A ECONOMIA DA CULTURA - FRANCOISE BENHAMOU

IV As Indústrias Culturais: Livro, Disco, Cinema

O mundo das indústrias culturais

Eduarda Guernharth Guterres

IV As Indústrias Culturais: Livro, Disco, Cinema (Ateliê, 2007, 27 páginas)fala sobre a administração de indústrias culturais- edição de livros, gravação de discos, realização de filmes- e sobre como elas enfrentam grandes riscos, contornando-os através da multiplicação dos produtos e da tentativa que controlar a distribuição dos mesmos.

 As grandes empresas protegem-se do fracasso por meio de políticas de concentração e inovação. Para garantir o sucesso de novas produções são criados vínculos, como por exemplo transformar o livro de sucesso em um filme, tendo como trilha sonora a música  de um álbum que logo no seu lançamento não teve tantos exemplares vendidos, mas que pode vender milhões após a estreia do filme.

As indústrias culturais filtram os materiais recebidos, selecionando através de uma série de exigências as obras que irão editar. No caso de uma grande editora menos de 5% do material recebido, de diversos autores, é publicado. As possibilidades de sucesso dos produtos são avaliados através de exemplares de cortesias, e das projeções especiais antes do lançamento.

Antes do processo de produção, existe o trabalho do criador, ou de uma equipe de criadores, e sua função é transformar o produto em um bem singular, com grau de diferenciação, grau este que varia em função do segmento do mercado no qual será oferecido. Os bens são produtos de experiência, cuja a qualidade o consumidor ignora de antemão, por ser muito elevada a diversidade de produtos disponível (disco: 100 000 itens; 200 000 títulos teoricamente disponíveis na livraria).

Apesar de ignorada pelo consumidor, uma coisa é certa: O preço não é um indicador de qualidade. Há muitos livros baratos que apresentam bons enredos. Cabe então, ao consumidor avaliar a qualidade por outros parâmetros: a marca, a notoriedade do autor, ou de um dos participantes, as informações a que pode ter acesso através do bem. No mercado das obras um prêmio tem um peso considerável: a conquista de um prêmio Goncourt (prêmio literário) por exemplo, assegura uma tiragem de cerca de um milhão de exemplares.

 O mundo das indústrias de Discos foi consideravelmente abalado com o aumento da pirataria, a possibilidade de baixar horas e horas de música gratuitamente fez com que a venda de discos diminuíssem após anos de euforia. Porém, a queda das vendas foi compensada pelo desenvolvimento de sites pagos de música e pelo lançamento de grandes campanhas de publicidade com celebridades. Diante de um crise gerada pela pirataria, pelo alto nível dos preços, o empobrecimento das play-lists de rádio e as armadilhas do star system, as indústrias musicais tiveram que recorrer a planos sociais e renegociar os contratos de determinados artistas.

Nos Estados Unidos, logo depois da guerra, o setor cinematográfico estimulou a criação de grandes grupos. O decreto antitruste de 1948 levou esses grandes grupos a dedicar-se à distribuição e a contribuir ocasionalmente para a produção, através da compra de direitos. Assim nasceu a produção independente, que não conquistou grande solidez.

Nos Estados Unidos, existem cerca de vinte mil editores, dos quais mais ou menos 2260 publicam mais de quatro títulos por ano. Entre os fatores de sobrevivência dessas empresas destacam-se o volume da produção (mínimo de 6 títulos, máximo de 12), o grau de especialização e as estratégias em matéria de distribuição. O sucesso é imprevisível, o peso relativo dos custos de comercialização e a lentidão do processo de criação de  uma marca e do reconhecimento cultural constituem os elementos de fragilidade.

A carência do capital necessário para dar início a um novo negócio e a possibilidade de recorrer a redes de divulgação são incentivos à criação de empresas. Os obstáculos de desenvolvimento surgem depois, do que resulta um pequeno índice de sobrevivência das novas empresas. Obstáculos para sair do negócio quase não existem: o acervo pode ser vendido a um outro grupo que pretenda implantar estratégias de crescimento mediante a absorção de acervos.

As pequenas companhias de produção dependem das maiores para o escoamento de seus produtos, enquanto as médias tentam criar suas próprias redes de distribuição. As distribuidoras têm de atingir um volume importante de vendas para que os prejuízos sofridos em certos títulos sejam compensados. O comércio tradicional tem séria dificuldade para resistir diante das três dimensões da concorrência: o preço, a qualidade do serviço prestado e a quantidade de itens oferecidos. Os pequenos comércios costumam desaparecer para dar lugar aos grandes centros comerciais.

Referência bibliográfica do objeto resenhado

* Nome do autor: Francoise Benhamou
* Título da obra: A economia da cultura, Cap. IV As Indústrias Culturais: Livro, Disco, Cinema
* Nome da editora: Ateliê
* Data da publicação: 2007 (Brasil)
* Lugar da publicação: França
* Número de páginas: 200 (livro), 27 (capitulo resenhado)
* Preço: R$ 38,50 Livraria Cultura

Dados bibliográficos do autor da obra resenhada

Françoise Banhamou, nascida em 1952, é uma economista francesa especialista em economia da cultura e mídia, responsável pela linha de "economia do patrimônio" no Instituto Nacional do patrimônio de Paris, formada em ciências sociais e também professora na Universidade Paris-XII (também conhecida como Paris-Norte), onde foi, durante dois anos, vice-presidente encarregada de cuidar das relações internacionais da universidade. Desde 6 de Janeiro de 2012, ela é membro da Agência Reguladora das comunicações Eletrônicas e dos Correios (ARCEP) na França.

Ela é uma das principais referências em economia da cultura em todo o mundo , e também no Brasil , Benhamou publicou diversos livros na França. Incluindo ‘’A Economia da Cultura", traduzido para o português em 2007 no Brasil.

Referência Biográfica

BENHAMOU, FRANCOISE; 2007; Ateliê; A economia da Cultura; Brasil.

PUCRS, Como elaborar uma resenha.

 Disponível em: < http://www.pucrs.br/gpt/resenha.php> Acesso em 4 de maio de 2015.