

A ROTA DO CONSUMO DO CINEMA PORTUGUÊS CONTEMPORÂNEO: CONTRIBUIÇÕES PARA O SEU ESTUDO E ANÁLISE

André Rui Graça¹

Resumo: A presente comunicação tem como objectivo primordial analisar os circuitos comerciais do cinema português nas últimas duas décadas (1990-2010). Tentando colmatar a lacuna existente no campo dos estudos sobre a (difícil) circulação e internacionalização do cinema português, este estudo pretende cartografar a dimensão e o alcance das longas-metragens com participação nacional — sejam elas produções exclusivamente portuguesas ou co-produções. A partir do cruzamento dos dados e estatísticas disponíveis acerca do número de espectadores e locais de exibição, e através de uma análise da natureza dos diferentes filmes em causa e de outros dados relevantes, ensaiar-se-á algumas conclusões sobre a história recente do destino e do (in)sucesso do cinema português. Num primeiro momento, serão expostos alguns apontamentos acerca da discrepância entre produção e distribuição e do mercado específico em que se insere o cinema português. De seguida, proceder-se-á ao tratamento da informação mencionada, permitindo que, numa etapa final, seja possível dar conta de diversas nuances do desenvolvimento da geografia do consumo do cinema português.

Palavras-chave: Cinema português; Distribuição; Internacionalização; Estatísticas.

Contacto: andre.graca.11@ucl.ac.uk

Enquadramento

Com a exceção de escassos estudos² e alguns dados estatísticos relativamente soltos (muitos deles de credibilidade duvidosa, nomeadamente quanto mais recuados no tempo), ainda pouco tem sido feito na área dos estudos fílmicos no sentido de tentar compreender e discutir o cinema português contemporâneo de forma objectiva através de elementos quantitativos. Esta questão parece ganhar dimensão quando colocada em perspectiva: o cinema português tem sido academicamente estudado principalmente através da sua história e da sua estética. Todavia, é quando se sai do domínio de uma abordagem de enquadramento teórico, da narrativa historiográfica e de uma análise qualitativa/apreciativa — ou seja, da discussão dos filmes através da criação,

¹ University College London, Londres, Inglaterra.

² Segue uma listagem com a referência dos principais, a maioria deles desenvolvidos por personalidades alheias aos estudos fílmicos: Monteiro, 1995; Barreto, 1996; Santos, 1998; Damásio, 2006; Cardoso, 2009; Neves e Santos, 2011.

desenvolvimento ou reprodução de discursos e categorias de arquitetura absoluta — que se cai na realidade da fragilidade económica da cinematografia portuguesa.

Apesar da tendência descrita, o cinema português não é um tema socialmente neutro devido ao facto de usufruir de dinheiros públicos e de ser, para todos os efeitos, um estandarte cultural. De facto, existe uma preocupação na esfera pública em volta do tema do sucesso ou insucesso comercial do cinema português, sendo esta uma questão geradora de fracturas. Por isso, muitas vezes, debates de cariz mais ligeiro e sem registo formal giram em torno de notícias ou de algumas ideias pré-existentes acerca do volume do consumo cinematográfico, sem no entanto trazerem dados concretos para a mesa. Enquanto que, por um lado, se assiste a um discurso pessimista, mais ou menos resignado, que assume a fraca competitividade dos filmes feitos em Portugal, por outro, vozes mais otimistas diversas vezes evocam o putativo — e relativo — sucesso de certos filmes além-fronteiras, não obstante a crónica crise económica do sector.

O estudo que aqui se apresenta, tenciona, através da recolha, sistematização e leitura de dados, colmatar parte da lacuna existente no que concerne ao que é sabido sobre o consumo de cinema português contemporâneo pelo globo. Devido à sua natureza breve e dada a dificuldade existente no acesso a dados fiáveis, não possui este texto a ambição de dar totalmente conta desta matéria. Porém, depois de uma introdução acerca do percurso que o cinema português das últimas décadas tem feito pelo mundo e de algumas variáveis a propósito dessa questão, tentará jorrar alguma luz sobre o mapa (com especial enfoque na Europa) do seu consumo, de forma a estabelecer uma análise comparativa que permita uma melhor avaliação do estado da questão. Em suma, pretende-se lançar algumas notas teóricas, por um lado, e, por outro, apontamentos estatísticos a propósito da circulação e da distribuição, de modo a pensar a geografia e a ontologia do consumo do cinema português das últimas duas décadas do ponto de vista da sua internacionalização.

Discrepância entre Produção e Distribuição

Um dos elementos mais salientes da problemática aqui em causa é a questão dos números e da distribuição. Em 2009, Luís Nogueira apresentava um artigo acerca da “difícil visibilidade do cinema português” (Nogueira 2009), onde alguns dos problemas que têm assombrado o cinema português eram elencados. Com efeito, a utilização da palavra “difícil” parece curiosa do ponto de vista semântico, no sentido em que normalmente o que está em causa é a “baixa” ou a “alta” visibilidade de algo, e não uma visibilidade “difícil” ou dificultada. Como lembra Ramon Lobato, existe uma crença fundamental nos estudos fílmicos no poder inerente da representação cinematográfica (Lobato 2012, 2). Um filme, mais do que um pedaço de celuloide ou um disco, é visto como sendo, principalmente, um artefacto cultural imbuído de potencial transformativo. Por outras palavras, o cinema importa porque possui consequências sociais ou, como influentemente sugeriu Kracauer no seu revolucionário estudo, poderá ser um sintoma social em si — ou passível de ser lido como tal (Kracauer 1947, 3-11). O que parece estar implícito na questão da “difícil visibilidade” é uma obstrução que obstaculiza uma visibilidade possível, *infieri*, que tornará o filme num *acontecimento*. Com efeito, do mesmo modo que teóricos da música se debatem acerca de quando é que a música começa (na pauta ou na performance?), parece adequado transportar este pensamento para o caso do cinema e refletir acerca da linha e do momento de passagem que tornam o cinema num gesto cultural, mais do que num ato artístico.

Em jeito de introdução, é importante mencionar que os anos 90 representam um ponto de viragem para o cinema português. A estabilidade do Instituto Português de Cinema mais ou menos desde 1984-6, bem como a possibilidade de rodagem contínua de 5 a 6 longas-metragens por ano (Costa 1991, 194); a entrada na Europa e a possibilidade de usufruto de uma série de programas europeus direcionados para o fomento ao cinema, nomeadamente trans-nacional (programas MEDIA) e cultural (*Eurimages*) — a engrenagem de uma lógica financeira mais apoiada no sistema de co-produções do que anteriormente —; uma nova lei e um novo enquadramento legal em torno das parcerias europeias e do audiovisual; a afirmação da escola de cinema; a

consolidação, delimitação e reforço de parcerias do espaço onde se fala português e, por fim, a entrada em cena das televisões privadas, que tanta quota de responsabilidade tiveram na produção de cinema dito mais comercial e no enquadramento cultural/cultural visual de gerações. Todos estes elementos foram cruciais para o desenvolvimento desta cinematografia. Assim, com a vinda de fundos europeus e a possibilidade de se estabelecerem sinergias mais eficazes, começa a haver a possibilidade de se produzir mais cinema. Porém, esta melhoria é acompanhada de problemas crónicos que vêm a incapacitar a difusão cultural do cinema português desde há muito tempo (pelo menos desde os anos 70). Como menciona Carolin Overhoff, nos anos 90 chegou-se ao apoio de cerca de 20 filmes por ano, embora nem todos tenham estreado ou sido distribuídos (Overhoff 2013, 239). Cerca de 20 anos antes do texto de Overhoff, já João Bénard da Costa calculava que um terço da produção entre 1974 e 1989 jamais havia visto a luz do projetor (Costa 1991, 177-178) e Eduarda Dionísio colocava a questão nos seguintes termos: “Em Março de 77, há 20 filmes por estrear e o IPC anuncia que os vai estrear todos ao mesmo tempo, em cinemas de Lisboa e do Porto. Em 1977, apenas se estrearão no circuito comercial dois filmes portugueses (...) o ritmo de estreias é de 2 a 4 por ano” (Dionísio 1993, 293).

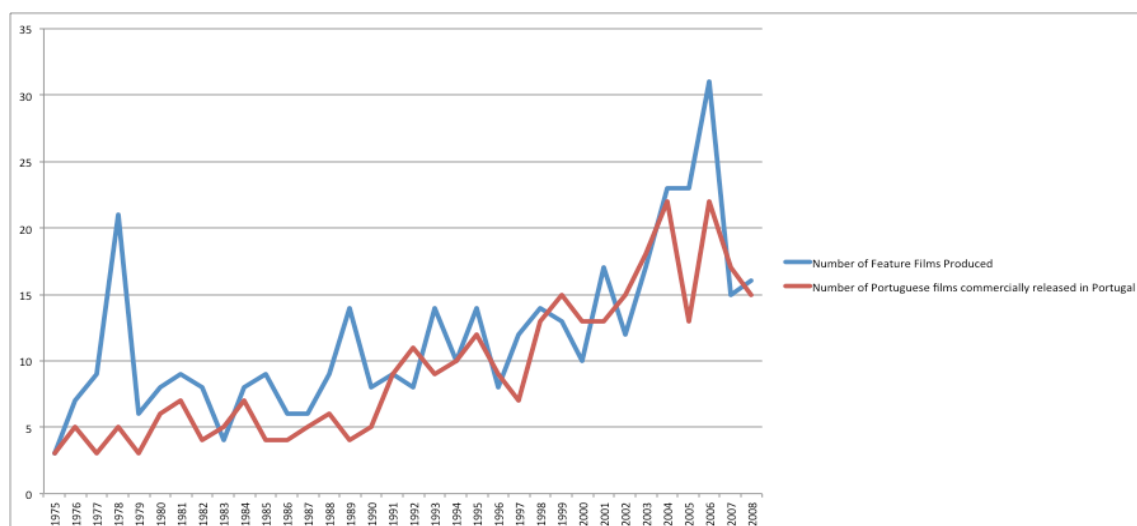


Figura 1: Fontes: De 1975 até 1993, IPACA *apud* Barreto, 1996; de 1994 a 2008, Instituto do Cinema e Audiovisual. Edição: André Rui Graça.

Nota: o gráfico refere-se às longas-metragens financiadas (parcial ou totalmente) pelas diferentes entidades estatais de apoio e fomento ao cinema, desde 1975. Filmes inteiramente financiados por agentes externos não foram contabilizados. Contudo, calcula-se que essa seja uma minoria residual.

A comparação que é possível efetuar através do gráfico apresentado confirma duas tendências importantes: não só reflete o que foi anteriormente invocado sobre o aumento global do volume de produção de longas-metragens, como é também o espelho de uma cinematografia com uma inserção de mercado cronicamente problemática. Sendo a inconstância constante no gráfico, é possível observar-se que, na maioria dos anos, o número de produções excede o número de lançamentos comerciais. Mesmo quando existe um ano em que há mais filmes exibidos do que aqueles produzidos, esta discrepância não serve para colmatar a totalidade dos que entretanto não saíram para o mercado. Adicionalmente, poder-se-á também inferir que, no geral, as distribuidoras (mesmo levando em linha de conta o peso e o estímulo que algumas, de carácter independente e direccionadas para o mercado de nichos, representaram a partir dos anos 90) demonstram um contínuo desinteresse pelo potencial do cinema português, trazendo à tona a imagem de um desnível entre as realidades do processo de produção e do esquema de mercado.

Por uma questão de brevidade e de enfoque, não cabe aqui explorar as causas concretas que têm determinado esta circunstância. Porém, urge a necessidade de dar conta desta cronologia através de dados representados por um elemento visual. Compreender melhor o destino das obras estreadas é o que se ensaiará mais à frente.

Breves considerações sobre tipologia, alcance e internacionalização

Paralelamente à questão tratada, como menciona Paulo Cunha, desde os anos 80 que se tem vindo a debater uma dicotomia pouco conciliável dentro dos meandros do cinema português (Cunha 2013, 216): por um lado um cinema “caseiro”, apoiado no triunvirato da MGN, SIC e Lusomundo (Ramos *apud* Overhoff 2013, 245), e, por outro, produções e co-produções (nomeadamente a partir de fundos europeus) de filmes de realizadores e equipas ligadas a uma tradição de cinema tido como autoral. Há, pois, duas tendências em tensão que se virão a acentuar ainda mais na década seguinte: por um lado a afirmação de um cinema populista, até certo ponto tributário da linguagem televisiva e de

fórmulas desenvolvidas pelo cinema norte-americano; por outro, um cinema “dissidente”, como João Mário Grilo e João Botelho o apelidam (Grilo 2006, 37-43), que se sente ameaçado pela prática anteriormente mencionada e que “resiste”, ou seja continua na senda de produzir um cinema *artesanal*, com pretensões e preocupações artísticas, vocacionado para um público de nicho e para o circuito paralelo (e não alternativo como muitos fazem crer) dos festivais de cinema. Mais ainda, de acordo com Daniel Ribas, há uma vitalidade acrescida no início dos anos 2000 (Ribas 2013, 273). O enquadramento do princípio do milénio tornou assim possível a continuidade de uma geração que foi conseguindo maior (embora que muito pouco quando comparada com congéneres de outros países europeus) destaque durante os anos 90. O paulatino surgimento de novos talentos (a “geração curta(s)”) e o regresso de antigos realizadores, nomeadamente da área do cinema de autor, bem como a afirmação de um cinema “comercial” atestam esta vitalidade (Ribas 2013, 273-299).

Tendo em conta esta linha de pensamento, no que concerne à distribuição internacional, é difícil aferir qual das duas práticas de cinema possui uma maior vocação para a internacionalização. Se por um lado é verdade que tem persistido o desiderato de conquista de valor cultural no estrangeiro por parte dos autores, por outro, o cinema populista possui a vantagem de, ao assimilar fórmulas amplamente difundidas, ganhar “transparência”. Como defende Charles Acland, uma das ideias que permite avaliar se um filme tem ou não potencial comercial fora do seu mercado interno é a noção de “desconto cultural” (Acland 2003, 33). Esta visão, de acordo com uma perspectiva norte-americana crê que um filme que se detém com especificidades culturais não durará tanto em salas nem viajará tanto como um filme com um grau zero de particularidade local (*ibid.*). Todavia, para as cinematografias nacionais mais conhecidas pelo seu cinema de autor (e mais focadas nele) do que pelo seu cinema populista, esta ideia parece adquirir uma lógica invertida (Vincendeau 2000,61-63): dependendo da forma como uma cinematografia é vista e recebida no estrangeiro e do tipo de mercado que a absorve, o desconto cultural é mais ou menos benéfico.

Incapaz de competir com produções de apelo populista estrangeiras (o caso do fracasso do filme “Arte de Roubar”, de Leonel Vieira, que Daniel Ribas explora com maior detalhe é paradigmático [Ribas 2013, 287]), o tipo de mercado internacional para o qual cinema português mais se tem direcionado, pela quantidade de obras produzidas e pela tradição dessa mesma produção, é o mercado do cinema de autor, também conhecido por “art-house” cinema. Uma das particularidades deste circuito é a disputa permanente por uma exposição que chega por vias supostamente “meritocráticas” (DeValck 2007, 36-38). Os festivais e a crítica funcionam aqui como uma espécie de dotadores de capital cultural (para usar um termo caro a Bourdieu) e de crivo a partir do qual certo cinema é legitimado. Mesmo tendo em conta todas as conquistas alcançadas pelo cinema português no circuito de festivais, pelos mais diversos motivos, apenas uma parcela dos realizadores consegue levar o seu cinema lá fora (normalmente a festivais menores, mais raramente a competições de festivais com grande mediatismo) e a quantidade de prémios ditos maiores (nos “big five”) não abunda, especialmente se tivermos em consideração a época anterior a João Salaviza e Miguel Gomes. Como se concluirá mais à frente, apenas um punhado de realizadores representa o cinema português no estrangeiro, sendo ainda de realçar que em certos casos essa representação é mais simbólica do que efetiva. Dito de outro modo: a cotação do cinema português, o capital cultural que significa, é baixo. Obter uma reputação distinta envolve marcar uma posição dentro de um campo cultural, sendo estes geralmente caracterizados pela polarização entre aquelas obras que são positivamente dotadas com prestígio e aquelas que não são (Bennett et al. 2010, 12).

A Circulação do Cinema Português pelo Mundo

A questão até aqui abordada permiterealizar a ponte para a alínea seguinte, que se prende com os espaços privilegiados de distribuição do cinema português. Como afirma Paulo Cunha, existem três espaços que, embora pouco mediáticos, se ligam ao cinema português ao nível de co-produção e exibição: o latino-americano, CPLP, e europeu (Cunha 2012, 21). Ainda segundo o mesmo autor “o caminho das co-produções parece cada vez mais uma forte alternativa para

contornar as dificuldades de financiamento em Portugal e a reduzida dimensão do mercado exibidor externo” (*Ibid*, 27). O problema que aqui também se observa é a difícil permeabilidade das multinacionais de distribuição e a problemática carência de infraestruturas que possam acolher este tipo de cinema. Reportando ao caso da CPLP e da América-latina, é importante frisar a questão de que muitos destes parceiros são países em desenvolvimento, onde a circulação de cinema de sala é fraca e ocorre essencialmente nos poucos centros urbanos.

O livro *Shadow Economies of Cinema*, da autoria de Ramon Lobato, vem trazer uma nova luz aos estudos da distribuição de obras cinematográficas ao deslocar o epicentro desta atividade comercial e cultural da distribuição formal para a circulação informal, ou seja para tudo aquilo que não é contabilizado, medido, ou dentro das fronteiras da legalidade, o que inclui largamente a questão da pirataria e dos alugueres (Lobato 2012, 1). Pese embora a falta de edições em formato DVD ou VHS de muitos filmes portugueses e a indisponibilidade das obras em sites mais evidentes ou em circuitos de pirataria, parece efetivamente pertinente pensar a extensão da distribuição do cinema português através desta lente. Deste modo, este é um alerta inovador e (cada vez mais) importante na condução de estudos futuros acerca do impacto cultural de qualquer tipo de prática cinematográfica.

Regressando ao domínio dos dados concernentes às projeções oficiais — e chegando finalmente ao ponto nevrálgico deste texto — direcione-se agora as atenções para a base de dados Lumière, criada e mantida pelo European Audiovisual Observatory. Com efeito, ao contrário das áreas da América-latina e dos países africanos da CPLP, é possível encontrar na Europa dados — que, mais ou menos fiáveis, são considerados oficiais — suficientes para aferir a inserção de mercado do cinema português. A base de dados Lumière recolhe e agrega informação relativa a 37 países, a partir de dados provenientes de instituições governamentais locais (sendo o processamento de informação da responsabilidade direta dessa instituição, dos exibidores ou dos produtores). A metodologia usada para produzir a tabela matriz, que por seu turno dá origem à tabela que em baixo se apresenta, foi a seguinte: buscas por todos os filmes

constantes na base de dados com participação portuguesa (maioritária, minoritária ou produção nacional) e criação de uma tabela a partir do cruzamento de dados entre cada filme em particular, os países participantes e a sua presença (entenda-se número de espectadores) em cada país do universo dos 37. Esta compilação de dados, até agora inédita, permitiu apurar com detalhe o alcance e a penetração de mercado de duzentos filmes, produzidos e estreados entre 1996 e 2010 — note-se que, logicamente, daqui se excluem todos aqueles que foram produzidos mas que acabaram por não encontrar distribuidor. Da tabela original é possível extrair-se a seguinte síntese:

| País | Nº de filmes exibidos | Nº de espectadores |
|-------------|-----------------------|--------------------|
| Albânia | 0 | — |
| Arménia | 0 | — |
| Áustria | 5 | 18 376 |
| Bósnia | 0 | — |
| Bélgica | 17 | 31 459 |
| Bulgária | 2 | 33 126 |
| Suíça | 7 | 25 105 |
| Chipre | 0 | — |
| Rep. Checa | 2 | 2 256 |
| Alemanha | 5 | 142 900 |
| Dinamarca | 1 | 130 |
| Estónia | 0 | — |
| Espanha | 30 | 594 259 |
| Finlândia | 0 | — |
| França | 68 | 962 554 |
| Reino Unido | 8 | 16 392 |
| Grécia | 1 | 1 187 |
| Croácia | 0 | — |
| Hungria | 3 | 9 785 |
| Irlanda | 2 | 767 |

| | | |
|---------------|-----|-----------|
| Islândia | 0 | — |
| Itália | 18 | 390 805 |
| Liechtenstein | 0 | — |
| Lituânia | 0 | — |
| Luxemburgo | 2 | 256 |
| Letónia | 0 | — |
| Malta | 0 | — |
| Holanda | 19 | 59 251 |
| Noruega | 2 | 5 139 |
| Polónia | 4 | 51 514 |
| Roménia | 2 | 5 970 |
| Rússia | 1 | 1 050 |
| Suécia | 1 | 10 |
| Eslovénia | 0 | — |
| Eslováquia | 0 | — |
| Turquia | 0 | — |
| Portugal | 199 | 4 995 715 |

Fonte: LumièreDatabase. Edição: André Rui Graça

A estes dados pode ainda acrescentar-se para fins analíticos que o cômputo total estimado de espectadores de cinema português em sala no espaço em apreço, entre 1996 e 2010, é de 7 264 590. Mais ainda, do universo de 200 filmes que chegaram às salas, 19 são co-produções *Eurimages*. O único filme que teve participação portuguesa mas não chegou a estrear em Portugal foi “A Filha”, de Solveig Nordlund (2003), que estreou na Suécia e em França. Efetivamente, foi também possível verificar ao longo deste estudo, por viada justaposição dos dados relativos aos países participantes e aos países onde os filmes foram exibidos, que o facto de um filme resultar de uma co-produção entre agentes de várias nacionalidades (mesmo que sendo de natureza estatal) ou ter sido produzido ao abrigo do *Eurimages* não quer necessariamente dizer que esse filme seja sequer distribuído e estreado nesses mesmos países. Note-se

que esta situação é análoga à própria situação interna portuguesa, inicialmente mencionada.

Leitura crítica e vectores para possível investigação futura

Em consonância com tudo o que tem vindo a ser exposto, a primeira grande conclusão é que, apesar das suas fragilidades crónicas, o mercado doméstico é o mais importante espaço de consumo de cinema português em termos de exibição/estreias e de número de espectadores. Embora muitas vezes desconsiderado pelos cineastas e produtores, sem ele, esta cinematografia seria apenas uma miragem. Portugal é o local onde se concentra mais de metade do total de espectadores — o que faz sentido, dado que é, também, o país que, de longe, conta com o maior número de estreias.

No que diz respeito aos restantes espaços privilegiados na Europa, a França é o país estrangeiro que mais cinema português consome, seguido logo depois pela vizinha Espanha e, mais longinquamente, pela Holanda e pela Itália. Não será exagerado afirmar que a presença no restante mapa, tendo em conta o período de 14 anos, é meramente pontual ou mesmo nula, nomeadamente no leste europeu. Uma das principais consequências desta circunstância é que se impossibilita que se crie um hábito ou uma cultura de visualização de cinema português nesses países. Deste modo, não só se conclui que a penetração no mercado internacional é bastante escassa, mas, também, que os números de espectadores são deveras modestos, representando as médias — calculadas pelo número de espectadores dividido pelo número de filmes — uma percentagem residual do total do público desses países.

Embora não seja possível, por razões de ordem prática, apresentar aqui um elemento visual relativo aos dados discriminados de cada um dos filmes constantes na base de dados, esta leitura crítica deve ainda guardar espaço para uma breve nota final acerca da questão supracitada da tipologia cinematográfica. Com efeito, uma das conclusões de todo este estudo em torno da base de dados Lumière é que, talvez sem grande surpresa, o cinema de autor é realmente o tipo de cinema que mais circula e que mais facilmente consegue ultrapassar os Pirenéus. Isto é particularmente verdade para um punhado de

cinastas mais consagrados e ligados ao produtor Paulo Branco, como Manoel de Oliveira, João César Monteiro ou Paulo Rocha, que conseguiram ter distribuição assegurada para alguns dos seus filmes (nunca todos) em cerca de cinco ou mais países, de forma pouco consistente³. Quanto à parcela da produção nacional que, em teoria, poderia ter mais caminho para andar devido ao “desconto cultural”, verifica-se que, tal como muito do cinema popular dos países europeus (Vincendeau 2000, 62) raramente sai de Portugal e que, mesmo quando sai, apresenta resultados muito baixos⁴. Mesmo os filmes com mais êxito dentro desta prática (que são igualmente os que têm mais espectadores no geral), como “O Crime do Padre Amaro” ou “Filme da Treta” não tiveram estreia em nenhum país para além do de origem.

Por fim, espera-se que as notas aqui deixadas e os elementos gráficos apresentados possam contribuir para clarificar a situação relativa à produção e distribuição do cinema português contemporâneo nos mercados interno e externo, bem como para estimular a abertura de novas avenidas de estudo sobre o estudo do sucesso ou insucesso comercial do cinema português.

BIBLIOGRAFIA

- Acland, Charles R. . 2003. *Screen Traffic: Movies, Multiplexes and Global Culture*. Durham e Londres: Duke University Press.
- Barreto, António. 1996. *A Situação Social em Portugal, 1960-1995*. Lisboa: Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa.
- Base de dados Lumière: <http://lumiere.obs.coe.int/web/search/>
- Bennett, Tony, Mike Savage, Elizabeth Silva, Alan Warde, Modesto Gayo-Cal, e David Wright. 2009. *Culture, Class, Distinction*. Londres: Routledge.

³ Invoque-se o caso dos filmes de João César Monteiro a título de exemplo: o filme “A Comédia de Deus” (1996) foi distribuído em nove países (Bélgica, República Checa, Dinamarca, França, Hungria, Itália, Holanda, Noruega e Portugal), ao passo que “A Bacia de John Wayne” (1997) foi apenas apresentado na Bélgica, na França e em Portugal e “As Bodas de Deus” (1999) na Alemanha, na Espanha, em França e em Portugal. “Branca de Neve” (2000) teve estreia somente em França e Portugal, tendo sido a obra do cineasta com menor presença internacional. Já o seu derradeiro filme “Vai e Vem” (2003), foi distribuído na Bélgica, em Espanha, em França e em Portugal. Com a exceção de Portugal e França (e até certo ponto da Bélgica), a presença das obras de César Monteiro no estrangeiro é pouco certa.

⁴ Veja-se a *décalage* entre os 78 espectadores registados em Espanha para o filme “Call Girl” (António Pedro Vasconcelos, 2008) e os 232581 registados em Portugal.

- Cardoso, Gustavo. 2009. *O Cinema em Portugal, a partir dos dados do Anuário da Comunicação 2007-2008*. Lisboa: Obercom.
- Castello-Lopes, José Manuel. 1992. "Cinema em Portugal: nem procura nem oferta." in *Percepção Estética e Públicos da Cultura: compilação das comunicações apresentadas no colóquio* editado por Idalina Conde, 31-35. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Costa, João Bénard. 1991. *Stories of the Cinema*. Lisboa: Imprensa Nacional/Casa da Moeda.
- Cunha, Paulo. 2012. "Co-produções em português: um breve balanço." in *III Simpósio Internacional: O Cinema dos Países Lusófonos* editado por Jorge Cruz e Leandro Mendonça, 21-28. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro.
- . 2013. "A diferença portuguesa?" in *Cinema Português: um guia essencial* editado por Paulo Cunha e Michelle Sales, 215-237. São Paulo: SESI-SP editora.
- Dionísio, Eduarda. *Títulos, Acções, Obrigações (A Cultura em Portugal, 1974-1994)*. Lisboa: Edições Salamandra.
- Damáσιο, Manuel José. 2006. *O Cinema Português e os Seus Públicos*. Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas.
- Ferreira, Carolin Overhoff. 2013. "Estabilidade, crescimento e diversificação." in *Cinema Português: um guia essencial* editado por Paulo Cunha e Michelle Sales, 238-267. São Paulo: SESI-SP editora.
- Grilo, João Mário. 2006. *Cinema da Não-Ilusão: Histórias para o Cinema Português*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Kracauer, Siegfried. 1947. *From Caligari to Hitler: a psychological history of German film*. Princeton: Princeton University Press.
- Lobato, Ramon. 2012. *Shadow Economies of Cinema: mapping informal distribution*. London: Palgrave Macmillan.
- Monteiro, Paulo Filipe. 1995. "Os Guiões de Ficção do Cinema Português entre 1961 e 1990". Diss. de Doutoramento, Universidade Nova de Lisboa.

- Neves, José Soares, e Jorge Alves Santos. 2011. *Estatísticas Culturais do Ministério da Cultura 2009*. Lisboa: Observatório das Actividades Culturais.
- Nogueira, Luís. 2009. “A Difícil Visibilidade do Cinema Português: um inventário crítico”, in *SOPCOM proceedings* <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-nogueira-cinema-visibilidade.pdf>.
Acedido em 9 de maio de 2014.
- Ribas, Daniel. 2013. “O cinema do futuro.” in *Cinema Português: um guia essencial* editado por Paulo Cunha e Michelle Sales, 268-300. São Paulo: SESI-SP editora.
- Santos, Maria de Lourdes Lima, ed. 1998. *As Políticas Culturais em Portugal*. Lisboa: Observatório das Actividades Culturais.
- Valck, Marijke. 2007. *Film Festivals: from European geopolitics to global cinephilia*. Amesterdão: Amsterdam University Press.
- Vincendeau, Ginette. 2000. “Issues in European Cinema.” In *World Cinema: critical approaches* editado por John Hill e Pamela Church Gibson, 56-63. Oxford: Oxford University Press.