

# A EXIBIÇÃO DE CINEMA NA COREIA DO SUL

Gabriela Andrietta<sup>1</sup>

---

## RESUMO

Este trabalho busca demonstrar como o governo sul-coreano fortaleceu o seu cinema em um período de abertura econômica na década de 1990. Para reverter os efeitos negativos do neoliberalismo no cinema, o governo sul-coreano garantiu os recursos necessários para a adequação ao alto custo da implementação do cinema multiplex por meio de *joint ventures* que aliaram o capital doméstico ao capital estrangeiro. Para regular o mercado e garantir a exibição dos filmes sul-coreanos, o governo contou com uma política agressiva de cota de tela, que, além de garantir a exibição de filmes nacionais, garantiu que filmes independentes encontrassem espaço no mercado de exibição. Apesar de o investimento inicial ter sido na produção, essas empresas fizeram alianças estratégicas com o capital transnacional e passaram a investir também no mercado de exibição coreano, que é hoje um dos mais rentáveis do mundo em termo de arrecadação de bilheteria. Para enfrentar a crise econômica causada pela pandemia, o governo sul-coreano isentou os cinemas até novembro do pagamento da contribuição que incide sobre a bilheteria e financiou a desinfecção das salas. Mas essas medidas não têm sido suficientes para o reestabelecimento do setor.

**Palavras-chave:** Indústria Cultural. Políticas Culturais. Exibição Cinematográfica.

## ABSTRACT

This paper aims to show how the Government of South Korea improved their cinema in a period of neoliberalism by providing needed resources for implementing the multiplex system through joint ventures that attached domestic and foreign capital. The screen quotes also regulated the market and guaranteed the exhibition of national and independent films. Although the investments were initially directed to film production, this companies also invested in the exhibition sector, that became one of the most profitable in the world in terms of box office.

**Keywords:** Cultural Industry. Cultural Policies. Film Exhibition.

---

<sup>1</sup> Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Artes da Unesp. Mestre no programa de pós-graduação em Estudos Culturais da EACH - USP. E-mail: gabiandrietta@gmail.com.

## Introdução

O mercado de exibição de cinema da Coreia do Sul apresenta altos índices de frequência per capita e os filmes nacionais ocupam grande parte da programação da exibição. O governo sul-coreano agiu proativamente em relação às políticas culturais e direcionou capital dos *chaebols* (grandes conglomerados de empresas administrados por famílias tradicionais) para investimentos em filmes para competir com Hollywood.

No entanto, a indústria coreana, após quase colapsar ao adotar políticas neoliberais em 1980, viu o seu cinema se recuperar apenas após 1993, quando o novo governo passou a adotar políticas para a cultura. Em 1995, o governo estabeleceu a Lei Cinematográfica Coreana, que encorajou o investimento de capital doméstico. No início dos anos 1990, os índices de frequência per capita e o mercado de filmes nacionais e de exportação eram bem baixos. Formuladores de políticas públicas coreanos aplicaram à globalização a lógica de cultura e mídia, não apenas abrindo os mercados, mas também incluindo o mercado cinematográfico ao mercado de mídia global. Apesar de o investimento inicial ter sido na produção, essas empresas passaram a investir também no mercado de exibição coreano, principalmente nos complexos multiplex. O modelo multiplex atualmente domina o mercado de exibição coreano.

Outro fator importante é o modo como o leste da Ásia atua como mercado regional, com traços culturais comuns entre as nações asiáticas suficientes para que os filmes sejam aceitos transnacionalmente, o que acentua a similaridade entre as comunidades da região e cria um mercado de nicho (ROSS, 2007). Para a Coreia do Sul, o desafio é manter um equilíbrio entre a identidade cultural e a eficiência na indústria cinematográfica para que haja tanto a diversidade como lucros comerciais.

## Os efeitos das políticas neoliberais para o cinema sul-coreano

O cinema sul-coreano, assim como o brasileiro, foi duramente atingido pela globalização. Tendo sofrido um impacto muito negativo da abertura comercial dos anos 1980, foi apenas em meados dos anos 1990 que o governo passou a adotar medidas para inserir o cinema sul coreano no cenário global. Em um primeiro período, o capital foi direcionado principalmente para a produção. No entanto, quando o retorno de investimento passou a diminuir, as empresas nacionais e transnacionais passaram a realizar *joint ventures* para investir no setor de exibição com a implementação de complexos multiplex. Com a expansão do mercado de exibição, as cotas de tela foram fundamentais para garantir o equilíbrio do mercado e mais diversidade na programação dos cinemas.

A indústria cinematográfica sul-coreana praticamente colapsou quando o governo adotou políticas econômicas e culturais neoliberais em 1980. A sexta e a quinta revisão da Lei Cinematográfica Coreana nos anos 1980 serviram como uma virada na indústria do setor, que foi direcionada para o livre mercado. A importação foi liberalizada e os filmes estrangeiros passaram a ser distribuídos diretamente (KIM, C. H.-K., 2000). A mudança, no entanto, não foi resultado de um esforço estatal para nutrir o cinema coreano, mas fruto de um esforço americano para entrar no mercado coreano. As duas rodadas de negociação entre a Coreia do Sul e os Estados Unidos (em 1985 e em 1988) forneceram os fundamentos para que os distribuidores de Hollywood operassem livremente na Coreia. Os termos incluíam: 1) Permissão para estabelecer um escritório local para empresas americanas na Coreia; 2) A diminuição de cotas de telas (apesar de, no final, isso não ter sido aceito) e um teto de preço para filmes importados; 3) Discussões sobre tarifas para o cinema americano; 4) A revogação do sistema que requeria que as empresas tivessem o endosso antes de exportarem ou importarem filmes e a revogação, em janeiro de 1989, do sistema que censurava filmes estrangeiros; e 5) Uma abolição em etapas da restrição do número de cópias de filmes importados, aumentando para doze em 1989 até a anulação total em 1994. Além disso, cinco grandes distribuidores diretos, incluindo UIP (United International Pictures, 1988), 20th Century Fox (1988), Warner Bros (1989), Columbia Tristar (1990) e Buena Vista (1989) estabeleceram seus escritórios regionais na Coreia. Em 1988, o filme de Adrian Lyne *Atração fatal* foi exibido em oito cinemas contra uma forte resistência da classe cinematográfica. E o grande sucesso *Ghost*, de Jerry Zucker (distribuído pelo UIP), marcou o estabelecimento da presença de distribuidores diretos americanos em 1990.

A queda do regime militar que controlava a Coreia do Sul e o processo de redemocratização entre as décadas de 1980 e 1990 determinaram então a flexibilização das leis que limitavam a entrada de conteúdos estrangeiros de informação (SOUZA, 2015). O governo, tomado por tendências gerais de livre mercado, trilhou um caminho para a liberalização da importação de filmes e, conforme mencionado, passou a permitir em 1986, a distribuição direta por empresas estrangeiras. Os efeitos da liberalização da importação de filmes estrangeiros e da distribuição direta foram enormes. A participação do mercado coreano na bilheteria chegou a 30% nos anos 1980, mas despencou para 15,9% em 1993. O número de filmes produzidos também diminuiu de cerca de 100 a 120 nos anos 1980 para 63 em 1993 e 43 em 1998. Por outro lado, o número de filmes importados aumentou de 25 em 1984 para 264 em 1989, e de 347 em 1993 para 405 em 1996, mesmo com o sistema de cotas (JIM, 2006; KIM, C. H.-K., 2000).

O sistema de distribuição de filmes estabelecido entre 1960 e 1990 evidencia como o cinema sul coreano era regional e pouco representativo. O país foi dividido em seis grandes áreas de distribuição direta, pois o transporte era pouco desenvolvido e o cinema não era integrado. Como os distribuidores regionais também eram proprietários de cinemas, eles compravam os direitos de exibição antes da conclusão do filme a fim de garantir conteúdo para os seus cinemas. Algumas pequenas empresas tinham controle sobre o mercado e a produção estava fundada em distribuidores regionais individuais (KIM, C. H.-K., 2000). Além disso, a produção de filmes ficava concentrada apenas no entorno de Chungmuro, uma rua central de Seul conhecida pela sua importância cultural, principalmente para a indústria cinematográfica, por ser uma área na qual há um grande número de produtoras de filmes e de salas de cinema.

Essa situação mudou após 1993, quando o novo governo começou a estabelecer políticas culturais específicas para o setor cinematográfico e encorajar o investimento de capital doméstico no cinema.

### **Políticas culturais na era da globalização**

A Coreia do Sul teve uma experiência peculiar de adaptação à globalização, pois o governo de Kim Young Sam (1993–1998) tomou medidas para abrir o mercado cinematográfico coreano e, ao mesmo tempo, inseri-lo no mercado de mídia global, dentro de um projeto de globalização do país que foi chamado de *seggyehwa* (globalização, em coreano). Essa política tornou-se um ponto de virada para a indústria cultural nacional, inserindo o capital doméstico no setor de entretenimento por meio dos grandes conglomerados conhecidos como *chaebols*.

Além do incentivo estatal, o mercado mostrou que o investimento na indústria cultural poderia ser vantajoso, e várias empresas de eletrônicos passaram a investir na indústria de conteúdo. Com a estruturação do setor cinematográfico, as empresas produtoras coreanas passaram a investir no setor e foram criados novos mecanismos de financiamento, como os fundos de investimento e sistemas de financiamento coletivo. Outro ator importante foi o investimento estrangeiro, que se aliou ao capital doméstico por meio de *joint ventures*. Quando a rentabilidade dos filmes começou a diminuir, o investimento foi direcionado para o setor de exibição.

O resultado positivo dessa política ficou conhecido como *Korean Wave*, uma referência à popularidade ou a globalização dos produtos culturais domésticos que chegaram aos países vizinhos, como Japão, China, Hong Kong, Singapura, Taiwan, Tailândia, Malásia, Mongólia, Vietnã e Indonésia.

O ressurgimento da indústria cinematográfica se deu em 1993, depois que o cinema sul-coreano havia atingido um *market share* de apenas 15,9%. Uma das medidas tomadas pelo governo naquele momento foi o desenvolvimento da tecnologia da informação e a ampliação da penetração da internet de alta velocidade. Outra medida tomada foi a liberalização da produção e a abertura do mercado, em 1995. Com isso, distribuidores domésticos como o Cinema Service, Ilshin Investment Capital e o grupo Samsung Entertainment organizaram redes de distribuição por todo o país. A Daewoo associou-se à distribuidora New Line Cinema e a Samsung, à distribuidora Carolco Pictures e à New Regency Productions. No entanto, era difícil importar sucessos comerciais como os distribuidores de Hollywood faziam. Além disso, como não estavam envolvidos com a gestão de cinemas, a possibilidade de aumentar a influência sobre a distribuição era limitada. Após 1999, as empresas Showbox e Lotte Cinema se aventuraram no cinema, planejando uma integração vertical que incluía também a gestão dos cinemas. A mudança para ampliar a distribuição forçou a escolha entre ser guiado pelos filmes de Hollywood ou desenvolver poder competitivo suficiente para sobreviver no mercado interno da mesma forma que fizeram os filmes americanos. De 1997 até 1999, as quatro empresas que lideravam o *market share* de distribuição eram: Ilshin Investment Company, Cinema Service, Samsung e Daewoo (KIM, H., 2001).

O governo instituiu a Lei Cinematográfica Coreana em 1995. A seção principal desse mecanismo incluiu diversos incentivos, como isenções fiscais para estúdios e incentivos aos recursos dos *chaebols*, um elemento fundamental para a revitalização da indústria cinematográfica (JIN, 2006).

Muitos conglomerados, como a Samsung e a Daewoo, já investiam na produção de filmes nos anos 1990 e financiavam de 20% a 30% da produção de vários filmes. Entretanto, desde 1995, a forma de investimento mudou e eles passaram a financiar praticamente os custos totais de produção e a deter seus próprios estúdios. Ao mesmo tempo, alguns conglomerados, como a Samsung, a Hyundai e a Daewoo passaram a ter canais de TV a cabo, e foi necessário produzir conteúdo para os seus canais. A Samsung lançou o Samsung Entertainment Group em 1995, como uma nova empresa que incorporou negócios do cinema, música e TV a cabo. Em 1998, a Hyundai também detinha várias indústrias culturais e de mídia, incluindo a HBS (um canal a cabo) e a Seul Production (uma produtora), baseada em uma empresa de eletrônicos doméstica.

Os filmes produzidos ou financiados por *chaebols* chegaram ao topo de bilheteria. O filme *Shiri* (1999), que custou cerca de 3 milhões de dólares, um dos maiores orçamentos sul-coreanos já realizados até então, é normalmente apresentado como o primeiro filme coreano do tipo *blockbuster*,

no que diz respeito ao orçamento e a escala de negócios, tendo alcançado quase 20 milhões de dólares em bilheteria em Seul em 1999. Esses sucessos de bilheteria alcançaram um status comparável ao de Hollywood em termos de efeitos especiais. Após o sucesso de *Shiri*, foram lançados muitos outros filmes com apelo de audiência de massa e alto custo de produção. *Yonggary* (1999), um filme feito para exportação, alcançou um público de 500 mil espectadores (JIN, 2006).

No entanto, Apesar das mudanças das políticas culturais coreanas terem trazido um investimento massivo na indústria cinematográfica nacional, esses filmes não necessariamente promoveram a identidade cultural coreana, já que o governo desenvolveu suas políticas por imperativos econômicos e não culturais, sem tomar outras medidas que garantissem o fortalecimento da identidade cultural. Embora o governo coreano tenha promovido o ressurgimento dos filmes nacionais com suas forças legais e financeiras, a questão da cultura nacional não foi um ponto de discussão nas políticas culturais. Assim, os filmes coreanos transformaram-se em um estilo *blockbuster*, tanto por seu conteúdo como pelo orçamento (ibidem).

Além do incentivo estatal para que os *cheaebols* investissem no cinema, a compra das americanas Columbia Pictures e CBS Records pela gigante japonesa Sony, que buscava tornar-se um produtor integrado de novos produtos eletrônicos, e a compra dos grandes conglomerados de Hollywood MCA/Universal pela também japonesa Matsushita (concorrente direta da Sony), proprietária das empresas Panasonic, JVC e Technics, em 1991, foram vistas como modelos para as empresas coreanas se aventurarem em novos empreendimentos. Formuladores de políticas públicas sul-coreanos recomendaram que as empresas de eletrônicos coreanas seguissem o exemplo japonês, pois o “software” cultural, como filmes e músicas, seria tão importante quanto os “hardwares” eletrônicos. Assim, grandes empresas de eletroeletrônicos como a Samsung, a LG e a Daewoo direcionaram seu olhar para o mercado de “software” para aumentar as suas vendas de “hardware”. Suas compras de direitos de vídeos expandiram os recursos para fora de Chungmuro, área que concentrava a maior parte da produção cultural coreana. Eles também acreditavam que era a hora da Coreia do Sul investir em estúdios de Hollywood, além de estúdios de gravação de discos e empresas de software de computadores.

Os conglomerados, no entanto, não foram os únicos atores na indústria cinematográfica. Nos últimos anos, empresas de *venture capital* têm se tornado grandes atores no setor. O número de empresas produtoras passou de 116, em 1998, para 918, em 2001, embora muitas delas não fossem muito ativas e apenas algumas gerassem lucros. Além disso, o Korean Cinema Service, maior distribuidor e produtor coreano, introduziu uma

nova forma de financiamento de fundo de investimento pelo Hana Bank. Esse fundo foi o primeiro envolvimento do setor bancário com o financiamento de filmes. As empresas de distribuição como Cinema Service, CJ Entertainment, Showbox e Lotte Cinema foram as grandes financiadoras desses fundos. O único investimento do governo, chamado Fundo de Investimento do Audiovisual, atua como um ator complementar, trabalhando com essas empresas de distribuição e investimento.

Outro fundo que teve um papel cada vez maior em alavancar recursos de investidores individuais foi o fundo *netizen*<sup>2</sup>, um sistema de financiamento que conta com o apoio direto de cidadãos interessados em cinema por meio da internet. Por meio desse fundo, a população pode investir em um filme e participar dos dividendos de retorno após o lançamento. Essa é uma forma de atrair cinéfilos que participam de discussões na internet e estão ativamente envolvidos em debates online sobre cinema ou são membros de fãs-clubes de atores e atrizes (JIN, 2006).

Além do investimento do capital doméstico no cinema, com as políticas culturais do governo Kim Young Sam, a Coreia do Sul presenciou um investimento estrangeiro maciço na sua indústria cinematográfica. As *majors* estrangeiras, principalmente as americanas, passaram a investir tanto na produção e distribuição da indústria de filmes coreanos como na exibição, formando alianças estratégicas com o capital doméstico.

A principal forma de associação entre essas empresas estrangeiras foram as *joint ventures*, por serem uma opção mais flexível do que as fusões e aquisições normais, que demoram anos para serem aprovadas e terem suas partes assimiladas. Muitas transnacionais formaram *joint ventures* com o capital doméstico, incluindo a Samsung, a Hyundai, a Daewoo e o Grupo CJ, em vários níveis para coprodução, distribuição e exibição. Uma das maiores *joint ventures* ocorreu entre a MCA, dona da destilaria canadense Seagram, com o Grupo CJ da Coreia do Sul, que levou às negociações em torno da DreamWorks SKG, em 1995 (ibidem).

Naquele período, o Grupo CJ chegou a um acordo para comprar 11% de ações da DreamWorks com um investimento de 300 milhões de dólares. O Grupo CJ pretendia que a DreamWorks SKG fosse um canal de distribuição externo para o cinema coreano. Em contrapartida, a DreamWorks obteve direitos de distribuição coreana limitados à produção de seus estúdios. A Samsung também estava muito interessada nessa *joint venture*. Em 1995, Kun Hee Lee, presidente do grupo Samsung encontrou-se com

---

2 O fundo *netizen* começou em 1999, quando uma produtora chamada *Bon* convidou os netizens (cidadãos da internet) a investirem em seu filme e conseguiu reunir os recursos em apenas quarenta dias. Cada investidor recebeu ao final um retorno de 200%. O segundo fundo, para o filme *Friend*, atraiu cem investidores em sessenta segundos.

Steven Spielberg, um dos fundadores da DreamWorks, para discutir o investimento de 900 milhões de dólares na DreamWorks<sup>3</sup>. Em vez disso, a Samsung obteve 7,4% de ações em um pequeno estúdio de Hollywood chamado New Regency Production, afiliado à News Corporation em 1997. Ao mesmo tempo, o Canal Plus francês fez uma *joint venture* com o grupo Hyundai para a produção de filmes. Em maio de 1996, a Diamond AD, uma subsidiária da Hyundai, que importava cerca de vinte a trinta filmes por ano, incluindo *blockbusters*, assinou um acordo de coprodução e distribuição com o Canal Plus francês (JIN, 2006).

Com o sucesso do cinema coreano, muitas empresas estrangeiras passaram a mirar o mercado de exibição coreano, pois a expansão do seu mercado colocou a Coreia como uma parte importante do mercado exibidor internacional. Isso aconteceu ao mesmo tempo em que muitos *chaebols* começaram a não conseguir lucros significativos e a desistir do mercado de produção. Com isso, conglomerados como a Samsung, a Hyundai, e a Daewoo recuaram da sua participação no mercado de produção de filmes e passaram a se concentrar no setor de exibição. O grupo Samsung abriu mão do Samsung Entertainment Group, mas estabeleceu a Samsung Venture Investment Co, um grupo menor que ainda investe no setor. Empresas como a LG, a Lotte e a CJ, que já atuavam em distribuição e exibição, mantiveram a sua participação no mercado de multiplex de cinema. Apesar de os *chaebols* terem se tornado mais seletivos em relação à produção, eles ainda são ativos nas indústrias de exibição e distribuição (ibidem).

### **Cinemas multiplex coreanos**

O setor de exibição sul-coreano cresceu graças à aliança entre o capital doméstico e o estrangeiro, à extinção do limite de cópias de filmes estrangeiros em 1994<sup>4</sup> e à formação de cadeias de cinemas multiplex a partir de 1998. O sucesso dos filmes nacionais também contribuiu para que empresas estrangeiras se interessassem pelo setor.

A primeira entrada dos *chaebols* no mercado de cinema se deu com a compra de direitos autorais e investimento na produção de filmes, mas, em um segundo momento, o investimento passou a ocorrer no final do ciclo de vida dos filmes. Os multiplex, definido pelo Conselho Cinematográfico da Coreia – Kofic, o órgão sul-coreano responsável pelo cinema, como um cinema com sete ou mais telas ou que pertença a uma grande cadeia de cinema, têm sido um dos principais fatores por trás do desenvolvimento da indústria coreana desde os anos 2000.

<sup>3</sup> Embora a DreamWorks tenha rejeitado a proposta da Samsung, que havia pedido 1/3 de sociedade em todos os direitos de distribuição no sudeste asiático.

<sup>4</sup> Até os anos 1990, apenas um título poderia ser exibido em apenas vinte telas por todo o país, o que causava longas filas nos cinemas. Hoje os padrões de estreia são aqueles do mercado global e um filme *blockbuster* é exibido simultaneamente em um terço dos cinemas do país.

O primeiro cinema multiplex, o CGV Gangbyeon, fruto de uma *joint venture* entre a coreana Cheiljedang, a Golden Harvest, de Hong Kong, e a Village Roadshow, da Austrália, foi inaugurado com onze telas em 1998, em um momento que o país enfrentava uma grave recessão e havia recorrido a um empréstimo do FMI no ano anterior. O movimento foi seguido pela Megabox, em 2000, uma *joint venture* entre a americana Loews Cineplex e a On Media, uma empresa de entretenimento, TV a cabo e satélite do grupo coreano Tongyang.

Com o investimento em empresas nacionais e estrangeiras, o mercado exibidor rapidamente aumentou e tornou-se transnacionalizado, o que fez da Coreia do Sul o quinto mercado exibidor em termos de público<sup>5</sup>. Essas empresas, principalmente a CJ Entertainment, uma empresa de alimentos processados que atualmente atua com a franquia multiplex CJ CGV, a Tongyang, uma empresa da indústria de cimento, e a Lotte, que atua em diversos ramos, fortaleceram o sistema de integração vertical que conecta investimento, distribuição e exibição. Essa verticalização pode, no entanto, criar benefícios para blocos verticalizados, inviabilizando a concorrência e o livre mercado. As três principais empresas de exibição na Coreia do Sul — CGV, Megabox e Lotte Cinema — controlavam cerca de 96,9% do *market share* coreano em 2018 (CHO, 2019).

O crescimento dos multiplex foi acompanhado do aumento da frequência das pessoas ao cinema. Essa expansão popularizou o cinema e expandiu a construção para diferentes regiões do país. No entanto, nesse sistema não há grande variedade de títulos, e filmes independentes são frequentemente ignorados.

O modelo multiplex dominou a indústria cinematográfica sul-coreana. Em 2018, 384 dos 483 cinemas sul coreanos eram multiplex e 98,3% da venda de ingressos teve origem nesses estabelecimentos. Apesar desse aumento ter sido acompanhado pelo aumento da frequência per capita (por 100 mil pessoas), a diversidade não acompanhou a modernização das salas, pois não trouxe uma diversidade de títulos. O filme *Os vingadores – Guerra infinita* ocupou mais de 40% das salas por 21 dias e em 19 dias alcançou mais de 10 milhões de espectadores. Já o filme sul-coreano *Along with the Gods: The Last 49 Days* alcançou mais de 10 milhões de espectadores em apenas 16 dias, sendo o maior sucesso de bilheteria de 2018, com 12 milhões de ingressos vendidos (ibidem). De maneira geral, essa expansão foi vantajosa para os filmes americanos e *blockbusters*, sendo negativa para cinemas, produtores e distribuidores locais.

---

5 Fonte: Instituto de Estatística da Unesco.

### Filmes de arte: da cinemateca para as salas de cinema de arte

A exibição do filme de arte *O sacrifício* (1986), de Andrei Tarkovsky, em 1995, vendeu mais de 30 mil ingressos em Seul e simbolizou a formação de uma nova cultura de cinema. Iniciou-se assim um movimento de pequena escala de cinematecas acompanhado pelo surgimento de revistas como a *Cine 21* e a *Quino* em um contexto de rápida expansão da indústria cinematográfica coreana. Até então os filmes de arte eram exibidos nos centros de cultura estrangeira, como o Centro Cultural Francês e o Instituto Goethe de Seul. Depois, passaram a ser exibidos em cinematecas, como a Cinemateca *Siant-sié*, e a Cinemateca de Seul. Para se ter uma ideia, o centro coreano de arte Baekdu-Daegan, a empresa que importou o filme *O sacrifício* alugou um cinema existente e tornou a exibição de filmes de arte um projeto de longo prazo. Posteriormente, esses filmes ganharam seus próprios espaços em cinemas de arte, como o Cinema de Arte de Seul.

O Kofic, uma organização pública formada em 1999 e resultante da reorganização da Corporação para Promoção Cinematográfica (KMPPC), por sua vez formada em 1973, também é responsável por promover a melhora do ambiente de exibição, mas essa iniciativa ainda abrange poucas salas de cinema. O Kofic passou a apoiar filmes de arte em 2003, criando a rede de cinema Artplus — uma rede nacional de salas privadas, incluindo algumas salas de multiplex<sup>6</sup>, que exibem filmes de valor artístico, não comerciais e independentes — por meio de subsídios para compensar qualquer perda na venda de ingressos causada pela exibição de filmes de arte. Os benefícios também incluem apoio financeiro para a manutenção do cinema, para cobrir os custos de publicidade e propaganda, programação de filmes e um fundo de ajuda à tradução e legendagem de filmes para facilitar a distribuição. Atualmente, há trinta cinemas de arte pelo país apoiados pelo Kofic, incluindo a Cinemateca de Seul, que exhibe cerca de trezentos filmes por ano.

Como contrapartida, esses cinemas devem exibir um número mínimo de filmes de valor artístico em 3/5 da sua programação, além de exibirem filmes coreanos por mais de 106 dias por ano. Esses cinemas recebem subsídios equivalentes a 15% do total de ingressos anuais de filmes de arte. Essa política tem dois objetivos: por um lado, combater a concentração da exibição em determinados títulos que dominam as salas e, por outro, atuar contra o enfraquecimento de filmes independentes em detrimento dos *blockbusters* coreanos (KIM, H., 2003).

---

6 CJ-CGV começou a operar o Cinema Indie para a exibição de filmes alternativos. Como os resultados de bilheteria foram melhores do que o esperado, muitos multiplex também buscaram essa alternativa (KIM, C. H.-K., 2000).

### A defesa do sistema de cotas

A política de cotas de exibição dos filmes nacionais implementada pelo governo sul-coreano garante a diversidade e amplia o espaço dos filmes independentes. Após o aumento do número de filmes estrangeiros devido à liberalização de importações, a preocupação com as cotas de tela aumentou. Em 1984, foi estabelecida a cota de 146 dias para a exibição de filmes sul coreanos, mas esse número foi reduzido para 76 dias por ano em 2006. As cotas foram reduzidas de 30% a 40% para 20%.

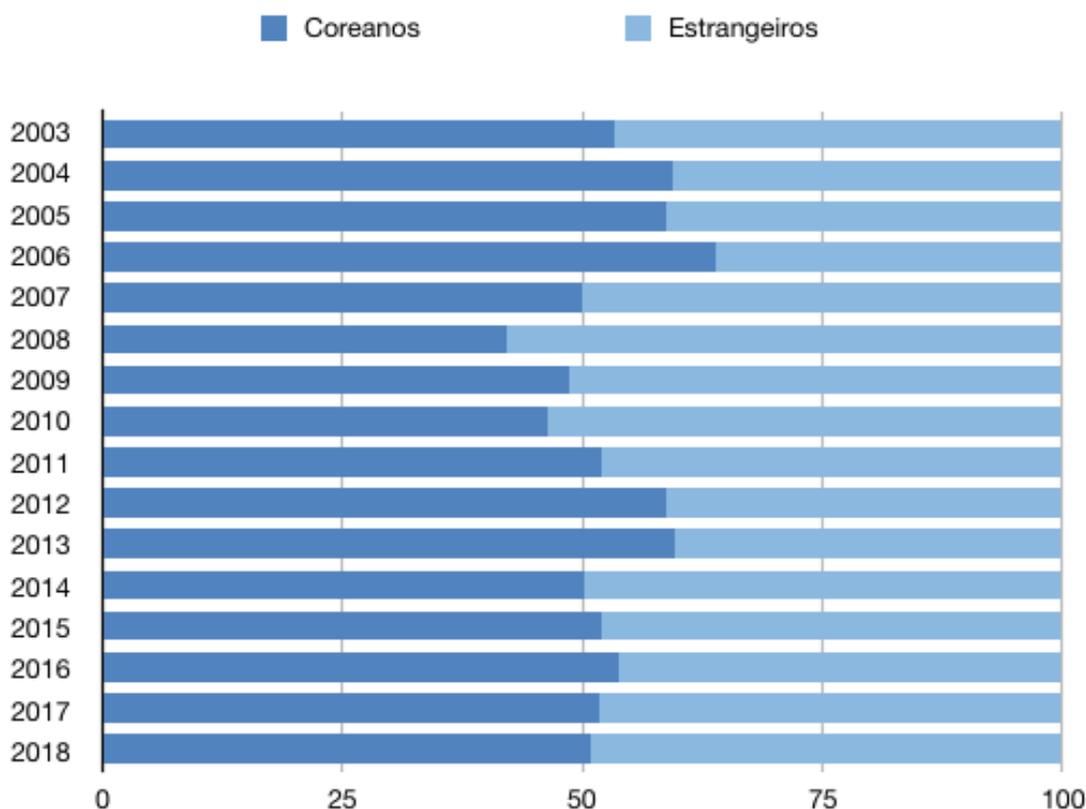
A opinião pública coreana sempre foi muito ativa na defesa do sistema de cotas. Em 1993, a sociedade civil envolvida com cinema formou o Grupo de Vigilância de Cota de Tela. Além de reportar as violações do sistema de cotas nos cinemas, esse grupo também trabalhou com a computação dos dados de bilheteria e com a publicação de materiais relacionados à distribuição de filmes e às políticas públicas para o cinema coreano. De acordo com os dados estatísticos que o grupo produziu, o número médio de dias para a exibição de filmes coreanos em 1993 foi 48 dias e 51,7 dias em 1994, não cumprindo nem metade da quantidade obrigatória. Esse monitoramento mostrou como filmes estrangeiros estavam dominando o mercado (KIM, C. H.-K., 2000). Nos anos 2000, o Grupo de Vigilância de Cota de Tela teve o nome alterado para Coligação para a Diversidade Cultural no Cinema e se aliou à Coligação Internacional para a Diversidade Cultural, envolvendo-se em um movimento antiglobalização do setor audiovisual. Assim, essa coligação tornou-se atuante nos debates na Unesco que resultaram na Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais em 2005 (PARK, 2014).

Enquanto a sociedade civil fiscalizava o cumprimento das cotas de tela, o governo coreano negociou com os Estados Unidos a liberalização e abertura do mercado, incluindo a redução as cotas telas com a inclusão da redução das cotas de telas na negociação de um acordo de livre comércio, levando à redução de 146 dias para 73 dias por ano, em 2006. Essa redução nas cotas de tela gerou um grande protesto no Festival de Cannes naquele ano, contando com o apoio do próprio festival. Os defensores das cotas de tela argumentaram que elas tiveram um papel muito importante para a recuperação do cinema sul-coreano e que a diminuição dos dias de exibição dos filmes nacionais ameaçaria a identidade e a diversidade da produção local.

A diminuição nas cotas de tela teve um impacto imediato no *market share* de filmes sul-coreanos, como é possível verificar no gráfico abaixo. Apesar de ter alcançado o *market share* de 63,8% em 2006, devido ao sucesso de alguns *blockbusters*, nos anos seguintes houve um declínio, e

até 2010 a exibição dos filmes coreanos manteve-se abaixo dos 50%. No entanto, após 2011, a indústria cinematográfica recuperou-se e permaneceu estável.

**Quadro 1.** *Market share* dos filmes sul-coreanos e estrangeiros de 2003 a 2018



Quadro elaborado pela autora a partir de dados do relatório Anual de 2018.  
Fonte: Kofic, 2019.

A redução da cota de tela reacendeu o debate em torno dessa medida. Há estudos que apontam que o subsídio direto é mais eficiente do que as cotas de tela para a promoção do mercado cinematográfico nacional. Outro argumento contrário à implementação dessa medida é que a necessidade do cumprimento das cotas de tela incentiva a inserção de filmes sem viabilidade comercial nos cinemas, gerando uma produção de baixa qualidade. Além das críticas à eficiência das cotas de tela, há o argumento de que as cotas foram importantes para estruturar a indústria cinematográfica, mas que o mecanismo deveria cessar após cumprida essa etapa de estruturação do cinema nacional.

Por outro lado, há aqueles que defendem que a cota de tela não apenas protege a produção nacional, mas também regula a produção independente, garantindo que haja espaço para os filmes de arte sem grande apelo comercial.

## **Festival de Cinema de Pusan**

O Festival de Cinema de Pusan, que ocorre desde 1996, exerce muita influência no cinema sul-coreano e asiático. Além da criação de audiência, este festival permite que os filmes coreanos tenham uma grande visibilidade nacional, regional e global. Os grandes festivais de cinema são uma política de promoção da filmografia do país-sede. O circuito de festivais estabelece uma alternativa à rede de Hollywood, pois atua na produção, distribuição e recepção de filmes independentes. Em primeiro lugar, ele estabelece padrões de distribuição, marketing e exibição. Em outra extensão, ele também regula a produção, já que os festivais oferecem recursos competitivos para a produção e premiação de filmes com o intuito de vincular o potencial criativo com a imagem de um festival em particular, além de dependerem de filmes competitivos para o seu funcionamento. O filme exibido em um festival alcança assim uma audiência que vai muito além desses eventos, sobretudo no mercado internacional. Essas competições aumentam a exposição e dão prestígio para os filmes nacionais que são selecionados e exibidos ao lado da produção internacional mais qualificada.

## **A proteção dos cinemas sul-coreanos durante a pandemia**

Após o sucesso do filme *Parasita*, do diretor Bong Joon-ho, havia a expectativa de que 2020 seria um ano histórico para a indústria cinematográfica sul-coreana. Mas essas expectativas foram frustradas pela pandemia da Covid-19.

Apesar de ter sido um dos primeiros epicentros da pandemia fora da China, a Coreia do Sul conseguiu estabilizar o número de infecções e mortes causadas pelo vírus. Ao contrário de outros países, muitos setores continuaram economicamente ativos, incluindo as salas de cinema. Mas mesmo com alguns cinemas abertos, a indústria cinematográfica foi severamente atingida pela crise, devido à diminuição do público e ao adiamento de estreias nacionais e internacionais.

Em fevereiro, pouco antes de a pandemia avançar, a refilmagem sul-coreana do filme brasileiro *O candidato honesto* teve uma boa estreia e alcançou o marco impressionante de 1,5 milhões de espectadores. A partir de então, as estreias passaram a ser adiadas, incluindo uma versão em preto e branco do filme *Parasita*.

Apesar de alguns cinemas de arte terem fechado as portas e diminuído as atividades, a maioria dos cinemas multiplex permaneceu aberta. Mas, sem lançamentos novos, passaram a exibir filmes antigos. Na tentativa de manter a audiência, alguns produtores miraram o *streaming*. A plataforma Netflix e a distribuidora Little Big Pictures anunciaram em abril a estreia em *streaming* do filme *Time to hunt*, do diretor Sung-hyun Yoon. Mas

o governo sul-coreano barrou a exibição do filme fora da Coreia do Sul, pois seus direitos internacionais de venda para os cinemas já haviam sido negociados com a empresa Contents Panda, e sua estreia foi adiada.

A crise no setor de exibição causada pela pandemia ocorre após 2019 ter sido um ótimo ano para o setor, que alcançou 226,68 milhões de ingressos vendidos no mercado doméstico. Os filmes coreanos foram responsáveis por 51% dessas vendas. O filme *Parasita* foi o vencedor dos prêmios de melhor filme e de melhor filme estrangeiro no Oscar, e da Palma de Ouro no Festival de Cannes. O filme alcançou 10,08 milhões de espectadores no mercado doméstico, uma bilheteria de aproximadamente 53 milhões de dólares e somou aproximadamente 257 milhões de dólares em bilheteria mundial (IMDB, 2020).

De acordo com o Kofic, a bilheteria caiu cerca de 88% se comparada ao mesmo período do ano passado, com 20% dos 513 cinemas fechados. Mais de 75 estreias de cinema foram suspensas (incluindo 27 filmes nacionais). O programa do governo Movie Theater Relief Initiative isenta os exibidores de pagar a contribuição de 3% sob a bilheteria para o Fundo de Desenvolvimento para o Cinema até novembro. O Kofic garantiu condições mais flexíveis de financiamento para que proprietários de cinemas menores paguem os seus funcionários e subsidiou 200 cinemas menores para que retomem a programação. Os cinemas serão também reembolsados pelos custos de desinfecção e outras medidas serão disponibilizadas. Os exibidores reclamam, no entanto, da falta de apoio financeiro para sobreviver à crise (UNESCO, 2020).

## Conclusão

A política cultural para a exibição cinematográfica sul-coreana pode ser considerada um caso de sucesso. Na Coreia do Sul, o governo incentivou a transnacionalização do cinema por meio de *joint ventures* que possibilitaram a entrada de recursos estrangeiros no país aliados ao capital nacional dos *chaebols*, tornando a Coreia um dos maiores mercados de exibição do cenário internacional.

Há também a grande influência do Festival de Cinema de Pusan para o cinema coreano. Além da criação de audiência, esse festival permite que os filmes coreanos tenham uma grande visibilidade nacional e global.

Outra medida tomada pelo governo sul coreano para regular o mercado e garantir a exibição dos filmes nacionais foi a política agressiva de cotas de tela, que, além de garantir a exibição de filmes nacionais, garantiu que filmes independentes encontrassem espaço no mercado. Mesmo com a redução, as cotas coreanas são mais do que o dobro das cotas brasileiras, e a produção doméstica do país se situa no invejável patamar de 50% a 60% do *market share*.

Para enfrentar a crise gerada pela pandemia, o governo sul-coreano tem agido com isenções fiscais, subsídios para desinfecções e empréstimos. Mas os exibidores, no entanto, reivindicam a ampliação desse suporte financeiro.

## REFERÊNCIAS

- CHO, Sung-min. "Market Concentration". In: *KOFIC. Status & Insight: Korean Film Industry 2018*. Busan: Kofic, 2019, pp. 33-7.
- JIN, Dal Yong. "Cultural Politics in Korea's Contemporary Films under Neoliberal Globalization". *Media, Culture and Society*, Thousand Oaks, v. 8, n. 1, pp. 5-23, 2006.
- KIM, Carolyn Hyun-Kyung. "Building the Korean Film Industry's Competitiveness: Abolish the Screen Quota and Subsidize the Film Industry". *Pacific Rim Law & Policy Journal*, Seattle, v. 9, n. 2, pp. 353-78, 2000.
- KIM, Hyun-soo. "The Film Industry in the Third Quarter of 2001: States and Trends". *Korean Film Observatory*, Busan, n. 3, pp. 8-11, 2001.
- \_\_\_\_\_. "ARTPLUS Cinema Network's way to...". *Korean Film Observatory*, Busan, n. 10, pp. 10-4, 2003.
- \_\_\_\_\_. "Evaluation of Korean Film Industry in 2013". *Korean Cinema 2013*. Busan: Kofic, 2013. pp. 22-34.
- KOFIC – Korean Film Council. *Status & Insight: Korean Film Industry 2018*. Busan: Kofic, 2019.
- PARASITA [*Gisaengchung*]. Direção: Bon Joon-ho. Seul: Barunson Enter & Arts, 2019.
- PARK, Young. *Unexpected Alliances: Independent Filmmakers, the State, and the Film Industry in Postauthoritarian South Korea*. Stanford: Stanford University Press, 2014.
- PPC – Policy Planning Committee. "Needs for Preservation of Quota System within Advancement of Digital Technology and Multiplex". *Korean Film Observatory*, Busan, n. 1, pp. 9-13, 2001.
- ROSS, Miriam. "Cinema sul-coreano: relação com os mercados internacionais". In: MELEIRO, A. (org.). *Cinema no mundo: indústria, política e mercado: Ásia*. São Paulo: Escrituras, 2007.
- RYU, Hyeung-jin. "Current State of the Korean Multiplex Industry". *Korean Film Observatory*, Busan, n. 16, pp. 15-20, 2005.
- SOUZA, Marco A. Vinhas de. "Os novos fluxos midiáticos da cultura pop coreana". *Galáxia*, São Paulo, n. 29, pp. 297-300, 2015.
- UNESCO – Institute for Statistics. *Feature Film Diversity*. Paris: Unesco, 2013.
- \_\_\_\_\_. *Diversity and the Film Industry: An Analysis of the 2014 UIS Survey on Feature Film Statistics*. Paris: Unesco, 2016.
- \_\_\_\_\_. *Exemptions for Korean Movie Theatres*. [S.l.] Unesco, 2020. Disponível em: <<https://en.unesco.org/creativity/covid-19/exemptions-korean-movie-theatres>>. Acesso em: 10 jul. 2020.