

Investimento Público e Geração de Capital Econômico Coprodução Audiovisual Brasil e França

Public Investment and Economic Capital Generation Audiovisual Coproduction Brazil and France

Pedro Tayllison Machado Sirino¹ e Luciano Castro de Carvalho²

¹ Fundação Universidade Regional de Blumenau (FURB), Brasil, Doutorado em Ciências Contábeis e Administração,
e-mail: pedrotayllison50@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3217-2934>

² Fundação Universidade Regional de Blumenau (FURB), Brasil, Doutorado em Administração,
e-mail: lccarvalho@furb.br, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1740-6053>

DOI: <http://www.doi.org/10.5935/2177-4153.20260001>

Recebido em: 28/10/2025 - Revisado em: 24/03/2026 - Aprovado em: 31/03/2026 - Disponível em: 31/03/2026

RESUMO

A Teoria do Capital Social, desenvolvida por Pierre Bourdieu, oferece um arcabouço teórico pertinente para compreender as relações de coprodução cinematográfica entre Brasil e França. Segundo Bourdieu (2015), o capital social é composto por redes de relações e conexões que podem ser convertidas em outros tipos de capital, como o econômico, o cultural e o simbólico. No setor audiovisual, essas redes incluem produtores, distribuidores, agentes de festivais e instituições de fomento, cuja articulação pode determinar o sucesso comercial e crítico de um filme. Qual a variação do investimento público e do desempenho de filmes de longa-metragem resultantes da coprodução Brasil e França, com base no conceito de Capital Social teorizado por Pierre Bourdieu? Após a coleta de dados junto a Ancine e a realização de testes de Regressão Linear Simples e Múltipla, os resultados revelaram uma importante nuance na lógica de conversão de capitais proposta por Bourdieu (2015). A parceria com a França, embora positivamente associada à renda total, parece redirecionar a forma de conversão do capital econômico. Isso ocorre porque a coprodução com a França opera não apenas como estratégia financeira, mas principalmente como um mecanismo de acumulação de capital simbólico e social.

Palavras-chave: Capital Social. Coproduções Brasil-França. Pierre Bourdieu. Desempenho nas bilheterias.

ABSTRACT

Social Capital Theory, developed by Pierre Bourdieu, offers a relevant theoretical framework for understanding the film co-production relations between Brazil and France. According to Bourdieu (2015), social capital is composed of networks of relationships and connections that can be converted into other types of capital, such as economic, cultural, and symbolic. In the audiovisual sector, these networks include producers, distributors, festival agents, and funding institutions, whose interconnectedness can determine a film's commercial and critical success. What is the variation in public investment and the performance of feature films resulting from Brazil-France co-productions, based on the concept of Social Capital theorized by Pierre Bourdieu? After collecting data from Ancine and conducting Simple and Multiple Linear Regression tests, the results revealed an important nuance in the capital conversion logic proposed by Bourdieu (2015). The partnership with France, although positively associated with total income, appears to redirect the form of economic capital conversion. This is because co-production with France operates not only as a financial strategy, but mainly as a mechanism for accumulating symbolic and social capital.

Keywords: Social Capital. Brazil-France co-productions. Pierre Bourdieu. Box office performance.

1. INTRODUÇÃO

A dinâmica do mercado cinematográfico global é altamente concentrada pela indústria estadunidense que domina a maior parte da arrecadação. Segundo Walls (2005), as produções de Hollywood continuam a liderar as bilheteiras mundiais devido a seus altos investimentos em marketing e

distribuição. Nesse contexto, a coprodução Brasil-França apresenta um diferencial estratégico para as empresas produtoras e distribuidoras de cinema ampliarem suas chances de competitividade no mercado global. No contexto das coproduções cinematográficas entre Brasil e França, a teoria dos capitais de Pierre Bourdieu (2015) oferece uma estrutura conceitual pertinente para analisar a dinâmica de trocas culturais, simbólicas e econômicas que permeiam essas parcerias. O cinema, enquanto manifestação artística e indústria cultural, insere-se em um campo de disputas no qual diferentes agentes cineastas, produtores, distribuidores e instituições buscam acumular e converter diferentes formas de capital.

As coproduções cinematográficas podem ser compreendidas como espaços de articulação entre diferentes formas de capital, onde agentes do campo cinematográfico negociam e acumulam capital cultural, simbólico e econômico. A abordagem bourdieusiana, ao evidenciar as relações de poder e as estratégias de legitimação dentro dos campos artísticos e culturais, mostra-se, portanto, fundamental para compreender a importância dessas parcerias não apenas como estratégias financeiras, mas como mecanismos de resistência e inserção em um mercado dominado por grandes indústrias, como a hollywoodiana.

No contexto das coproduções, torna-se possível a constatação da dimensão do capital social, conforme definido por Bourdieu (2015). Segundo o autor, quando agentes estabelecem parcerias estratégicas, ocorre uma troca mútua de capitais culturais, simbólicos e econômicos, possibilitando o fortalecimento de sua posição dentro do campo em que atuam. Assim, a coprodução Brasil-França exemplifica essa dinâmica, uma vez que envolve a partilha de conhecimento cinematográfico (capital cultural), de financiamento e incentivos (capital econômico) e de reconhecimento artístico e institucional (capital simbólico). Esse intercâmbio amplia a inserção dos cineastas e produtores no mercado internacional, criando novas oportunidades de distribuição e visibilidade para suas obras.

Santos e Gomes (2014) utilizaram um modelo estatístico, o coeficiente de correlação de Spearman, para evidenciar como a desigualdade que existe no audiovisual brasileiro impede que produções independentes, que não possuem tanto apelo comercial, acabam não conseguindo ter bons desempenhos nas bilheterias. Eles compararam o total arrecadado, por meio de filmes realizados com incentivo de recursos públicos, analisando o resultado de bilheteria de 666 filmes nacionais lançados entre 1995 e 2012, e

constatarem que quanto mais financiamento público um filme tiver, maior será o seu desempenho financeiro.

Khitrov (2024), ao analisar a indústria cinematográfica e televisiva hollywoodiana, a partir das teorias de Bourdieu, associa o capital econômico ao desempenho nas bilheteiras e à audiência, enquanto o capital simbólico se manifesta no prestígio conferido por premiações e reconhecimento crítico. Considerando essa abordagem, torna-se possível argumentar que as coproduções Brasil-França operam simultaneamente como capital social e capital cultural objetivado: elas nascem de alianças estratégicas que envolvem a troca de diferentes formas de capital e, ao mesmo tempo, materializam-se como produtos culturais que carregam tanto valor simbólico quanto econômico.

Apesar da importância das coproduções para a internacionalização do cinema brasileiro, essa modalidade ainda representa uma parcela reduzida da produção nacional. Entre 1998 e 2014, dos 61 filmes brasileiros lançados na França, apenas 14 foram coproduções com o país europeu, sendo *Central do Brasil* (1998), dirigido por Walter Salles, a única dessas parcerias a alcançar um desempenho comercial significativo (Figueiró, 2017). Ainda assim, a coprodução possibilitou a esses filmes espaços de exibição em festivais internacionais, ampliando sua visibilidade e oportunidades de comercialização.

Partindo dessa problemática, estabelece-se como pergunta de pesquisa: Qual a variação do investimento público e do desempenho de filmes de longa-metragem resultantes da coprodução Brasil e França, com base no conceito de Capital Social teorizado por Pierre Bourdieu?

Estudos anteriores, como os de Jordi McKenzie (2012, 2023), demonstram que a performance dos filmes é influenciada por múltiplos fatores, incluindo os investimentos iniciais e a recepção em festivais. Hadida (2009), por sua vez, argumenta que avaliar o desempenho de um filme apenas com base em sua bilheteira pode ser uma abordagem limitada, pois ignora dimensões políticas e culturais que também contribuem para sua relevância no mercado. Dessa forma, compreender como o capital social impacta o desempenho de coproduções Brasil-França permite avançar nas pesquisas sobre a economia do cinema e a internacionalização das produções cinematográficas brasileiras.

Em um mercado global cada vez mais competitivo, compreender as dinâmicas das coproduções e os mecanismos que favorecem sua gestão e sua distribuição pode representar uma vantagem estratégica e de competitividade

aos gestores cinematográficos. Nesse sentido, no contexto dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis (ODS), a pesquisa abarca, especialmente, o objetivo 9 (Indústria, Inovação e Infraestrutura) e o objetivo 17 (Parcerias e meios de implementação).

2. ENQUADRAMENTO TEÓRICO

2.1 CAPITAL ECONÔMICO

O capital econômico refere-se aos recursos financeiros, monetários. Para Bourdieu, “as medidas e o cálculo da taxa de conversão são relativamente simples para o capital econômico, já que existe um quantificador – o dinheiro” (Bourdieu, 2021, p. 289). Ou seja, para esse autor, mensurar esse capital é consideravelmente simples devido ao fato de os valores monetários já serem considerados como os quantificadores dele.

Importante salientar que o capital econômico é uma das formas de capitais a que Bourdieu menos dedicou tempo para definir, uma vez que, conforme dito por ele, “é evidente que não é minha proposta, nem meu trabalho e nem minha especialidade” (Bourdieu, 2023, p. 215). Mas o autor admite a considerável importância dele tanto para se adquirir, acumular, quanto para se converter as outras espécies de capital (Bourdieu, 2023). Portanto, por mais que o autor admita que o capital econômico não seja o foco dos seus estudos, ele compreende que, para uma pessoa conseguir os capitais culturais, simbólicos e sociais, é fundamental que possua uma certa quantidade de recursos financeiros. Ao mesmo tempo, o valor desses capitais acaba, de certa forma, sendo medido por sua capacidade de geração de capital econômico.

2.2 CAPITAL SOCIAL

Para Bourdieu (2015, p. 75), o capital social é a “vinculação a um grupo, como conjunto de agentes que não somente são dotados de propriedades comuns (...), mas também são unidos por ligações permanentes e úteis”, ou seja, é uma espécie de relação duradoura que ocorre entre os indivíduos de

posses semelhantes com o intuito de que todos os lados acabem sendo beneficiados no futuro.

Em janeiro de 1980, Pierre Bourdieu publicou o artigo *Le capital social – notes provisoires* (O capital social – notas provisórias), no qual o autor define o capital social como o conjunto de recursos associados a uma rede durável de relações socialmente institucionalizadas, baseadas em trocas tanto materiais quanto simbólicas. Segundo o autor, “o capital social é o conjunto de recursos atuais ou potenciais que estão ligados à posse de uma rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas de interconhecimento e de inter-reconhecimento (Bourdieu, 2015, p. 75).

Para Bourdieu (2015), o capital social se manifesta na troca de recursos entre indivíduos ou grupos inseridos em um mesmo campo social, seja ele profissional, cultural ou econômico. Essas trocas envolvem capital econômico (recursos financeiros e infraestrutura), capital simbólico (prestígio e reconhecimento no meio social) e capital cultural (conhecimento, experiência e produtos culturais). O objetivo fundamental dessas interações é ampliar as oportunidades de crescimento e consolidação dentro do campo em que os agentes estão inseridos.

Bourdieu (2015) conceitua o capital social como um conjunto de recursos acessíveis por meio de redes duráveis de relações, sustentadas por trocas materiais e simbólicas. Durante uma aula no Collège de France, em 1982, o sociólogo enfatizou que o capital social abrange tudo o que ocorre a um indivíduo ou grupo em função de seus relacionamentos, formais ou informais, com outros agentes (Bourdieu, 2021, p. 290).

Bourdieu (2011) argumenta que as relações entre agentes de um determinado campo social, como intelectuais e artistas, são atravessadas por fatores econômicos, culturais e políticos, sendo mediadas pela estrutura hierárquica desse campo e da “legitimidade cultural no interior do campo das relações de produção e difusão dos bens simbólicos (Bourdieu, 2011, p. 159). Essa estrutura, por sua vez, define quais atores detêm maior legitimidade cultural na produção e na difusão de bens simbólicos.

Dessa forma, torna-se possível o argumento de que o capital social viabiliza o crescimento e a circulação de outros capitais dentro do campo cinematográfico, consolidando as coproduções como espaços estratégicos de trocas de experiências. Partindo da premissa de Bourdieu de que o capital social, capital econômico, capital cultural e capital simbólico são transpassados entre si, e tendo como desafio o estudo da análise da influência desses capitais

no investimento e desempenho de obras audiovisuais resultantes da coprodução Brasil-França. A partir disso, tem-se as seguintes hipóteses:

H1: O investimento público na coprodução internacional de filmes contribui para um melhor resultado desses filmes no circuito de exibição de salas de cinema brasileiras.

H2: No contexto das coproduções cinematográficas Brasil-França, o capital social modera a relação entre investimento público e desempenho no mercado de cinema brasileiro.

2.3 ESTUDOS SOBRE DESEMPENHO DE AUDIOVISUAIS

Nesta seção, tendo como foco a indústria cinematográfica, apresentam-se estudos que abordam os fatores que influenciam o desempenho de produtos audiovisuais nas salas de cinema.

Walls (2009) procurou compreender se as estratégias de contratar grandes estrelas, de realizar sequências de filmes, de investir em um elevado orçamento de produção e de procurar lançar o filme, em um grande número de salas, aumentavam a lucratividade dos filmes. O foco foi o mercado norte-americano, sendo o período analisado de 1985 até 1996, chegando a uma amostra de 1.989 filmes; a técnica estatística utilizada foi o método não paramétrico (Walls, 2009).

Os resultados do estudo de Hadida (2010) confirmaram que os custos totais de produção de um filme apresentavam um importante papel mediador em seu desempenho nas bilheterias. Portanto, para que o espectador decida ir ao cinema ver uma determinada obra audiovisual, não basta que ela tenha a presença de cineastas com um bom histórico comercial, é preciso que tenha havido um bom investimento financeiro em sua realização (Hadida, 2010). Logo, bons históricos comerciais e artísticos dos envolvidos no filme precisam estar acompanhados de um alto orçamento de produção (Hadida, 2010).

Um segundo resultado importante do estudo é o de que os sucessos comerciais de atores principais e do diretor acabam impactando positivamente na receita com bilheterias do filme (Hadida, 2010). E outro, e último resultado importante, foi o de que quanto maior for o orçamento de um filme, quanto mais dinheiro for investido nele, maiores serão tanto as suas bilheterias quanto as suas premiações em festivais (Hadida, 2010). Ou seja, dentro do contexto da

indústria cinematográfica estadunidense, o reconhecimento artístico e o sucesso comercial de uma obra audiovisual estão fortemente conectados ao tamanho de seus orçamentos (Hadida, 2010).

Segundo a SIAESP, o MERCOSUL e a Europa são as regiões que mais atraem os filmes brasileiros (Schneider, 2013). A Alemanha, Espanha, França e Reino Unido estavam entre os maiores mercados exibidores da Europa e entre os cinco países que mais atraíam filmes brasileiros (Schneider, 2013). Para Schneider (2013), o fato da Espanha e da França serem países com línguas de origem latina, ou seja, tinham certo laço cultural com Brasil, poderia ser uma forma de argumentar que a distância psíquica seria uma forma de explicar a entrada de filmes brasileiros nesses mercados, mas não a única forma de explicar devido a esses países estarem entre os maiores mercados cinematográficos Europeus. Quanto ao MERCOSUL, a SIAESP argumenta que tanto a aproximação cultural, devido aos países possuírem línguas de origem latina, quanto os acordos de coprodução são importantes estímulos para a entrada de filmes brasileiros nos mercados exibidores desses países (Schneider, 2013).

McKenzie, Rossiter e Shin (2018) estudaram o impacto do financiamento público direto no desempenho dos filmes nacionais australianos, lançados entre 1997 e 2017. O estudo procurou comparar os efeitos dos trabalhos de duas agências de fomento direto, a FCC e Screen Austrália, que atuaram em duas eras diferentes e que tinham como uma de suas diferenças o fato de a primeira focar num investimento maior por filme, ao passo que outra focava em uma quantidade maior de filmes financiados.

A partir dos dados do Screen Austrália, de que os filmes nacionais independentes realizados com recursos públicos, na sua grande maioria, não conseguiam atingir bons desempenhos nas bilheterias, nem para conseguirem se pagar, McKenzie, Rossiter e Shin (2018) consideraram que, para realizar uma análise mais completa do desempenho de tais filmes, seria preciso analisar, além dos desempenhos no circuito exibidor nacional, o desempenho internacional em grandes mercados, mais precisamente nos Estados Unidos e no Reino Unido, como também o fato de o filme ter sido exibido, recebido alguma indicação, ter sido premiado em festivais internacionais e, por fim, as avaliações online que recebeu no Imdb.

O processo de distribuição de um filme envolve um expressivo investimento em publicidade para que o público o conheça. Adamaczak e Salamaon (2022) estudaram o campo cinematográfico da Polônia, cuja

atividade comercial é altamente arriscada. Por isso, conseguir determinar quais fatores poderiam influenciar o sucesso de um filme poderia ser útil para tentar reduzir tais incertezas (Adamczak; Salamaon, 2022). Constataram que o desempenho de filmes em festivais pode influenciar o resultado de público em cinemas e amenizar as incertezas desse mercado. No entanto, os autores destacam que o papel do distribuidor e da marca atuam com mais eficiência no desempenho comercial de uma obra cinematográfica do que a quantidade de prêmios em festivais. Isso demonstra a relevância do esforço envolvido na distribuição de um filme para seu sucesso (Adamczak; Salamaon, 2022).

Os estudos abordados demonstram fatores que influenciam o desempenho de filmes no circuito de salas de cinema, evidenciando os relativos ao investimento financeiro na produção e distribuição das obras e os relacionados à obtenção do reconhecimento artístico. Nesse sentido, tais fatores podem ser articulados aos estudos de Bourdieu (1973), em especial sobre a Teoria do Capital Social, na qual o autor argumenta que a realização de uma parceria abrange a união dos capitais econômicos, culturais e simbólicos.

3. METODOLOGIA

O presente artigo tem três variáveis importantes: o desempenho em cinema, o investimento em cinema e o capital social. O investimento público em cinema, que é a variável independente, é o orçamento do filme, ou seja, os recursos financeiros necessários para que aquilo que estivesse no roteiro fosse realizado e lançado. Já o desempenho em cinema, que é a variável dependente, refere-se ao total arrecadado em termos financeiros obtidos pelo filme nas bilheterias do circuito de exibição de salas de cinema brasileiras. Tais dados foram coletados no site do Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (Ancine, 2024), tendo como marco temporal o período de 2005 a 2022.

Já a variável moderadora desta pesquisa é o capital. O capital social, com base nos estudos de Bourdieu (2015), materializa-se por meio da parceria entre dois ou mais agentes, com o intuito de ambos crescerem no campo em que atuam. Os dados referentes a essa variável foram coletados no site da Ancine (2025), tendo como marco temporal o período de 2005 a 2022. A tabela 1 demonstra como a coleta de tais documentos está relacionada aos objetivos dessa pesquisa:

Tabela 1 – Constructos da pesquisa

OBJETIVOS	CONSTRUCTOS	INDICADORES
a) Analisar, dentro do contexto das coproduções cinematográficas Brasil e França, a influência do Capital Social na relação entre investimento público em cinema e geração de capital econômico, no mercado cinematográfico brasileiro;	Capital Social entendido como uma relação cinematográfica entre produtores brasileiros e produtores franceses	Dicotômico sim (1) ou não (0)

Fonte: dados da pesquisa

Conforme abordado por Chein (2019), o modelo de regressão linear simples serve para medir a relação entre uma variável dependente (y) e uma variável independente (x), com o intuito de averiguar que a segunda poderia explicar a ocorrência da primeira. Para Chein (2019, p.11), a “equação é descrita como $y=a+bx$. O ponto central é encontrar valores para a e b”. Portanto, a hipótese 1 será comprovada se o resultado dessa equação for maior que zero, já que a hipótese 1 possui somente uma variável explicativa/independente, nesse caso o orçamento das produções internacionais, para tentar explicar o comportamento da variável dependente, o desempenho de filmes no mercado cinematográfico brasileiro.

Para o teste das quatro hipóteses desta pesquisa, foi utilizado o modelo de regressão múltipla, uma vez que cada uma delas possui duas variáveis independentes/explicativas. A variável moderadora é aquela que influencia de alguma forma a relação que existe entre a variável dependente e a variável independente (Hair Jr., et al., 2005). Na hipótese 2, o capital social é a variável moderadora, na hipótese 3 é o capital simbólico e na hipótese 4 quem assume esse papel é o capital cultural (Hair Jr., et al., 2005, p. 152) define que:

O efeito moderador é representado em regressão múltipla por um termo muito semelhante aos polinômios descritos anteriormente para representar efeitos não-lineares. O termo moderador é uma variável composta formada pela multiplicação de X1 pelo moderador X2, o qual entra na equação de regressão. (...). A relação moderada é representada como

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_1X_2$$

Onde

b0 = intercepto

b1X1 = efeito linear de X1

b2X2 = efeito linear de X2

b3X1X2 = efeito moderador de X2 sobre X1.

Por causa da multicolinearidade entre as variáveis antigas e as novas, uma abordagem semelhante para testar a significância de efeitos polinomiais é empregada. Para determinar se o efeito moderador é significativo, o pesquisador primeiro estima a equação original (não-moderada) e então estima a relação moderada. Se a variação em R^2 é estatisticamente significativa, então um efeito moderador significativo se faz presente. Logo, apenas o efeito incremental é avaliado, não as variáveis individuais. (Hair Jr., et al., 2005, p. 152)

Portanto, considerando o exposto acima, a presente pesquisa seguiu o passo a passo para estimar o efeito moderador, uma vez que primeiramente foi realizado o teste da equação que estimou a relação entre Investimento em Cinema e Desempenho nas Bilheterias. Ou seja, primeiro foi realizado um cálculo sem a presença de nenhum efeito moderador, para, somente a partir disso, utilizar a fórmula proposta por Hair Jr. et al. (2005) para realização dos testes das hipóteses 2, 3 e 4, para as quais foram estimados os efeitos moderadores do capital social, cultural e simbólico, na relação entre as variáveis dependente e independente.

Para testar a hipótese 2, ou seja, para verificar se o fato de ser uma coprodução cinematográfica com a França moderou a relação entre investimento público e geração de capital econômico, foi realizado, primeiramente, o cálculo da regressão linear múltipla. Nesse processo, os investimentos públicos e bilheterias das coproduções Brasil-França foram comparados com os investimentos públicos e bilheterias com as demais coproduções internacionais realizadas por empresas brasileiras. Num segundo momento, o estudo abarcou a análise de regressão linear com interação, tomando o número de coproduções internacionais como indicador na relação entre investimento público e desempenho financeiro.

4. RESULTADOS

4.1 RELAÇÃO ENTRE INVESTIMENTO PÚBLICO E GERAÇÃO DE CAPITAL ECONÔMICO DAS COPRODUÇÕES CINEMATOGRAFICAS BRASIL-FRANÇA

Para compreender a influência do investimento público na geração de capital econômico nas coproduções cinematográficas brasileiras, realizou-se inicialmente uma regressão linear simples, tendo como variável independente o valor do investimento público recebido pelos projetos audiovisuais e, como variável dependente, a renda gerada por essas obras no mercado.

Tabela 1: Coeficientes da relação entre investimento público e renda

Termo	B (não padronizado)	Erro Padrão	t	p (Sig.)	Beta (padronizado)
(Constante)	-84.085,619	120.225,783	-0,699	0,485	—
Investimento	0,280	0,050	5,575	0,000	0,379

Fonte: Dados da pesquisa.

Os resultados indicam que o investimento público exerce um impacto positivo e estatisticamente significativo sobre a renda das produções audiovisuais. O coeficiente padronizado ($\beta = 0,379$) revela um efeito de magnitude moderada, evidenciando que, à medida que aumentam os recursos públicos destinados a uma produção, há também um incremento proporcional na receita obtida por ela. A significância estatística do modelo é robusta ($p < 0,001$), reforçando a confiabilidade do achado.

No entanto, o coeficiente de determinação ($R^2 = 0,144$) indica que o modelo explica apenas 14,4% da variância na renda das produções, o que sugere que a relação entre investimento e retorno econômico, embora existente, é apenas parcialmente explicada por variáveis financeiras. Isso implica que outros fatores não financeiros — possivelmente simbólicos, sociais ou culturais — também desempenham um papel importante na performance econômica dos filmes brasileiros, especialmente aqueles coproduzidos internacionalmente.

Esses achados estão em consonância com os pressupostos teóricos de Bourdieu (2015), segundo os quais o capital econômico, embora necessário, não é suficiente para assegurar o êxito em campos culturais como o cinema. Nesse campo, a conversibilidade entre diferentes formas de capital — como o simbólico (prêmios, prestígio), o social (redes de relacionamento e parcerias) e o cultural (formação, repertório estético e técnico) — se torna relevante para a acumulação de capital econômico.

Do ponto de vista prático, os resultados reforçam a importância das políticas públicas de fomento ao setor audiovisual, uma vez que o investimento

estatal não apenas viabiliza financeiramente as produções, como também contribui diretamente para seu desempenho comercial. Contudo, a baixa explicação da variância pela variável investimento evidencia que tais políticas devem ser acompanhadas de estratégias que ampliem o capital social, simbólico e cultural das obras apoiadas — como estímulos à participação em festivais, premiações e intercâmbios profissionais internacionais.

4.2 EFEITO MODERADOR DA COPRODUÇÃO COM A FRANÇA NA RELAÇÃO ENTRE INVESTIMENTO PÚBLICO E GERAÇÃO DE CAPITAL ECONÔMICO

A presente análise buscou examinar se a coprodução internacional com a França, considerada uma das principais parceiras institucionais do Brasil no setor audiovisual, exerce um efeito moderador na relação entre o investimento público e a renda gerada pelas produções brasileiras. A hipótese se fundamenta na perspectiva de que alianças internacionais estruturadas podem funcionar como formas de capital social (Bourdieu, 2015b), capazes de potencializar o desempenho comercial das obras, ampliando seu acesso a mercados e circuitos de distribuição internacionais.

Tabela 2: Coeficientes do modelo moderado pela coprodução com França

Variável	B (não padronizado)	Erro Padrão	t	p (Sig.)	Intervalo de Confiança (95%)
(Constante)	-884.450,90	380.685,66	-2,323	0,021	[-1.635.548,20; -133.353,56]
Investimento	0,5488	0,1512	3,629	0,0004	[0,2504; 0,8471]
Coprodução com a França	660.463,48	301.243,23	2,192	0,0296	[66.107; 1.254.820]
Interação (Invest. × Coprod.)	-0,2104	0,1084	-1,941	0,0538	[-0,4243; 0,0035]

Fonte: Elaborado pelos autores (2025)

A interação entre investimento público e coprodução apresentou um coeficiente negativo (-0,2104) com significância limítrofe ($p = 0,0538$), sugerindo que a coprodução com a França reduz o efeito positivo do investimento público sobre a renda gerada pelas obras audiovisuais.

O modelo apresentou um coeficiente de determinação de $R^2 = 0,167$, o que representa um ganho modesto em relação ao modelo simples ($R^2 = 0,144$), sinalizando que a adição da variável moderadora e do termo de interação melhora a explicação da variabilidade da renda gerada.

A significância estatística da coprodução com a França ($p = 0,0296$) indica que, independentemente do nível de investimento, as produções que contam com essa parceria tendem a obter renda significativamente superior à renda das que não contam. No entanto, o coeficiente da interação é negativo e marginalmente significativo ($p = 0,0538$), sugerindo que, quando há coprodução com a França, o efeito direto do investimento público sobre a renda tende a ser enfraquecido.

A análise dos efeitos condicionais revela que o impacto do investimento sobre a renda difere conforme a presença da coprodução com a França:

Tabela 3: Análise dos efeitos condicionais da coprodução com França

Coprodução com a França	Beta padronizado	Erro padrão	t	P (Sig.)	Intervalo de Confiança (95%)
Não	0,3383	0,0609	5,559	<0,001	[0,2183; 0,4584]
Sim	0,1279	0,0897	1,426	0,1557	[-0,0491; 0,3049]

Fonte: Dados da pesquisa

Quando não há coprodução com a França, o investimento público tem um efeito significativo e moderado na geração de renda ($\beta = 0,3383$, $p < 0,001$). Porém, quando há coprodução com a França, esse efeito se torna fraco e não significativo ($\beta = 0,1279$, $p = 0,1557$), sugerindo que a presença da coprodução altera a dinâmica entre financiamento estatal e retorno econômico direto.

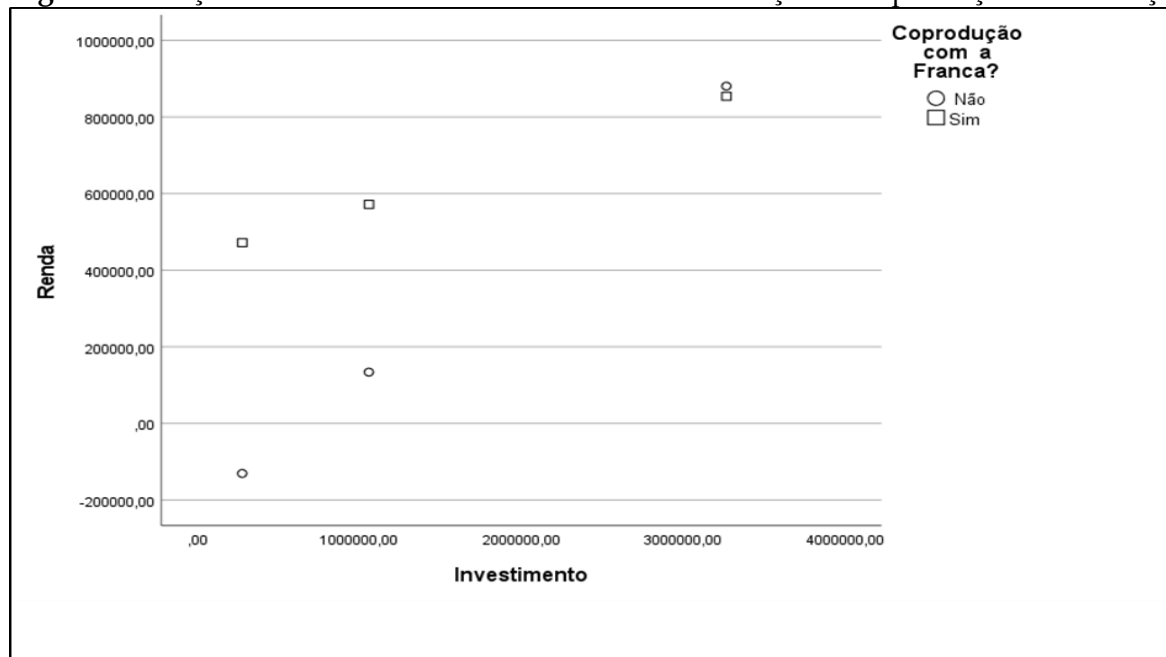
Esses resultados revelam uma importante nuance na lógica de conversão de capitais proposta por Bourdieu (1996). A parceria com a França, embora positivamente associada à renda total, parece redirecionar a forma de conversão do capital econômico. Isso ocorre porque a coprodução com a França opera não apenas como estratégia financeira, mas principalmente como um mecanismo de acumulação de capital simbólico e social.

Assim, embora a coprodução com a França aumente a renda média das obras (efeito direto significativo), ela tende a desacoplar a dependência direta do investimento público em relação ao retorno econômico. Em outras palavras: nas coproduções com a França, o sucesso comercial pode ser mais influenciado por fatores como reconhecimento artístico e alcance internacional do que pelo volume de recursos públicos investidos.

O gráfico de dispersão com a variável moderadora (círculos para obras sem coprodução e quadrados para obras com coprodução) reforça visualmente essa diferença de inclinação nas relações entre investimento e renda. As obras

coproduzidas com a França tendem a alcançar níveis elevados de renda mesmo com investimentos mais variados, sugerindo a atuação de outros mecanismos — possivelmente capitais simbólicos e sociais — que não estão diretamente expressos no investimento financeiro.

Figura 1. Relação entre investimento e renda sob a moderação da coprodução com França



Fonte: Dados da pesquisa.

À luz da teoria dos capitais de Pierre Bourdieu (2015a), esse resultado revela uma importante nuance: a coprodução internacional com a França — embora tenha valor estratégico e simbólico — não intensifica a relação direta entre investimento público e desempenho econômico. Pelo contrário, sua presença parece redirecionar a conversibilidade do capital econômico para outras formas de capital, como o simbólico (prestígio em festivais, premiações).

Do ponto de vista das políticas públicas, os resultados indicam que coproduções internacionais são estratégias eficazes de valorização das obras, mas que exigem um tipo de apoio diferenciado. O retorno econômico não depende tanto do valor investido, mas sim da qualidade das parcerias e da capacidade de circular em espaços consagradores. Portanto, políticas que incentivem a formação de redes internacionais, a participação em festivais e a formação de agentes de internacionalização podem ser mais eficazes do que o aumento dos aportes financeiros.

4.3 EFEITO MODERADOR DO NÚMERO DE COPRODUÇÕES INTERNACIONAIS NA RELAÇÃO ENTRE INVESTIMENTO PÚBLICO E GERAÇÃO DE CAPITAL ECONÔMICO

Com o objetivo de explorar a hipótese de que o número de coproduções internacionais (capital social) pode alterar a força da relação entre o investimento público e o desempenho financeiro das obras audiovisuais brasileiras, foi conduzida uma análise de moderação por meio de regressão linear com interação.

O modelo incluiu como preditores o investimento público (variável independente), o número de coproduções internacionais (variável moderadora, categorizada como 1 ou 2 ou mais coproduções) e o termo de interação entre ambas.

O modelo apresentou um coeficiente de determinação $R^2 = 0,1452$, indicando que os preditores explicam cerca de 14,52% da variância da renda obtida pelas produções analisadas — praticamente o mesmo valor observado no modelo simples, sem moderação.

Tabela 4: Coeficientes do modelo moderado pelo número de coproduções internacionais

Variável	B (não padronizado)	Erro Padrão	t	p (Sig.)	Intervalo de Confiança 95%
(Constante)	777.665,00	1.086.459,27	0,716	0,4790	[-1.430.285,9 ; 2.985.615,88]
Investimento	0,3681	0,4582	0,803	0,4273	[-0,563 ; 1,2992]
Número de coproduções	-172.524,32	437.607,98	-0,394	0,6959	[-1.061.850,7 ; 716.802,1]
Interação (Invest. × Nº Coprod.)	-0,1758	0,2475	-0,710	0,4823	[-0,6788 ; 0,3271]

Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

Nenhum dos coeficientes alcançou significância estatística ($p > 0,05$), indicando que, nessa amostra, nem o número de coproduções internacionais nem sua interação com o investimento público afetam significativamente a renda das obras audiovisuais.

Embora o modelo tenha se mantido estatisticamente não significativo, sua formulação dialoga diretamente com o conceito bourdieusiano de capital social. Em tese, a ampliação das coproduções internacionais poderia representar o fortalecimento das redes de relacionamento (capital social),

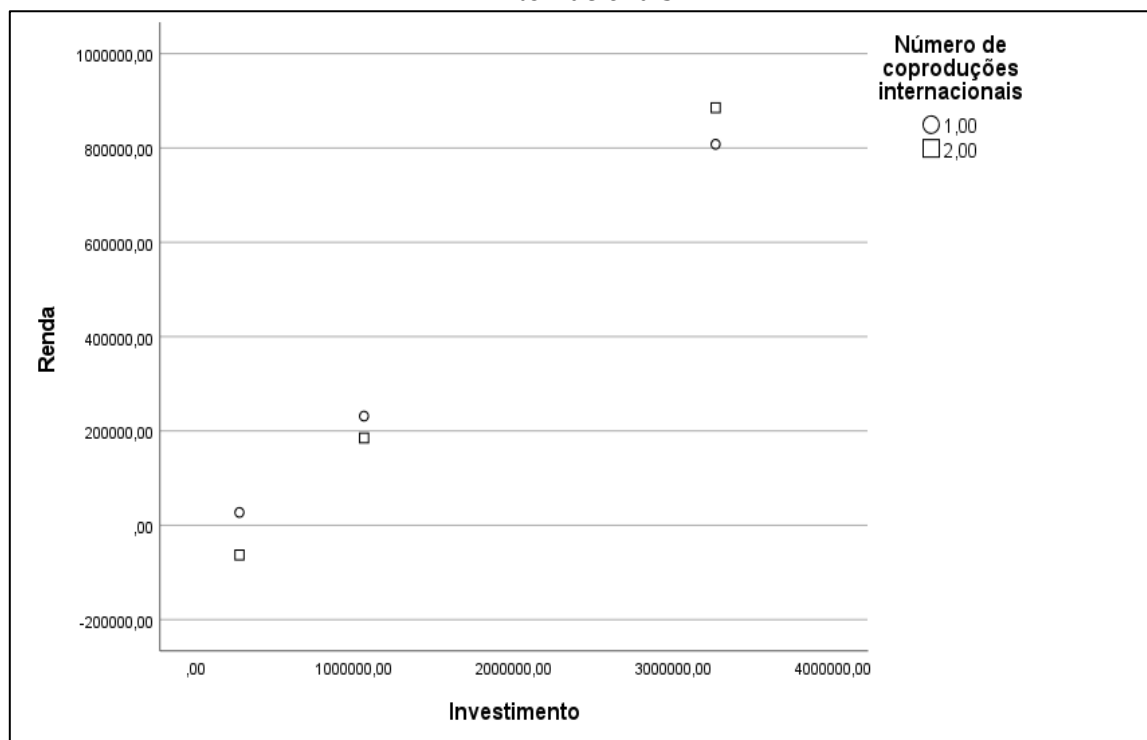
gerando efeitos indiretos sobre a performance econômica das obras — via visibilidade, acesso a novos mercados ou prestígio institucional.

Contudo, os resultados empíricos não sustentaram essa hipótese neste caso. A ausência de significância da variável moderadora e do termo de interação sugere que apenas o número de coproduções não é suficiente para alterar a dinâmica entre investimento público e geração de renda. De outra forma, participar de mais de uma coprodução internacional não garante um retorno financeiro maior — nem modula a eficácia do investimento público nesse retorno.

Esse achado reforça a perspectiva de que a qualidade e o contexto das coproduções são mais importantes do que sua quantidade bruta. Fatores como o país parceiro, o reconhecimento simbólico da obra, o circuito de festivais e a capacidade de distribuição internacional podem ser determinantes e mais relevantes para a conversão de capital econômico no setor audiovisual.

O gráfico de dispersão que representa a moderação evidencia linhas de tendência praticamente paralelas entre os grupos com uma e duas coproduções. Isso reforça visualmente a ausência de um efeito moderador claro — não há mudança expressiva na inclinação entre os grupos, o que corrobora os achados estatísticos.

Figura 2. Relação entre investimento e renda sob a moderação do número de coproduções internacionais



Fonte: Dados da pesquisa.

As produções com duas coproduções não se destacam sistematicamente em termos de renda quando comparadas àquelas com apenas uma coprodução, sugerindo que a quantidade de parcerias não é um fator determinante na conversão do investimento público em retorno econômico direto.

De acordo com a teoria dos campos de Pierre Bourdieu (1996; 2015), a eficácia do capital social — como redes de coprodução — depende do volume, mas também da qualidade e da estrutura relacional do campo em que os agentes estão inseridos. A mera repetição de parcerias internacionais não garante, por si só, uma posição de destaque ou influência simbólica no campo cinematográfico. O que realmente importa é a legitimidade dos parceiros, a reputação simbólica dos circuitos associados e a capacidade de conversão do capital social acumulado em outras formas de capital (econômico ou simbólico).

Dessa forma, os resultados sugerem que o número de coproduções internacionais, tomado como indicador quantitativo de capital social, não reflete necessariamente uma vantagem estratégica. A ausência de moderação significativa mostra que é preciso ir além da contagem de parcerias e considerar fatores qualitativos, como com quem se coproduz (país, distribuidor, produtor), quais festivais ou canais são acessados por meio da coprodução e quais circuitos simbólicos são ativados.

Essa leitura aponta para a limitação da variável utilizada (número bruto de coproduções) em capturar as nuances do capital social relevante no campo cinematográfico.

Do ponto de vista das políticas públicas, os dados sugerem que estímulos genéricos à coprodução internacional não são suficientes. É necessário focar em coproduções qualificadas, que envolvam parceiros estratégicos com acesso a circuitos de consagração simbólica e capacidade de difusão internacional. Além disso, pode-se concluir que os instrumentos de financiamento devem incorporar critérios qualitativos de internacionalização, como histórico dos parceiros, potencial de circulação internacional e acesso a festivais e premiações.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pierre Bourdieu desenvolveu a Teoria dos Capitais entre as décadas de 1970 e 1990. Os conceitos de “capital” desenvolvidos pelo autor são os seguintes: capital econômico, capital cultural, capital simbólico e capital social. O capital econômico refere-se aos recursos financeiros e monetários que um agente possui ou consegue obter. Para fins deste estudo, considerou-se como capital econômico a relação entre os investimentos públicos em coprodução cinematográfica internacional e a geração de capital econômico obtido nas bilheterias, de filmes realizados por meio de coprodução com outros países, com foco de análise em coproduções Brasil-França. Tal relação, investimento público e geração de capital econômico, foi tomada como parâmetro para a articulação do Capital Social no impacto das bilheterias.

Partindo do pressuposto de que ainda são consideravelmente escassos os estudos sobre a relação cinematográfica entre produtores brasileiros e franceses, bem como de estudos que analisem os impactos dos capitais de Bourdieu nos desempenhos de produções cinematográficas, esta pesquisa visou sanar essa lacuna. Para tanto, O presente artigo teve o objetivo de avaliar a influência dos capitais de Pierre Bourdieu na relação entre investimento público em cinema e geração de renda no mercado cinematográfico brasileiro, analisando o quanto foi investido de recursos públicos em coproduções internacionais e, especificamente, na coprodução Brasil-França, de filmes lançados entre 2005 e 2022.

A presente pesquisa, apresentou os resultados a partir dos testes das hipóteses definidas, por meio da utilização teórico-metodológica, da Regressão Linear Simples e Regressão Linear Múltipla. Os resultados do teste da H1 (o investimento público na coprodução internacional de filmes contribui para um melhor resultado desses filmes no circuito de exibição de salas de cinema brasileiras), por meio da Regressão Linear Simples, indicam que o investimento público exerce um impacto positivo e estatisticamente significativo sobre a renda das produções audiovisuais. O coeficiente padronizado ($\beta = 0,379$) revela um efeito de magnitude moderada, evidenciando que, à medida que aumentam os recursos públicos destinados a uma produção, há também um incremento proporcional na receita obtida por ela. A significância estatística do modelo é robusta ($p < 0,001$), reforçando a confiabilidade do achado.

Os resultados do teste da H2 (no contexto das coproduções Brasil-França, o capital social modera a relação entre investimento público e desempenho no mercado de cinema brasileiro) apontam que a interação entre investimento público e coprodução apresentou um coeficiente negativo (-0,2104) com significância limítrofe ($p = 0,0538$), sugerindo que a coprodução com a França reduz o efeito positivo do investimento público sobre a renda gerada pelas obras audiovisuais. Entretanto, embora a coprodução com a França aumente a renda média das obras (efeito direto significativo), ela tende a desacoplar a dependência direta do investimento público em relação ao retorno econômico. Ou seja, nas coproduções com a França, o sucesso comercial pode ser mais influenciado por fatores como reconhecimento artístico e alcance internacional do que pelo volume de recursos públicos investidos. Nesse sentido, este achado demonstra a relevância da coprodução Brasil-França para o resultado de público, o que reforça o impacto do capital social, cultural e simbólico na geração de capital econômico, independentemente se tenha ou não investimento público para a sua produção. Portanto, do ponto de vista das políticas públicas, os resultados indicam que coproduções internacionais são estratégias eficazes de valorização das obras, mas que exigem um tipo de apoio diferenciado. O retorno econômico não depende tanto do valor investido, mas sim da qualidade das parcerias e da capacidade de circular em espaços consagradores.

Apesar da ampliação de acesso a novas tecnologias, cujos custos vêm se tornando mais acessíveis às produções nacionais, o cinema ainda é uma arte considerada dispendiosa e, por isso mesmo, arriscada – quando a variável do mercado entra em cena. Portanto, o resultado desta pesquisa evidencia que, para a realização de produções cinematográficas, que por sua vez resultarão em maior público e renda, faz-se necessário aumentar os valores distribuídos pelos programas de incentivos públicos à coprodução internacional de cinema, dentre elas, Brasil-França.

Com a adequação dos incentivos públicos aos custos reais da coprodução e distribuição cinematográfica internacional, o cinema brasileiro pode, então, adequar o capital econômico aos níveis dos capitais simbólico, cultural e social, alcançando plena maturidade em uma arte contemporânea que excede o campo propriamente estético para reverberar na imagem internacional do país e participar das estratégias de seu *soft power* mundial.

REFERÊNCIAS

ADAMCZAK, Marcin; SALOMON, Sławomir. Jak działać, gdy „nobody knows anything”? Prawidłowości pośród wyników frekwencyjnych filmów w dystrybucji kinowej. **Images**, v. 32, n. 41, p. 257–276, 2022. DOI: 10.14746/i.2022.41.15. Online. Acessado em 15 mai. 2026. Disponível em: <https://pressto.amu.edu.pl/index.php/i/article/view/36854>.

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA. Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual. **Listagem dos Filmes Lançados em Salas de Exibição com Valores Captados através de Mecanismos de Incentivo 1995 a 2022**. Disponível em: <https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/recursos-publicos/arquivos.xlsx/listagem-filmes-brasileiros-lancados-com-valores-captados-1995-a-2022-serie-historica.xlsx>. Acesso em: 07.02.2024.

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA. Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual. **Listagem de Coproduções Internacionais 2005 a 2024**. Disponível em: <https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/cinema/arquivos/listagem-de-coproducoes-internacionais-2005-a-2024.xlsx>. Acesso em: 28.10.2025.

FIGUEIRÓ, B. **As dinâmicas do mercado das coproduções cinematográficas entre Brasil e França**. Dissertação (Mestrado). UFSCAR: São Carlos, 2017. Disponível em: <https://repositorio.ufscar.br/bitstream/handle/ufscar/9082/DissBBF.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

BOURDIEU, P. O mercado de bens simbólicos. In: MICELI, S. (Org.). **A economia das trocas simbólicas**, 7ª ed. São Paulo: Perspectiva, 2011.

BOURDIEU, P. **Escritos de educação**, 16ª ed. Petrópolis: Vozes, 2015.

BOURDIEU, P. **Sociologia geral, vol. 2: habitus e campo: Curso no Collège de France (1982-1982)**. (F. Ribeiro, Trad.). Petrópolis: Vozes. 2021.

BOURDIEU, P. **Sociologia geral, vol. 3: as formas do capital: Curso no College de France (1983-1984)**. (F. Ribeiro, Trad.). Petrópolis: Vozes. 2023.

BOURDIEU, P. **Escritos de educação**, 16ª ed. Petrópolis: Vozes, 2015.

CHEIN, F. (2019). **Introdução aos modelos de regressão linear: um passo inicial para compreensão da econometria como uma ferramenta de avaliação de políticas públicas**. Brasília: Enap, 2019. Disponível em: <http://repositorio.enap.gov.br/handle/1/4788>.

HADIDA, A. L. Motion picture performance: A review and research agenda. **International Journal of Management Reviews**, 11(3), 297–335, 2009. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2008.00240.x>

HADIDA, A. L. Commercial success and artistic recognition of motion picture projects. **Journal of Cultural Economics**, v. 34, p. 45–80, 2010. Online. Acessado em 15 mai. 2026. Disponível em: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10824-009-9109-z#citeas>

HAIR JR, J. F. *et al.* **Análise Multivariada de Dados**. 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

IMDB. **Pesquisar** **IMDb**. Disponível em: https://www.imdb.com/pt/find/?q=&ref=hm_nv_srb_sm Acesso em: 28.10.2025.

KHITROV, A. Organisational Expertise in Hollywood: How the Government, Social Movements, and Think Tanks Consult TV and Film Makers. **International Journal of Politics, Culture and Society**, 37(3), 397–431, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s10767-024-09472-7>

MCKENZIE, J. THE ECONOMICS OF MOVIES: A LITERATURE SURVEY. **Journal of Economic Surveys**, 26 (1), 42–70, 2012. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1467-6419.2010.00626.x>

MCKENZIE, J. The economics of movies (revisited): A survey of recent literature. **Journal of Economic Surveys**, 37, 480–525, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/joes.12498>

MCKENZIE, J.; ROSSITER, C.; SHIN, S. Y. For love or money? Assessing outcomes from direct public investment in film. **International Journal of Cultural Policy**, v. 26, n. 4, p. 459–475, 2018. Online. Acessado em 15 mai. 2026. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/10286632.2018.1554652>

SANTOS, I. A. N. D. Jr.; GOMES, C. A. S. Cinema Brasileiro: Um Estudo Comparativo entre a Captação de Recursos Mediante Mecanismos de Incentivo Público versus a Arrecadação nas Bilheterias Nacionais. **ANPAD/SPELL – Sociedade, Contabilidade e Gestão**, 9(3), 24-41, 2014. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/35220/cinema-brasileiro--um-estudo-comparativo-entre-a-captacao-de-recursos-mediante-mecanismos-de-incentivo-publico-versus-a-arrecadacao-nas-bilheterias-nacionais>

SCHNEIDER, L. G. **As transformações do campo cinematográfico no Brasil e suas implicações sobre a entrada do filme nacional no mercado europeu**. 2013. 165 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Online. Acessado em 15 mai. 2026. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10183/78036>.

WALLS, W. D. Modelling heavy tails and skewness in film returns. **Applied Financial Economics**, 15(17), 1181–1188, 2005. Disponível em: <https://doi.org.ez71.periodicos.capes.gov.br/10.1080/0960310050391040>

WALLS, W. D. Screen wars, star wars, and sequels. **Empirical Economics**, v. 37, 447–461, 2009. Online. Acessado em 15 mai. 2026. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s00181-008-0240-z>