série, n.º 235. <https://dre.pt/application/conteudo/645305>

Decreto-lei n.º 25/94. (1994). *Diário da República*, I Série, n.º 26. <https://dre.tretas.org/dre/56675/decreto-lei-25-94-de-1-de-fevereiro>

Decreto-lei n.º 408/98. (1998). *Diário da República*, I Série, n.º 293. <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKewjHkfywh7P6AhXIQeUKHfe5AcUQFnoECA0QAQ&url=https%3A%2F%2Fdre.pt%2Fdre%2Fde talhe%2Fdecreto-lei%2F408-1998-186752&usg=AOvVaw04MuVuNZ2xWqe4YW34gPlx>

Decreto-lei n.º 125/2003. (2003). *Diário da República*, I Série, n.º 140. <https://dre.pt/application/conteudo/692851>

Lei n.º 42/2004. (2004). *Diário da República*, I Série, n.º 194. https://ica-ip.pt/fotos/downloads/lei_n42_2004_1599051002556597d0407d7.pdf

Decreto-lei n.º 215/2006. (2006). *Diário da República*, I Série, n.º 38. <https://dre.pt/application/file/153175>

Decreto-lei n.º 227/2006. (2006). *Diário da República*, I Série, n.º 220. <https://dre.pt/application/conteudo/544779>

Decreto-lei n.º 95/2007. (2007). *Diário da República*, I Série, n.º 63. https://ica-ip.pt/fotos/downloads/decreto_lei_95_2007_142486937455c9d1c2c4d5c.pdf

Decreto-lei n.º 132/2013. (2013). *Diário da República*, I Série, n.º 177. <https://dre.pt/application/file/a/499974>

Decreto-lei n.º 25/2018. (2018). *Diário da República*, I Série, n.º 80. https://ica-ip.pt/fotos/downloads/dl_25_2018_24abril_85225ae1a298ae29d.pdf

Decreto-lei n.º 45/2018. (2018). *Diário da República*, I Série, n.º 116. <https://dre.pt/application/conteudo/115536002>

APÊNDICE A: Entrevista à Professora Helena Santos

Entrevista – Helena Santos, professora universitária e investigadora integrada do CITCEM (Centro de Investigação Transdisciplinar Cultura, Espaço e Memória – FLUP) e colaboradora do CEF.UP (Centro de Investigação de Economia e Finanças – FEP). Os seus principais tópicos de pesquisa passam pela sociologia e economia da cultura, especialmente práticas e políticas culturais em vários domínios artísticos. Desenvolveu vários estudos acerca do subsector de exibição não comercial em Portugal. A entrevista foi realizada por videochamada a 19 de julho de 2022.

Qual considera ser a posição do cinema não comercial e semicomercial em Portugal no quadro da União Europeia, tendo em conta que apenas após a revolução de Abril e a entrada de Portugal na CEE é que a política para o cinema começou a ser posta em prática?

Essa pergunta é um bocadinho difícil. Eu não gosto nada de falar daquilo que a gente está a fazer. Parece sempre que está a fazer publicidade, mas nós temos um arquivo praticamente fechado, que espero que saia este ano ainda onde justamente fazemos uma análise, fazemos essa análise que está, enfim, que eu posso inferir da sua pergunta, que é pensar nas políticas públicas para o cinema em Portugal, olhando, portanto, através da exibição não comercial e pensando as políticas europeias. Foi um exercício pesado, porque políticas europeias, são, são políticas. Por um lado, têm que respeitar os quadros nacionais. E não é só Portugal que tem uma história diferente. A Espanha também tem, um país completamente diferente. A Grécia também tem, os países nórdicos que não pertencem todos à União Europeia, formalmente, mas praticamente é como se estivessem lá todos, também têm uma história muito diferente e dá algum também. Eu diria que, num certo sentido, se pode dizer não de atraso, mas de terem chegado tarde, em algumas coisas. E, portanto, sobretudo as histórias de cada país são muito diferentes, a de Portugal e de outros países, entre os quais a própria Espanha, que entrou na mesma altura que nós, temos uma ditadura também muito grande, etc. têm essa tem a particularidade o facto de... quando chegaram à União Europeia, porque já não estou agora a pensar em outros países que entraram muito mais tarde...são países, digamos também de uma reconfiguração da Europa e, portanto, é diferente. Mas pensando apenas quando a gente pensa em Europa de uma certa forma, antes da queda do Muro de Berlim. A particularidade que a gente tem é que, de facto, quando chegou a União Europeia, as dinâmicas do pós-guerra estavam já muito, muito desenvolvidas. Portanto, não foi só no caso do cinema, até porque nós já tínhamos muito bons realizadores. Apesar de tudo, a Gulbenkian ajudou muito nisso. E mesmo o Instituto de Cinema. Entretanto porque é evidente que. Portugal teve um problema também de manter um império colonial de desculpas e de manter uma ditadura, de se manter fechada, etc. E, portanto, havia também muitas pressões que não foram só na área da cultura, até pelo contrário, eu diria que foram noutras áreas muito mais, de facto se acabar com aquele sistema de um regime colonial, de uma ditadura fechada, etc. Portanto, não era só do interesse português democratizar também era do interesse europeu. E, portanto, nós, de facto, quando

chegámos à União Europeia tínhamos 30 anos, mais ou menos, de atraso, isso é da história estrutural portuguesa. E no cinema não foi diferente. Agora, o apoio, digamos, aos cineclubes e às associações culturais, evidentemente, só poderia vir num certo sentido, depois da democratização, porque só depois da função que os cineclubes que existiam é que foram criados. Nós tivemos logo um cineclubes, logo no início do século, devo dizer, mas pronto. Mas o Cineclubes do Porto, que é considerado o mais antigo e que ainda existe, como sabe, foi criado onde e logo a seguir ao fim da guerra. Portanto, desse ponto de vista, os ventos de mudança, se quiser, também cá chegaram e chegaram muito depressa. Agora havia muitos problemas com os cineclubes e com as questões de exibição, por razões de ordem política e, portanto, porque não se podiam mostrar os filmes todos. E também, como acontece nestas, nessas alturas ou nesses contextos, os próprios cineclubes tinham, naturalmente, posições políticas eles próprios, que é muito próprio daquele contexto. Portanto, o diálogo não era muito fácil porque havia uma censura generalizada. Então esta é uma parte da questão. A outra parte é essa questão do atraso é, portanto, visto noutra perspectiva em relação aos outros países europeus. Eu volto a dizer que as histórias são também muito diferentes noutros países e que o apoio à exibição não comercial, que não é exibição independente porque a exibição é independente é semicomercial, portanto, é o cinema tem dado...como surgiu agora no Campo Alegre é semicomercial, portanto cinema independente, mas numa base comercial. Portanto, aliás, há um apoio do ICA próprio para isso. Portanto, a exibição não comercial não inclui nem o Cinema Ideal, nem o cinema Trindade. Portanto, é preciso ter em conta essas diferenças. Portanto, a exibição não comercial é o apoio àquilo que o ICA chamou, entretanto, os circuitos alternativos de exibição, ou seja, não são de base comercial, são cineclubes ou quaisquer outras associações culturais. Tem que ser culturais. Uma associação com fins não lucrativos tem direito a concorrer ao apoio do ICA ao circuito comercial. Portanto, nalgumas câmaras isso seria possível. Aliás, foi quando eu percebi que ainda existia há muito poucos anos. Portanto, é capaz de existir. São instituições sem fins lucrativos. Normalmente chama-se cinema independente àquilo que é o cinema mais artístico, com mais qualidade ou mais premiado nos festivais. São duas definições diferentes. Uma é os filmes e os realizadores. E, desse ponto de vista, sim, o cinema, a exibição é independente, portanto, a semicomercial não existe só filmes... também exhibe filmes comerciais. Também fazem isso e chama se Circuito Independente, que na Europa tem tido alguma tem sido objeto de algum interesse, mas sobretudo na ligação com a rede Europa ou uma coisa equivalente. Portanto, o não comercial são estas associações que não têm fins lucrativos. E nesse sentido, eu acho que se tem feito um esforço grande da parte do instituto. O que nós temos é uma grande centralidade de fundos, não pode ser só o instituto de cinema a pagar, têm de ser também as câmaras. E aquilo que a Mafalda vê, com algumas exceções..., mas quer dizer, Porto e Lisboa são cidades maiores no país...essas é diferente..., mas sai do Porto e de Lisboa e, de facto, não tem em quase lado nenhum uma exibição regular de cinema, mas tem cineclubes em quase todo o lado e quem tem sítio tem ecrãs. Portanto. Isso é que é o que a gente defende nesse artigo e que é preciso fazer. Portanto, não pode ser o instituto. Quer dizer, tem que haver uma, um envolvimento das câmaras municipais. Agora isso tudo vai pedir dinheiro ao ICA, independentemente de o dinheiro ser pouco que é, o dinheiro é pouco, porque há muito mais gente a poder exhibir do que aquela que pode ser apoiada. Ok? Portanto, é pouco dinheiro e são, portanto, poucas entidades apoiadas. Mas para isso se resolver eu não acho que se deva pedir tudo ao Estado Central e eu não vejo nas câmaras municipais, eu não estou a falar do Porto estou a falar das câmaras municipais em geral, praticamente nenhum interesse em relação ao cinema. Não há salas nem comerciais, nem independentes. Porque é que as salas independentes

são mais difíceis em Portugal? Aí sim. E há um problema em relação à Europa porque, como são numa base comercial, obrigam a um determinado tipo de programação e uma grande parte, porque também podem ser associações, também podem ser cineclubes, não tem que ser empresa... Por exemplo, o Cinema Trindade tem um apoio da Câmara do Porto, concorre a exibição em circuito alternativo. Eu acho que concorre a distribuição também, acho eu. E tem, evidentemente, um apoio muito importante da Câmara do Porto, que é o que uma câmara deve fazer, dar-lhes a sala e não sei se dá mais alguma coisa, não conheço as contas, mas o permite, permite que eles possam apresentar cinema regularmente. Noutras câmaras não têm nada, não tem centros comerciais, não tem *multiplex*, tem cineclubes que às vezes que vão fazendo o trabalho que podem e, de facto, as câmaras costumam ceder os os auditórios ou os cineteatros para exibição, mas não como acontece no cinema. E aí os apoios das câmaras são fundamentais. Não é? Portanto, o cinema independente é difícil em Portugal, porque é difícil encontrar, por um lado e do lado as câmaras, que têm que apoiar o cinema se não não há como ganhar a vida, sabe? E é, por outro lado que depois uma estrutura também existe essas associações ou esses clubes para poderem garantir, se quiser, algum profissionalismo, que também não tem. Portanto, aí sim. Portanto, quando se fala de cinema independente, que realmente não é completamente comercial. Aí sim, Portugal tem um caminho muito grande a fazer. Nós temos 11 salas, acho eu, na rede Europa. E, quer dizer, precisávamos de mais, de facto.

Considera que ainda faz sentido a atenção e a prioridade que é dada ao segmento da produção de cinema? Relativamente aos segmentos da exibição e também da distribuição que estão articulados entre si.

Eu acho que isso é outra questão que a gente explica nesse texto que escreveu que demorou tempo a escrever. Eu teria muito gosto de o passar, mas não posso porque não posso mesmo, tenho muita pena porque acho que lhe ia ser útil. O problema da produção é que a produção é muito cara. Portanto, é muitíssimo mais cara que a distribuição. É muitíssimo mais cara que a exibição. É. Tem que haver sempre mais dinheiro para produção, porque a produção, o que é que garante em cada país? garante a possibilidade de saírem filmes que representam, se quiser, o que o cinema dos vários países. e no quadro europeu. No quadro da União Europeia das políticas europeias a grande questão é, que a certa altura se percebeu muito claramente, que para se contrariar a hegemonia norte americana tinha que se apostar na produção. Nós na Europa tínhamos muitos estúdios e temos, portanto, muito fragmentados, não saem empresas de distribuição fortes porque quem manda na produção hoje são as distribuidoras. Portanto, quem tem o dinheiro é quem financia a produção e quem ganha dinheiro, de facto, são os distribuidores, já desde há muito tempo. É que são cada vez mais também produtores e, portanto, do ponto de vista do quadro europeu ficou muito claro a certa altura, que tinha que se ganhar escala sem essa escala que disse, também foi uma, digamos, um registo, se quiser de que o cinema é importante porque uma grande parte da afirmação norte americana em muitas outras áreas é de facto, por via da dimensão cultural e do cinema. Quer dizer, não há ninguém que não conheça filmes americanos, certo? E é, portanto, por outro lado, os americanos que têm um sistema completamente diferente nos Estados Unidos de relançar o cinema e de apoio, etc. Têm, de facto, muito apoio também ao cinema. Agora, o que eles fazem de uma maneira diferente? Também têm as maiores empresas. Portanto, há muitos anos que os Estados Unidos

pressionam a Organização Internacional do Comércio para liberalizar as indústrias culturais, o cinema e a música. O que a Europa não deixa e, na minha opinião, não deixa muito bem. Não porque eu seja uma purista de que a arte e a comércio não é isso nem isso hoje faz o mesmo sentido que fazia na minha geração, como sabe. Mas porque de facto se isso acontecesse, no caso do cinema, não tenho dúvida nenhuma que o cinema europeu não conseguia sobreviver, certo? Portanto, é preciso escala, para haver escala, é preciso continuar a apostar na produção e não sei se tem reparado nas produções para audiovisual e televisão. Não sei se tem reparado na produção de séries, é uma coisa que se tem a mudar. Neste momento, encontra se séries francesas, normalmente em coprodução com algum outro país europeu. Na Fox, por exemplo, já nem falta. Netflix tem agora. Agora veio a diretiva. Portanto, é outro plano. Tem havido muitas coproduções entre os Estados Unidos e países europeus, nomeadamente na produção para audiovisual, para séries. No caso do cinema, o incentivo às coproduções na Europa é também uma prioridade. Porquê? Porque consigo aumentar o orçamento dos meus filmes se tiver parceiros. Consigo fazer produções e promovê-los de uma forma mais gritante. E, por outro lado, também põe os países europeus a relacionarem se entre si. Quer dizer, a gente começa a perceber que os nórdicos fazem bons filmes sem ser só filme daquele pessoal, meia dúzia de intelectuais é que vão ver, não é? Portanto, porque em todos os países, as produções mais bem-sucedidas continuam a ser as de entretenimento, não são as outras. Dito isto, que é a produção. Eu percebo que continua a ser uma prioridade grande. É evidente que não se pode desligar dos outros dois segmentos. E o que nós vemos é que, de facto, o poder das distribuidoras privadas. No caso português, é gritante. São 95% a quota de mercado de cinco, acho eu, distribuidoras, acho que é mais ou menos do 95%. E depois os exibidores, que também, ou estão ligados aos distribuidores, à NOS, por exemplo, que é uma distribuidora, mas tem as suas salas. Ou então estão dependentes dos distribuidores, isto é, os contratos da distribuição para exibição são mais ou menos leoninos. Eu digo-lhe assim “muito bem, Mafalda pode exhibir esse filme que quer, mas tem que o exhibir durante não-sei-quanto-tempo senão eu não lho vendo” e a Mafalda diz assim, “Mas eu esse tempo todo não posso, porque é um filme que vai ter pouco público, etc, etc.” Então não? E o que é que acontece também? Acontece que muitos dos filmes que os países apoiam e isso não é exclusivo de Portugal não veem as salas. Ou então vem um dia. Portanto, a distribuição em Portugal dos filmes que vão, enfim, circulam numa certa...num conjunto de salas que é, de facto, o cinema independente também que justamente existem apoios à distribuição em todos os países para quotas de cinema europeu, para quotas de cinema nacional...São apoiados quase todos por dinheiros públicos, e para quotas de cinema minoritário universal. Japoneses, Iranianos. E se a Mafalda reparar, na maior parte dos casos, esses filmes vão a Torres Vedras um dia. Vão, não sei onde, um dia. Porquê? Porque não é do interesse dos distribuidores fora de Lisboa, do Porto, eventualmente Braga ou Coimbra estarem muito tempo. Agora a Mafalda ponha-se no papel do público de cinema. Que gosta mesmo de cinema. Trabalha, tem a sua vida. Quer dizer, se aquele filme está lá um dia? Qual é a sua possibilidade de escolha?

Teria de alterar muito a minha vida para conseguir.

E se calhar, na maior parte das vezes não ia. E isto é um problema que nós temos de facto em Portugal. E por isso é que eu insisto que tem que haver envolvimento das câmaras. Não para programar, mas para apoiar, digamos, a exibição.

Considera que a quebra política cultural que aconteceu na Câmara Municipal do Porto e em Portugal deixou marcas na cidade? Julga que a cidade do Porto está pronta para ter outro lugar dedicado ao cinema? Não apenas um lugar de exposição, mas também de investigação, com oferta de biblioteca e educação para e sobre cinema. Julga que há audiência para esse tipo de oferta?

E eu não tenho dúvida nenhuma que há. A história do cinema em Portugal começou no Porto. E o Manoel de Oliveira? Era do Porto e não só. A animação é fortíssima no Norte e no Porto. E se for ver bem uma série de realizadores e de produtores? Claro que uma grande parte deles está em Lisboa, mas vá ver as histórias de vida deles e vê que muitos são daqui. Portanto, o Porto, o Norte e o cinema são uma relação muito forte e que, de facto, precisa de condições para se afirmar. Portanto, eu acho que desde logo, a recuperação do cinema batalha foi evidentemente uma notícia para quem viu muitos filmes no Batalha...não é do seu tempo...e que é um edifício fantástico. E foi o primeiro, o primeiro edifício de raiz construído para cinema em Portugal. Não é um cineteatro que depois ficou um cinema. Não, foi construído para ser cinema desde o princípio. Portanto, seja por que vertente se olhe, ter o Cinema Batalha aberto a funcionar, ainda por cima na área do cinema, é uma notícia fantástica, que já não é uma notícia. Agora já estamos à espera que abra, acho que vai ter gente. Esta é uma resposta, até porque se for ver as iniciativas que se vão fazendo, eu falo por mim que às vezes não consigo antecipar algumas disponibilidades a propósito das distribuições e tento ir ver uma coisa ou outra na área do cinema, nomeadamente, e está esgotado. Portanto, nós temos público, podemos não ter um público muito diversificado, mas temos público. O caso do Campo Alegre é um bocadinho diferente porque o Campo Alegre, de facto, está bastante mais excêntrico em relação à baixa e acabou por se afirmar, também é uma sala muito pequenina, não é? Mas eu espero que o Teatro Campo Alegre não feche em termos de cinema, porque se fechar e eu não, não estou a ver quem é que fará a mesma programação que eles fazem, que é belíssima. Pronto. Dito isto, uma coisa é o Cinema Batalha. Acho que sim. E acho que está tudo à espera de ver o que é que é que vamos ter e o que é que vamos poder usufruir no cinema Batalha. Mesmo quem não seja cinéfilo ou quem não seja um público cultural, digamos, de teatro e outras coisas, só saber que o Cinema Batalha está aberto, porque pertence ao património da cidade não é, portanto, a cultura daquilo que a gente. O Porto sem o cinema Batalha, de facto, não é a mesma coisa. Ou o Porto que o cinema batalha enriquece imenso naquilo que o Porto tem de grande património, de história, se quiser. Portanto, eu acho que mesmo quem não vai entrar no cinema batalha também vai ficar contente com o cinema Batalha, certo? Não tenho dúvida nenhuma. Isso é muito importante porque eu acho que foi em 96. Já deve ter ouvido falar na história do Coliseu. O Coliseu estava decrépito, enfim, no sentido de que o edifício precisava de obras. E a Câmara já tinha dito que não tinha dinheiro para comprar. Não podia comprar tudo e pronto. Digo eu, foi o argumento ou os argumentos que a gente ouviu. E quando soube que quem ia comprar o Coliseu era privado era uma Igreja Universal do Reino de Deus, assim, uma coisa...o Pedro Abrunhosa acorrentou-se às portas do Coliseu e o Porto movimentou-se e garanto-lhe que naquelas pessoas que foram barafustar e ficaram furiosas havia gente que nunca lá tinha entrado. Portanto, os equipamentos não são só para os públicos que lá entram. Que se devem, todos devem poder entrar e a gente quer que entrem mas tem outras funções. Fazem parte das cidades, dos lugares, das memórias. Muita gente nessa altura do Coliseu falava no circo que havia no Coliseu, que há anos que já não havia, portanto, gente mais velha que nunca mais tinha ido ao Coliseu e, de repente “não,

vender o Coliseu é que não”. Portanto, é um exemplo. Foi um exemplo. Pronto, portanto, esta é uma parte da resposta. A outra parte da resposta é a questão do ensaio que se fez de facto e que foi exemplar. Portanto, eu acho, em minha leitura, de facto pela primeira vez com a equipa que estava na câmara e nomeadamente com a Manuela de Melo e ao Pelouro da Cultura se inauguraram políticas culturais a sério no município foi este. E fomos os primeiros a ter uma agenda cultural. Não foi a Lisboa. E, portanto, fez-se muita coisa. Não estou a dizer que concordei com tudo mas, de facto, começou-se um ciclo novo, numa altura em que era muito propícia também para a internacionalização para Portugal, em que havia também condições para fazer isso. Mas não basta as condições. É preciso também os políticos quererem fazer. Classificou-se o Património Mundial do Porto. É e é o Jardim do Lobo, em Gaia. Portanto, faz tudo parte do mesmo processo. Em que a capital europeia foi, por um lado, um ponto de chegada. Por outro lado, foi uma oportunidade para, entre outras coisas, fazer a Casa da Música. Convenhamos, nós não tínhamos onde, onde ter espetáculos de música a Casa da Música veio colmatar uma falha que havia no Porto. Mas talvez a música tenha sido, de facto, a grande aposta da capital europeia. Não foi só música. Por exemplo, a Casa da Animação na área do cinema. Que foi um equipamento também pago. Houve três equipamentos construídos na Porto 2001, a Casa da Música, a Biblioteca Almeida Garrett e a Casa da Animação. Casa da Música. Demorou ainda uns anos a ficar pronta. A Almeida Garrett também rapidamente ficou. A Casa da Animação abriu em 2002 e o edifício onde estava era da Câmara. Portanto, matou-se a Casa da Animação e isso digo muito à vontade porque estive no projeto. E, portanto, eu sou sócia fundadora da Casa da Animação. Matou-se o projeto porque é evidente que uma instituição como aquela, como aliás a Casa da Música, como qualquer outra instituição cultural, não pode arrancar se não tiver algum financiamento. Pois é, portanto, a Casa da Animação ainda foi sobrevivendo graças aos concursos do Instituto de Cinema. Mas claramente a Câmara Municipal não queria dispor daquele edifício, portanto, acabou por sair dali e está com um escritório, portanto, está com outro projeto. Não é? Não é o mesmo projeto da Casa da Animação. Faz coisas. Tem lá gente muito boa a trabalhar e faz coisas importantíssimas. Mas já não é uma casa, não é no sentido de um centro cultural como o cinema batalha não existiria sem dinheiro público, certo? Claro, não é aí que eu quero chegar. E, desse ponto de vista, evidentemente que a chegada do novo presidente em 2001, 2001, 2002 foi um facto...Foi de facto deitar ao lixo dinheiro investido, o dinheiro que se meteu em muitas iniciativas. Olhe, por exemplo, a casa da animação é mesmo uma delas. Mas outras coisas, muitas na cidade. Foi literalmente deitado ao lixo porque as coisas não funcionaram e o dinheiro não se recuperou, não se foi buscar. Não se perdeu o que não se pôs. Perdeu-se o que tinha investido. Isso acho que é um exercício que os economistas deviam fazer mais vezes, porque é a diferença entre custo e investimento. E, no caso, por exemplo, da Casa da animação, era o investimento, claro, como foi o da Casa da Música. Não é só um custo, é pôr a casa a funcionar e, paulatinamente, ou enfim, adequadamente à sua atividade e ir fazendo, evidentemente, exigências de.... Eu não sou a favor da subsidiopendência só porque sim, mas ir dando o tempo necessário para que se venderem serviços, não faltavam na animação como imagina, não faltavam oficinas, coisas para se conseguir algum retorno. Pronto. Portanto, desse ponto de vista, estou a dar o exemplo da animação, porque é cinema, por um lado, e porque foi um edifício um projeto que teve um edifício na Porto 2001, edifício requalificado. E eu acho que aquilo que se fez, aquilo que aconteceu a seguir a porto 2001, do meu ponto de vista, foi mais ou menos criminoso. Porque uma coisa é não concordar com a política que tinha sido feita antes. Eu isso também acho positivo. Quer dizer, eu concorro com uma Câmara, tenho o direito de propor um projeto

completamente diferente. É isso que é democracia, não é? Mas é importante olhar. O facto de ter sentido de Estado e ter sentido de Estado e ter sentido de dinheiro público. Portanto, aquilo que o Rui Rio fez na Câmara do Porto foi não ter sentido de Estado. Foi liminarmente acabar com o que se tinha, muitas coisas que se tinham começado a fazer. Eu posso... podia não concordar de todo com a casa da animação, mas não podia ter deitado ao lixo o dinheiro público que lá se enfiou que foram muitos milhares de euros, do dinheiro dos contribuintes. Se se recuperou isso eu acho que o Porto hoje é outra coisa. Estas coisas não se recuperam. Portanto, e não tem que se recuperar. Quer dizer, o Rui Moreira chegou à Câmara, tinha outro projeto, iniciou outro projeto e evidentemente que a área da cultura, eu acho que ele foi muito inteligente em ter apostado na área da cultura. Por várias razões. Uma delas é porque a cultura é importante, portanto, ponto. E o outro, porque efetivamente...daí, ele próprio tiraria sempre muitos dividendos enquanto político. Agora estou a falar em estratégia política. Os políticos também têm que fazer isso. Eu quero investir. Mas também em que é que eu também retiro dividendos, não é? E, portanto, esse ponto de vista foi feito o que se esperava dele também. Porque ele não é não ele não é uma pessoa destituída de inteligência, pelo contrário. E, portanto, é evidente que recuperou uma série de coisas em termos de autoestima. Mas o Porto que nós temos não é uma versão do que havia antes... Também não podia ser. Passaram muitos anos, pois. Portanto não sei se não sei sequer que lhe diga mais alguma coisa. O que eu acho que às vezes é preciso ter algum cuidado com qualquer governo é um equilíbrio muito difícil entre entre alavancar situações, e alavancar não é sempre dar dinheiro, não é sempre só dar dinheiro e às vezes infraestruturar, requalificar o, sei lá, formar o que seja. E a tentação de programar? Os teatros nacionais, por exemplo, têm diretores artísticos que são contratados, mas não são funcionários públicos. E esse equilíbrio é muito difícil de fazer. É muito difícil dizer isto genuinamente, quer dizer, sobretudo num contexto em que, de facto, a cidade do Porto tinha a herança do Rui Rio, portanto, eu acho que está agora na altura também de o Porto também se poder afirmar de uma forma mais, olhe que dê mais voz aos independentes, nomeadamente porque não vemos muitos dos nossos independentes.

E eu acho que o balanço é positivo. Em relação a batalha, eu acho que foi quase uma prenda dada ao Porto porque era, de facto uma joia da coroa que ali estava, que, claro, era de privados. Portanto, também não se pode...e as coisas têm que se negociar, tem que se pensar, tem que ser criativo. Mas foi muito bom ter se conseguido este apoio, que é um esforço financeiro também muito grande. Portanto, também é importante que as pessoas não se esqueçam disso. E, portanto, eu acho que sim. Aliás, quando foi uma visita guiada porque tinha sido comprado, tinha sido a coisa de um bocadinho para o lançamento do projeto e para a qualificação, etc. Foi uma enchente de gente preparada para regressar ao Batalha.

Nesse ponto, eu falei com organizadora do festival de cinema Desobedoc e em 2016 eles conseguiram fazer essa mostra no Cinema Batalha. E realmente um amigo meu disse-me que o pai dele quis ir para poder voltar ao Batalha porque já não via o edifício há muito tempo. Por isso eu compreendo que mesmo que muita gente, mesmo que até nem tenha interesse pelo cinema, tem muito interesse pelo edifício.

E porque isso é uma questão de património, claro, é uma questão de património. Claro que se pode estragar, se não, não creio que vá acontecer no cinema batalha, mas. Mas é uma questão

de património. Não podemos guardar tudo também. E como as nossas casas não é, se a gente guarda tudo um dia não tem casa e, portanto, também não podemos ter tudo. Eu lembro me também a discussão do cinema Batalha também. Toda a gente queria que a Câmara comprasse cinema. Então, se não era a Câmara, era que isso no tempo do tempo da Manuela de Melo. Portanto, antes do Rui Rio, toda a gente queria comprar o Coliseu, o cinema batalha tudo. E quer dizer, e a Câmara dizia que havia duas coisas e são duas coisas importantes. Uma é que o dinheiro não chega para nós. Não podemos agora comprar os edifícios. Todos eles fizeram muitos investimentos na cultura e, portanto, de facto tem que haver escolhas. O outro também é pertinente, também é importante, que não basta recuperar. É preciso depois garantir que se alimenta o equipamento. E, portanto, às vezes até é possível comprar, enfim, seja o que for, não seria um contrato com vantagem. Também não foi uma compra, acho eu. Eu acho que os donos arrendaram...estão garantidos, sim. Portanto, ali uma parceria, cederam a exploração foi uma coisa que me parece muito bem e até muito louvável relativamente aos herdeiros. É, mas não basta, não basta só transformar o edifício ou comprá-lo. Eu creio que quando se faz isso, a gente vai comprar porque tem um projeto prévio, “comprar”, mas não é comprar peço desculpa...porque senão, quer dizer, ficam os edifícios também. Então mais vale que se deixem. Ele mostra outra coisa por cima. Portanto, às vezes, também na questão política, não é nestas decisões. É preciso também pensar que sim senhor, é muito importante. Mas para que é que eu vou requalificar, né? Portanto, enquanto não houve também um projeto para o batalha, em certo sentido, a estar a qualificar à espera que aparecesse alguém que tivesse um projecto, podia ser também deitar dinheiro fora. Mas não temos assim tanto dinheiro e, portanto, muito contente. Eu acho que é das melhores coisas no Porto em haver um batalhão e funcionário. Quer ser de pronto e pensar que vai ter um projecto que é próprio e que não colide nem com a exibição propriamente, nem com a Casa do Cinema, que é outra coisa. Eu acho que há muito espaço para o cinema no Porto e em todo o lado, de resto, em todo o lado. São coisas diferentes, claro, porque em diferentes municípios as escalas são diferentes. Pensar numa cidade como o Porto ou pensar numa cidade com Torres Vedras não é a mesma coisa, também não é. Portanto, o projeto Cinema Batalha Aqui faz todo o sentido, imagino eu, mas eu não sei se ele seria transferível. E, portanto, também são escalas muito diferentes. Há cidades que também não têm a massa crítica que há em Lisboa e em Braga e em Guimarães.

APÊNDICE B: Entrevista a Guilherme Blanc

Entrevista – Guilherme Blanc, diretor artístico do Batalha Centro de Cinema. A entrevista foi realizada por videochamada a 23 de agosto de 2022.

Como pretende destacar-se dos espaços de exibição independente no porto? Ou até de que forma é o que o projeto do novo Batalha irá para além da exibição?

Nós não vamos.... neste momento há dois cinemas no Porto e há uma terceira sala que acolhe pontualmente ciclos de cinema que é o Passos Manuel e essas são as salas independentes do Porto. O resto são salas comerciais para exibição comercial. O Batalha não vai fazer estreias na exibição comercial, ou seja, nós não vamos estrear filmes, não vamos passar filmes que estão no circuito, digamos assim. Isto vai-nos distinguir, pelo menos nos dois cinemas, e de outros que possam existir e que queiram equiparem a sua vida guiada por uma economia de estreia, com uma ideia de projeto que tem que ver com a circulação comercial, com os novos que aparecem, que podem ser só com os produtores nacionais ou internacionais. Isso é a primeira coisa que a batalha não vai fazer estreias. Vai passar os contemporâneos, mas não estreias que estão de filmes que estão no circuito comercial. Contrariamente aos festivais e festivais, também passa a ser uma casa, digamos assim, dos festivais. Então o que o Batalha vai fazer é ter uma equipa de programação, que vai propor um programa permanente e irregular e é muito diferenciado, que se liga ao cinema de diferentes formas. Às vezes de forma mais retrospectiva, mas relativística ou mais contemporânea e que dá às pessoas novas linguagens do cinema. E vai encontrar estas duas questões.

Que tipo de atividades relacionadas com a educação pelo cinema com objetivos mais amplos para a comunidade como inclusão social considera que o Batalha oferecerá que ainda não se encontra disponível na cidade?

Para além do próprio cinema... o Batalha não é um cinema mas sim mais um centro cultural e, portanto, vai ter uma atividade permanente, nem sempre estará no cinema. O Batalha não vai mostrar cinema todos os dias, mas vai estar aberto todos os dias, exceto no dia de descanso.

O que acontece sempre ...o batalha não vai sempre aberto durante o dia, por exemplo, a não ser às escolas. Vai, como, muito compreensivo para as escolas, para as escolas do Porto fora, mas não vai nem sempre ter cinema à tarde. O que é que existe na batalha? Há uma biblioteca aberta em permanência, há projetos formativos, há projetos de discussão e de envolvimento com comunidades diferentes, a projetos instalativos e expositivos a acontecer regularmente. Depois, há exibição. Às vezes, ao lado da exibição de coisas que também se relacionam com a imagem em movimento por exemplo tudo tem que ver com a sala de cinema e outras áreas da arte, performance, projetos que ligam música ao cinema, projetos ligados à literatura ou outras modalidades, como relações entre o cinema e outras disciplinas da cultura?

Quando falamos de atividades educativas, estamos a falar de atividades educativas, se calhar mais para as escolas ou para estudantes de cinema?

As duas coisas. Passa por alguma formação ou parcerias com projetos formativos, eventualmente e passa acima de tudo por, no que tem que ver com escolas, com conhecimento, com acesso a cinema e a debate, a debates intelectuais, digamos assim, a partir do cinema. E não tem que ver com as escolas que já produzem com produção de cinema, divulgação e encontro. Para as escolas, vão ser gratuitas. Para estudantes, vai haver um desconto.

Como vai ser a ligação e a importância do cinema português para o Batalha?

Vai ser ... vai ter um lugar muito forte. Vamos ter um ciclo anual de cinema português que explica o ponto de vista histórico e tradicional português, como é que pode ser interpretado e vai ser semanal esse ciclo. Ao lado disso vamos ter um programa mensal, com pessoas que não fizeram uma longa-metragem, não fizeram só curtas-metragens ainda. E depois, em paralelo, também vamos ter focos dedicados a realizadores portugueses, focos retrospectivos. O primeiro é dedicado a uma cineasta do Porto e ao lado disso, em ligação com o Filmporto, vamos *screens* e exibição para o setor e de apoio ao setor, ou seja, o setor poderá usar a batalha como um espaço de exibição, distribuição da obra, de mostra em processo ou final e, portanto, vamos movimentar-nos nestas direções todas.

O Batalha vai retomar a ligação ao cineclube do porto?

Parceria quinzenalmente.

Quais foram os maiores entraves até agora?

Estamos a falar numa área que não é minha. Ok, mas é uma obra. Não tenho., mas a obra começou.... mas acho que a obra começou com a pandemia, se não me engano, não me lembro exatamente quando começou, mas foi na altura da pandemia, sensivelmente e a questão da guerra... foi altamente afetado, por antítese o atraso não acho que tenha sido expressivo relativamente à data inicialmente comunicada mas teve um impacto enorme a nível de materiais, a nível das matérias primas ...

Considera que o antídoto para a hegemonia de grandes produtoras na oferta de filmes em Portugal também passa pelo Batalha?

Eu acho que eu acho que as grandes produtoras podem ter excelentes projetos e o Batalha também vai mostrar filmes de grandes produtoras. A história do cinema está cheia de filmes de grandes produtoras. O cinema contemporâneo também, portanto, o Batalha pode fazer, na minha opinião, o que poderá fazer é criar uma cultura de cinema, uma cultura fílmica, criar uma relação muito profunda entre as pessoas e a produção e a história do cinema e a produção contemporânea de cinema. Para que as pessoas se relacionam de uma forma mais íntima e mais forte do ponto de vista de consumo e se relacionam com a experiência do cinema em sala. Isso é o que batalha quer fazer. E também fazer outra coisa, que é perceber, enquanto instituição cultural. Neste caso, para a área do cinema, mas para outra área. Como é que nós podemos posicionar como uma espécie de interlocutor dentro de relações? Como é que as pessoas podem usar a batalha para se encontrar? Qual é a responsabilidade de produção cultural hoje nestes laços sociais, símbolos afetivos entre as pessoas, como é que o centro cultural pode ser um lugar de encontro? Isso é uma coisa sobre a qual pensamos e que, nesse caso, estamos a trabalhar para que o batalha se posicione dessa forma.

ANEXO A: Relatório - Atelier 15

A T E L I E R 15
arquitetura, lda.

804
M

Recuperação do Cinema Batalha projetado pelo Arquiteto Artur de Andrade Relatório Prévio

a)

Artur Andrade pertence a uma geração de arquitetos a que costumamos chamar de segunda geração, de que fazem parte muitos outros arquitetos modernos como Arménio Losa ou Viana de Lima, para referir, apenas, dois nomes grandes que exerceram a sua profissão na nossa cidade.

Esta geração adotou convictamente os pressupostos ideológicos do Movimento Moderno, nas suas variadas expressões formais. Tocados pelo expressionismo de Erich Mendelsohn ou pelo funcionalismo de Le Corbusier, mediado pelo então recente conhecimento da arquitetura moderna brasileira, produziram obra intencionalmente significativa que, nas condições do nosso fascismo, aparecia como manifesto político de resistência.

Esta é a geração da coerência entre forma e conteúdo e da consideração da cidade como lugar da sociabilidade, do encontro e da diversidade, só por si elementos a potenciar a subversão dos valores dominantes.

Muitos exemplos se poderiam dar, mas nós escolheríamos, em qualquer caso, o projeto do Cinema Batalha como paradigma desta nova arquitetura. E é extraordinário que apareça neste contexto, altamente repressivo, uma obra manifesto, com esta clareza de conteúdos, verdadeiramente representativa de uma sociedade futura, em construção. O facto de se destinar ao cinema, a última das expressões artísticas e a mais massificada, aguçou o desejo de radicalidade cuja comunicação pública constituiu um facto da maior importância cultural. Empregamos, aqui, o termo cultural porque este integra, não só a cultura artística de natureza mais formal como a cultura da ação política militante, numa síntese perfeita.

Apetece, por vezes, e tem-nos acontecido isso, agora que nos sentimos projetistas de uma obra que, não sendo nossa, queremos preservar como se fosse, apetece, dizíamos, dissociar o estético do político. E assim nos temos encantado com a beleza e fluidez dos seus espaços desenhados para um terreno condicionado e difícil, com um rigor compositivo insuspeitado que revela a intencionalidade permanente do desenho, nunca sendo fortuita ou caprichosa a sua forma.

Temos olhado o cuidado e a sensibilidade postos pelo autor em toda a pormenorização, por vezes escondida pelo estado de ruína em que se encontra.

E, também, a forma magistral como se resolve o aparente paradoxo entre a caixa encerrada e interiorizada da grande sala de cinema e a abertura total à cidade, nos dois sentidos: do olhar a

ATELIER 15
arquitectura, lda.

102

verticalmente, desde o piso da cave, onde se localizam a sala polivalente e as da direção, até ao do terraço onde se criará uma esplanada que possa usufruir da belíssima paisagem urbana que dali se disfruta. Este sistema será complementado por uma pequena plataforma elevatória num dos acessos ao estúdio e por curtas rampas no átrio de entrada e junto ao bar da cave.

Uma vez que não gostaríamos de prejudicar a continuidade dos espaços de foyer nos diversos pisos, compartimentando-os, optámos por localizar a área de leitura/pequena biblioteca, totalmente aberta, no foyer lateral da tribuna, o menos movimentado, uma vez que nele não se cruzam as principais circulações.

c)

O nosso trabalho incluirá, obviamente, o cuidadoso restauro e reposição de toda a pormenorização, muito afetada por sucessivas ações de vandalismo.

Não será, ainda, oportuno referir os problemas estruturais e construtivos que as apontadas alterações acarretam, bem como as soluções técnicas previstas ou a estudar para o necessário condicionamento acústico, para o conforto térmico dos espaços, alguns deles de grande exposição solar, sobretudo a poente, para a recuperação dos sistemas de iluminação, de segurança e, igualmente, das redes de águas e saneamento, etc.

Sublinhamos, no entanto, a necessidade de substituição da cobertura existente no edifício, manifestamente dissonante com a sua linguagem moderna, propondo-se, em conformidade, a sua substituição por uma cobertura plana, apoiada em nova estrutura, facilitando o isolamento acústico entre as duas salas e o exterior e, ainda, a localização de elementos mecânicos, necessários à climatização dos espaços.

Em conclusão, a nossa ambição não é de total apagamento, uma vez que pensamos que as alterações que um equipamento como este, com setenta anos de idade, obviamente necessita, não devem ser tímidas nem escondidas, antes devem ser pensadas como soluções integradas na coerência formal do existente, quer dizer, em serena e natural continuidade.

d)

Os benefícios destas obras de requalificação são óbvios. Assim fosse possível, no nosso país proceder a obras de consolidação e restauro da maioria dos edifícios classificados. Sendo que, neste caso particular, tratando-se de uma obra de arquitetura moderna, mais importância ganha este trabalho dada a exiguidade de exemplos coevos e a chamada de atenção dos organismos nacionais e internacionais par a necessidade de proceder à sua classificação e sobretudo requalificação.

A T E L I E R 15
arquitetura, lda.

No caso particular do Cinema Batalha verificou-se que a sua classificação não impediu trágicas ações de vandalização do existente. Estamos certos que só a sua reutilização o virá a salvaguardar de futuras ações gravosas para a sua integridade.

Os edifícios modernos, muito marcados por um estrito funcionalismo não tem dado muitas hipóteses de uma grande flexibilidade que permita a sua utilização com outros fins diferentes do seu programa inicial, sem que isso prejudique a essência da sua imagem e do caráter dos seus espaços

Temos a facilidade no nosso trabalho, facilidade que não é nada desprezível, de se manter a sua utilização inicial, destinado exclusivamente ao Cinema. Por isso manteremos integralmente a sua imagem que, aliás, é a que melhor corresponde ao seu programa inicial e à sua continuidade contemporânea

Apesar do que foi dito, a nossa ambição não é de total apagamento, uma vez que pensamos que as alterações que um equipamento como este, com setenta anos de idade, obviamente necessita, não devem ser tímidas nem escondidas, antes devem ser pensadas como soluções integradas na coerência formal do existente, quer dizer, em serena e natural continuidade.

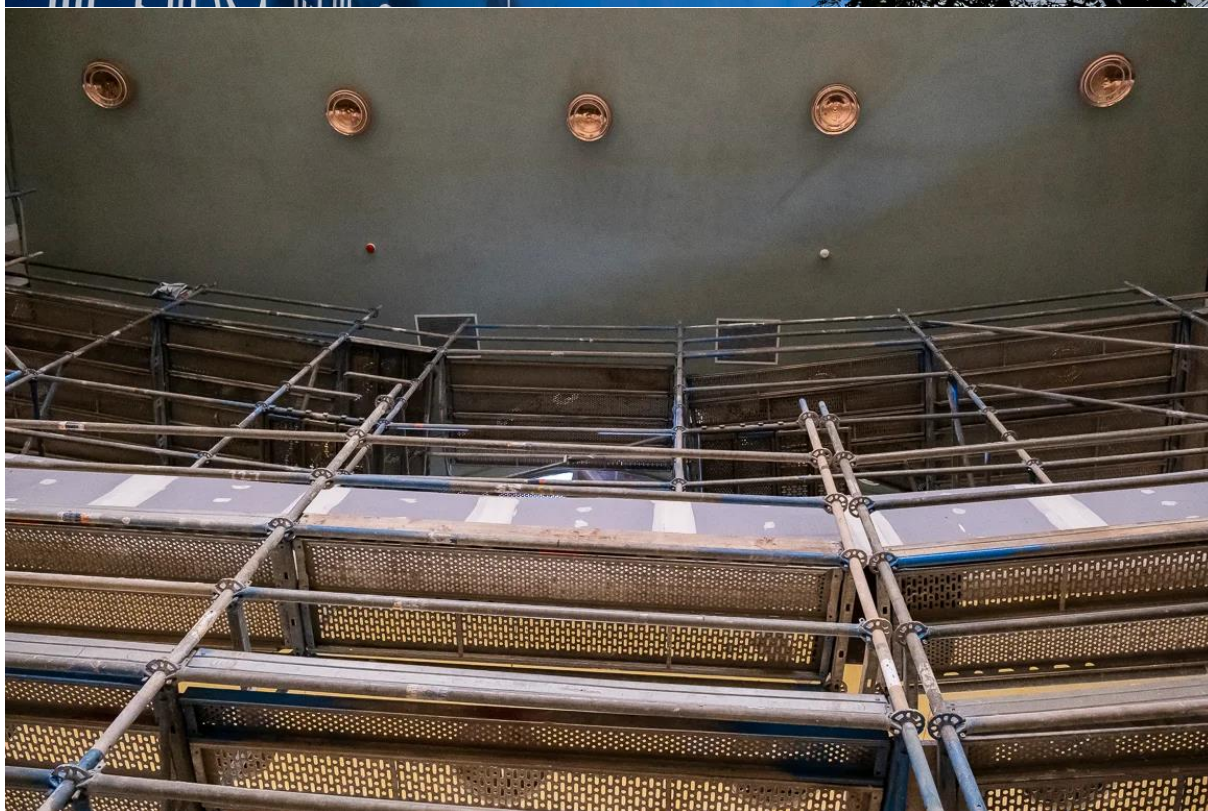
Setembro de 2017

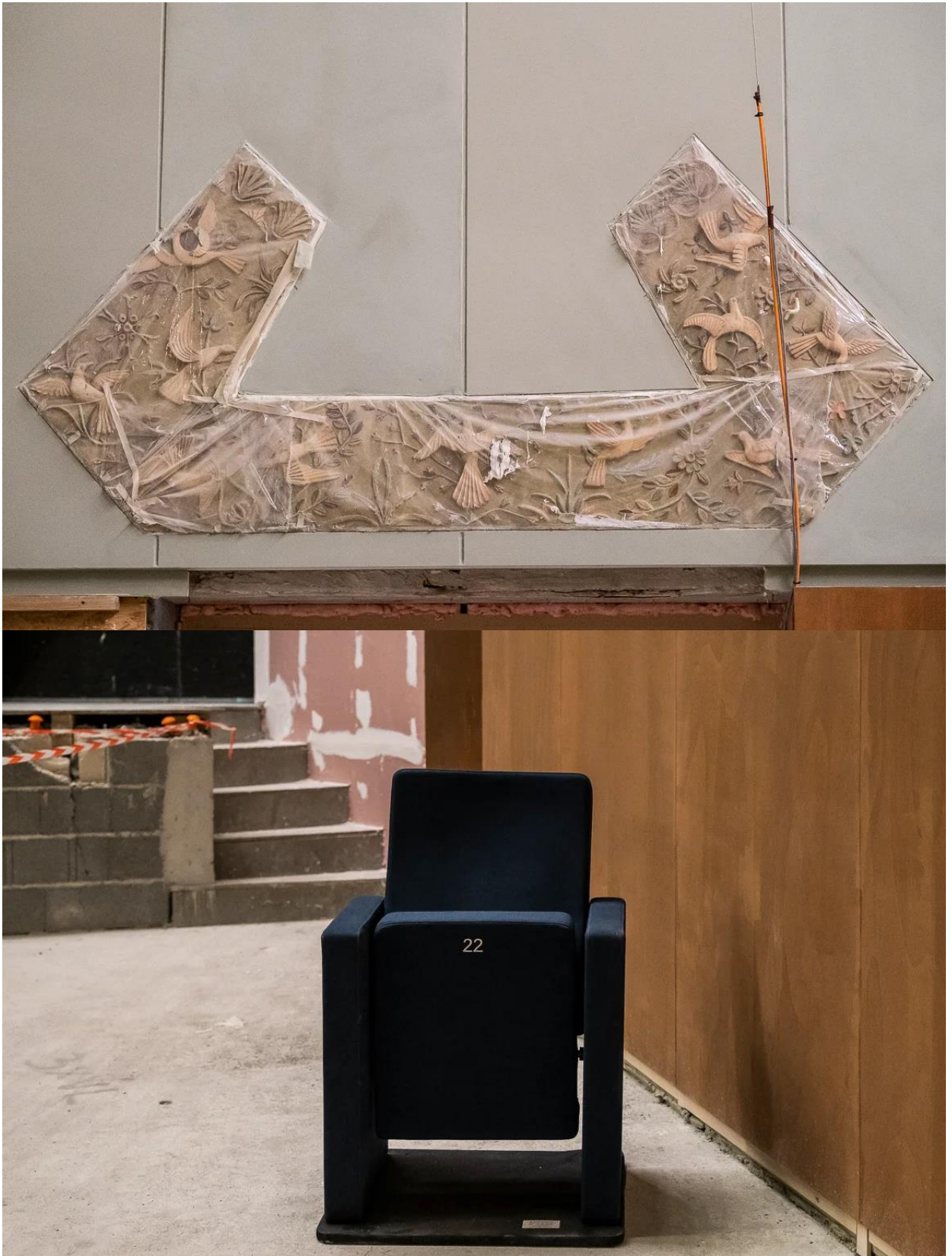


Alexandre Alves Costa

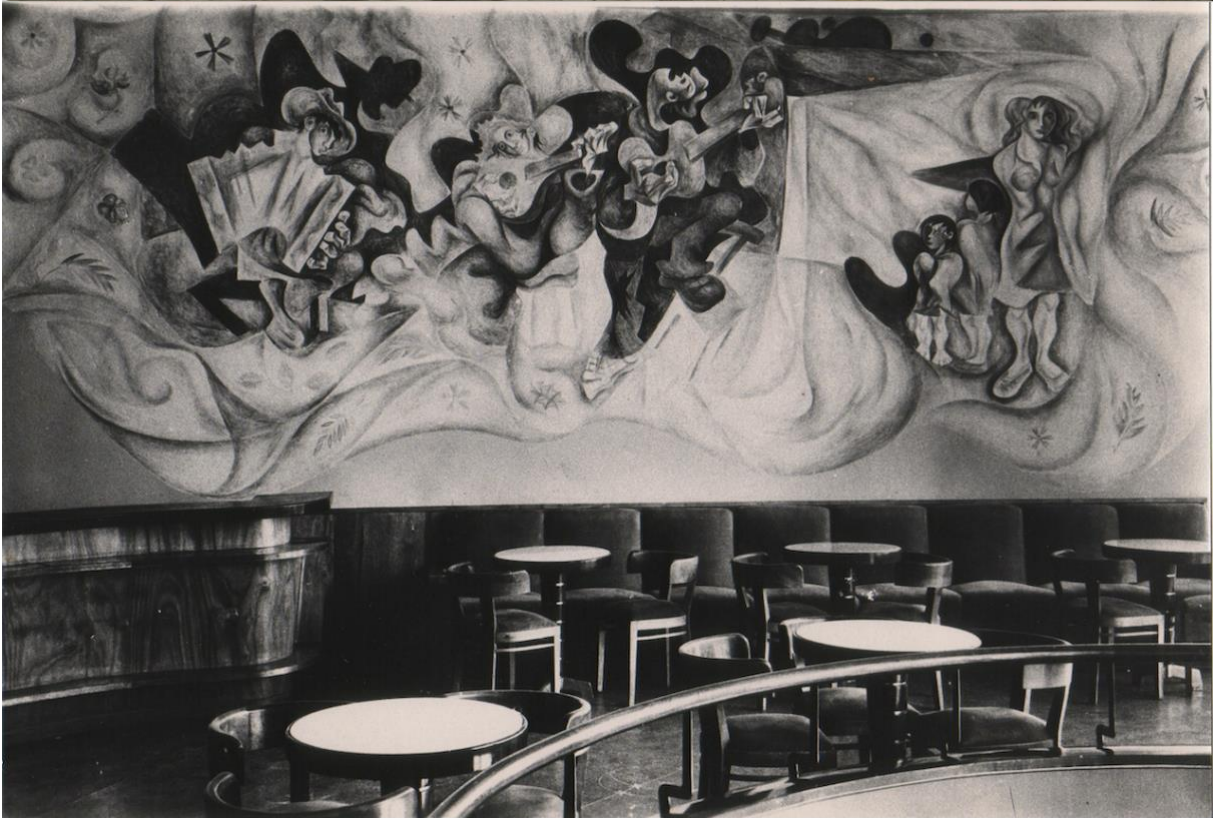
Sergio Fernandez

ANEXO B: Fotografias da recuperação do Cinema Batalha, por Filipa Brito





ANEXO C: Murais de Júlio Pomar 1946-48, por Ernesto de Sousa



ANEXO D: Fotografias da recuperação dos murais de Júlio Pomar, por Filipa Brito

