

sessões do
MAGINARIO

ano XVII | n28 | 2012/2



8

Cinema brasileiro: um diálogo entre exibição e práticas de consumo de filmes

Dafne Reis Pedroso da Silva¹
Karine Ruy²

Resumo:

O objetivo deste artigo é traçar algumas reflexões sobre a circulação do filme brasileiro e a sua relação com o público espectador. Para isso, dois eixos são analisados de forma cruzada: Primeiramente, a situação do mercado cinematográfico nacional, modelado a partir de uma série de configurações políticas e institucionais e com a forte presença do produto audiovisual norte-americano. Na seqüência, o trabalho procura entender o impacto dessas condicionantes no consumo do filme brasileiro no país, tomando como exemplo a iniciativa do Cineclube Lanterna Aurélio Itinerante.

Palavras Chave:

Cinema brasileiro; exibição; recepção.

Abstract:

The purpose of this article is to outline some reflections about the circulation of Brazilian movie and its relationship with the viewing public. For this, two paths are cross analyzed: First, the national film market situation, modeled after a series of political and institutional settings and the strong presence of U.S. audiovisual products. Subsequently, the work seeks to understand the impact of these conditioning factors on the consumption of Brazilian movies in the country, taking as example the initiative of Cineclube Lanterna Aurélio Itinerante.

Keywords:

Brazilian cinema; exhibition; reception.



Introdução

A ideia deste texto é propor um diálogo entre os resultados das pesquisas de mestrado de Dafne da Silva e de Karine Ruy, intituladas, respectivamente, “Hoje tem cinema: a recepção de mostras organizadas pelo Cineclube Lanterninha Aurélio Itinerante”³ e “Para onde vão nossos filmes: Um estudo sobre a circulação do blockbuster nacional no mercado de salas”⁴. A análise contextual proposta por Karine Ruy traz o cenário do cinema brasileiro contemporâneo, com foco na problemática da exibição do filme nacional. A abordagem de Dafne da Silva expõe dados empíricos de um projeto de formação de plateias para o cinema brasileiro, assim como informações sobre o consumo de filmes pelos espectadores. Nesta articulação entre as duas investigações, iluminam-se as relações entre contexto e práticas de exibição e de consumo de filmes brasileiros, revelando como cada instância é afetada e configurada pela outra.

Cinema brasileiro contemporâneo – aparato institucional

Nas duas últimas décadas, uma série de transformações perpassou o cinema brasileiro. Além das inovações de origem estética, artística e tecnológica, assistiu-se a diversas e relevantes reconfigurações próprias ao âmbito regulatório e institucional do setor que impactam, de formas variadas, em todo o elo da indústria cinematográfica no país – da produção cinematográfica ao consumo do filme nacional.

Os resultados da implementação de novos marcos regulatórios formatados a partir do Prêmio “Resgate do Cinema Brasileiro”, Lei de Incentivo à Cultura⁵ e Lei do Audiovisual começam a ser

observados no mercado interno nos anos seguintes, quando se inicia uma trajetória de crescimento no número de filmes brasileiros lançados no país. Entre 1990 e 1993 chegaram ao circuito exibidor, no total, 22 filmes. Em 1994, foram sete, no ano seguinte, 12, e 23 em 1996⁶. A partir de 1999, o Ministério da Cultura introduz novos padrões para captação de recursos, formatando o cenário contemporâneo do mercado cinematográfico brasileiro nacional – em linhas gerais, baseado em um sistema de renúncia fiscal que permite que até 80% do orçamento do filme sejam financiados a fundo perdido pelos investimentos das empresas patrocinadoras, permitindo que as atividades dos agentes envolvidos com a produção cinematográfica sejam remuneradas antes do lançamento dos filmes, independente da performance comercial da obra em questão.

Ao se desvincular do processo econômico, o cinema naturalmente se desvincula de um certo processo cultural: por não ter público pagante como elemento necessário do processo de constituição do filme ou seja, por estar isolado na sua feitura, o filme tende à derrota já na largada, alcançando na imensa maioria dos casos um público irrisório (Caetano, Junior, Oliveira e Valente, 2005, p. 18).

Os esforços para criar aparatos reguladores e fomentadores para o cinema nacional mostrou-se primordial para injetar ânimo a uma produção cinematográfica que tentava ressurgir após um período de inércia. Entretanto, ações relativas à distribuição e à exibição, nas quais se vislumbra, na prática, a concorrência com o produto estrangeiro, permanece um desafio, como expõe André Gatti:

Até o presente momento, a política econômica e cultural do audiovisual brasileiro não se provou capaz de resolver os problemas mais candentes do setor da produção nacional – a distribuição e exibição desses bens de consumo. O elemento complicador na construção de sistemas de produção e circulação viáveis, sob o ponto de vista do retorno do capital investido, deve-se também ao fato de que, praticamente desde os seus primórdios, a indústria nacional tem-se caracterizado como uma atividade econômica incipiente, ainda que com alguns momentos de relativa euforia (Gatti, 2007, p. 103).

Essa fragilidade referente à distribuição, exibição e concorrência com o produto estrangeiro é o que nos interessa neste texto. Esses elementos da cadeia cinematográfica brasileira, por exemplo, foram tema do III Congresso Brasileiro de Cinema, realizado entre 28 de junho a 1º de julho de 2000, em Porto Alegre. Na ocasião, representantes da produção, distribuição e exibição se reuniram para debater e formular propostas para o desenvolvimento do cinema nacional. Ao colocar as problemáticas enfrentadas internamente pelo cinema brasileiro no contexto global do mercado cinematográfico, o discurso proferido na abertura do congresso pelo cineasta e ex-presidente da CONCINE, Gustavo Dahl, torna-se emblemático sobre as condições que permeiam a realização de cinemas não hegemônicos.

É preciso reconhecer que, ao longo das últimas três décadas, a indústria cinematográfica hollywoodiana conseguiu mudar os padrões de consumo do espectador mundial e impor seus próprios cânones visuais e narrativos.

Sobra para os cinemas nacionais a defesa de uma parcela do seu próprio mercado interno, que seja suficiente para viabilizá-lo, bem como uma aliança estratégica e tática entre si, que reúna energia e poder de fogo suficiente para reivindicar para nós, que não somos de Hollywood, quem sabe a metade de cada mercado seu (Dahl, 2000).

A pretensão de Dahl, ao requisitar para os cinemas nacionais 50% de participação em seu próprio mercado, continua soando extremamente otimista e até descolada das reais possibilidades de negociação entre os agentes envolvidos no setor, mas sua defesa para que se encontrem meios de tornar esses mesmos cinemas visíveis encontra paralelo, como abordado anteriormente, nas práticas de apoio cultural que vêm sendo implementadas em diversos países. Como resultado do encontro realizado em Porto Alegre, chegou-se à elaboração de um documento com 69 recomendações de apoio à área cinematográfica no Brasil⁷.

A indicação reunida no documento final do evento foi embrionária para o anúncio, no ano seguinte, da criação da Agência Nacional de Cinema. Autarquia especial vinculada ao Ministério da Cultura, desde 2003, a Ancine é apresentada como uma “[...] agência reguladora que tem como atribuições o fomento, a regulação e a fiscalização do mercado de cinema e do audiovisual no Brasil” (Ancine, 2010). Começa-se a preencher, assim, a lacuna anteriormente deixada pelo Estado nos processos de mediação e regulamentação do setor no país⁸.

Em busca do público para o filme brasileiro

O novo aparato institucional, e regulador do segmento cinematográfico, é determinante para o comportamento do cinema brasileiro

na última década. Como em outros períodos históricos, a ação do Estado como principal agente formatador do campo cinematográfico influencia e gera algumas transformações relevantes na relação do setor com o mercado. Analisando os movimentos da indústria cinematográfica brasileira entre os anos 2000 e 2009, percebe-se que a legislação implementada contribui diretamente, em um primeiro momento, para o incremento na produção de filmes no país. Trata-se de uma condicionante primordial para se compreender as características que irão pontuar o cinema brasileiro nesse período.

Ao concentrar os investimentos e incentivos públicos na atividade da produção cinematográfica o Estado reafirma um modelo histórico do segmento no país. A produção segue como a principal preocupação do conjunto de políticas voltadas para o setor, deixando quase sempre desamparadas as áreas da distribuição e da exibição, como avalia Luís Alberto Rocha Melo.

Num modelo em que o financiador é o Estado, o produtor passa a ser um atravessador e o diretor um autor. Cada projeto é único; trabalha-se sobre a lógica da oportunidade, e não, como disse, da continuidade. O dado perverso é que, em cima da “oportunidade”, monta-se um outro palanque: o da competitividade. Competir é, ao mesmo tempo, brigar em território ocupado e demonstrar competência técnica. Cada filme carrega em si, portanto, a responsabilidade da ‘retomada’, e a meta de cada diretor/produtor é realizar o maior número de vezes possível o seu limite (Melo, 2005, p. 68).

É necessário ter em vista essas lógicas da economia do setor cinematográfico no Brasil para

entender os motivos pelos quais as transformações que acontecem no cinema no país desde os anos 2000 começam a se manifestar primeiramente no aumento na produção e nos lançamentos. A evolução no número de longas-metragens lançados ilustra esse cenário. Em 2000, chegaram ao circuito exibidor 23 títulos brasileiros. Em 2009, foram 84 filmes.

A interpretação dessa trajetória requer um parêntese. O número de filmes lançados no circuito exibidor não abrange, por completo, o fôlego da produção cinematográfica no período. Isso porque existe um longo caminho a ser percorrido entre a finalização de um filme e sua disponibilização ao espectador. Tomemos como exemplo os dados da Ancine referentes a projetos de produção de obras cinematográficas e audiovisuais ativos em 2009. Entre os finalizados, havia uma lista de 40 longas sem distribuidora. Muitos desses filmes tiveram sua aprovação inicial publicada há mais de cinco anos. *Um homem qualquer*, de Cacio Vechio, enquadra-se nessa categoria. A Encruzilhada Produções, proponente do projeto, recebeu a aprovação inicial em 2002 e a liberação em 2005. A produtora paulista captou R\$ 805.150,00 e concluiu o filme, mas o lançamento ficou limitado à programação da 33ª Mostra Internacional de Cinema de São Paulo.

O comportamento do mercado cinematográfico brasileiro revela assimetrias próprias de uma indústria cultural complexa e dependente tanto de uma estrutura institucional quanto dos movimentos de uma sociedade globalizada. Historicamente, a principal discrepância surge na comparação entre o consumo do filme nacional e do filme estrangeiro. A cinematografia norte-americana formatou, ao longo da sua trajetória, um bem sucedido modelo de circulação mundial de seus bens audiovisuais,

que a tornou hegemônica nesse segmento. Assim, as estratégias e resultados alcançados pelas cinematografias nacionais não podem ser deslocadas desse contexto.

Conforme Aletéia Selonk (2004), autora de um estudo comparado a respeito da distribuição cinematográfica nacional e estrangeira entre 1996 e 2002, metade dos brasileiros consumia filmes através de canais abertos de televisão, fitas VHS e DVDs alugados em locadoras, naquele período. “Este público assistiu e adaptou-se ao formato das produções estrangeiras, já que a televisão brasileira praticamente não exhibe filmes nacionais e o mercado de vídeo doméstico é dominado pelas distribuidoras americanas” (Selonk, 2004, p.165).

Conforme argumenta García Canclini (2008), atualmente, assiste-se muito mais a filmes do que em outro período da história do cinema, porém, em espaço doméstico. O que, por um lado, amplia o consumo; por outro, diminui a experiência coletiva de recepção. A imersão, possibilitada pela escuridão da sala de cinema, é comprometida pelas possíveis distrações do ambiente familiar. Se o espaço tradicional de exibição formou um espectador, a televisão também construiu seu telespectador, o que tem implicações no consumo de filmes e na formação de repertório. Com o quase total desaparecimento dos *cinemas de calçada* e a transferência das salas de cinema para os *shoppings centers* somados aos altos custos dos ingressos e à disseminação da assistência de filmes no ambiente familiar, a possibilidade de recepção coletiva de cinema torna-se cada vez mais difícil.

É em um contexto onde predomina tal aparato histórico-cultural que as readequações do cinema brasileiro precisam ser interpretadas. Desde 1995, registra-se um aumento irregular do *market share*⁹ do cinema nacional, revelando que, mesmo

diante da concorrência com a obra estrangeira, o filme brasileiro vai se tornando uma opção para uma fatia mais significativa de espectadores. A tendência se acentua a partir dos anos 2000, quando o *market share* do filme nacional é de 10,6%, mas não segue uma trajetória contínua. Os resultados do cinema brasileiro, ao menos no que diz respeito à participação de público no mercado interno de salas, apresentam-se sempre como resultado de condicionantes que configuram, a cada ano, o cenário do setor cinematográfico. Entre os diversos fatores que influenciam, direta ou indiretamente, o comportamento dos filmes brasileiros no mercado, incluem-se, primeiramente, a capacidade dos títulos lançados dialogarem com seus espectadores em potencial – adequando-se às expectativas que se erguem em cada contexto sociocultural. Interferem, também, os mecanismos ligados diretamente às etapas finais da cadeia produtiva do cinema, que irão determinar como os filmes chegarão ao mercado e a estrutura da qual irão dispor na disputa por espaço e público com o arsenal cinematográfico estrangeiro.

Carlota Joaquina (BRA, 1995) e *Central do Brasil* (BRA, 1998) representaram, ainda no final na década de 1990, o início de um processo de reaproximação do público frequentador de salas de cinema com o filme brasileiro. Mas é com a safra de filmes lançada a partir dos anos 2000 que parece se formatar uma nova espécie de relação entre esse espectador e a produção cinematográfica nacional. O incremento na produção vem acompanhado, em certo grau, de uma maior diversidade: de gêneros, estilos, trajetórias de produção e também de resultados. Trata-se de uma variedade não observada na década anterior, quando os títulos nacionais que tiveram as melhores performances comerciais no circuito de salas se enquadraram em um

mesmo gênero e formato. É o caso das comédias infantis protagonizadas por Renato Aragão e pela apresentadora Xuxa, personagens carismáticos da televisão brasileira que conseguiram estender suas audiências ao cinema.

Formação de plateia para o cinema brasileiro: o caso do Cineclubes Lanterna Aurélio Itinerante

Paralelamente ao cenário desenvolvido, outras possibilidades de recepção de filmes também se instituem ao longo dos anos no país, como a atividade cineclubista e as exibições itinerantes de cinema. O cineclubismo reafirma sua proposta ancorada na cinefilia, ou seja, no gosto pelo cinema, e amplia sua prática com uma rearticulação do movimento desde 2003. As práticas de sessões itinerantes, comuns no início do século XX, reformulam-se e levam filmes a quem, em tese, não tem acesso.

Os projetos itinerantes atuais têm a proposta de democratizar o acesso aos filmes nacionais, assim como formar plateias para essas produções. Entretanto, cada atividade tem características particulares: algumas são organizadas por cineclubes; outras por empresas ou órgãos públicos; existem as que só exibem filmes brasileiros, enquanto há as que também projetam produções norte-americanas de grande distribuição; algumas atividades possuem grande estrutura, em outras as sessões acontecem de forma improvisada. As itinerâncias são gratuitas e possibilitam a experiência coletiva de recepção de cinema, mas uma experiência diferenciada, em que o contexto de recepção tem papel fundamental.

Nesse cenário apresentado até agora, situa-se o projeto de sessões itinerantes de cinema

do *Cineclube Lanterninha Aurélio*, da cidade de Santa Maria, interior do Rio Grande do Sul. O cineclube funciona há 32 anos na cidade e, uma vez por semana, são exibidos filmes, gratuitamente, no auditório da *Cooperativa dos Estudantes de Santa Maria* (CESMA). Porém, de 2005 a 2009, os cineclubistas improvisavam exposições de filmes, dando prioridade a produções brasileiras, longas e curtas-metragens, em Santa Maria e cidades da região, para públicos de classes populares. Praticamente qualquer local servia para a projeção dos filmes, sejam salões de igrejas, ginásios, auditórios, salas de aula, praças ou *Centros de Tradições Gaúchas* (CTGs).

A atividade itinerante do *Cineclube Lanterninha Aurélio* tem origem na década de 1970, durante sua fundação. Conforme Gatti (2000), o principal objetivo do cineclubismo é a divulgação e a discussão sobre o cinema, sendo que as formas de ação variam de cineclube para cineclube. O *Lanterninha* possui uma declarada ação no sentido de divulgação do cinema nacional e de outras cinematografias que não apenas a norte-americana, amplamente distribuída. É nesse contexto que surge o *Lanterninha Aurélio Itinerante* como uma proposta de exibição de filmes nacionais, em especial curtas-metragens. Se, no princípio, as itinerâncias do *Lanterninha* tinham um caráter de resistência à ditadura, nos anos 2000, elas têm um caráter de resistência ao próprio mercado cinematográfico instituído no país, contexto anteriormente descrito.

Um dos objetivos da pesquisa de Dafne da Silva foi o de mapear o consumo de filmes pelos espectadores das sessões itinerantes do *Lanterninha*¹⁰, em geral, jovens e crianças. Compreendeu-se que o consumo majoritário se dá pela televisão aberta, onde a exibição principal é de filmes norte-americanos, que acabam tendo

um papel na construção do hábito e do gosto cinematográfico desses espectadores. Os relatos dos entrevistados revelaram que o consumo de filmes inicia-se na infância, com animações e filmes brasileiros, como as produções estreladas por Xuxa e pelos Trapalhões. Os depoimentos expressam a ação socializadora da família na constituição do gosto por filmes na trajetória das crianças.

As condições concretas de oferta e acesso também marcam estas configurações. Há variadas táticas que possibilitam a ampliação do acesso às produções fílmicas: o empréstimo, a experiência na casa de parentes e amigos que dispõem de DVD e TV paga; além do *download* de filmes pela internet.

O gosto por filmes se constitui, principalmente, em relação ao cinema norte-americano, sendo que terror, suspense, ação e comédia constituem os gêneros preferidos. Percebe-se o pouco conhecimento acerca dos filmes nacionais, com exceção para os filmes de Xuxa, Didi e Os Trapalhões, com apelo infantil. Entretanto, destacamos que, apesar do desconhecimento de uma variedade de títulos do cinema nacional, vários entrevistados citaram o filme *Tropa de Elite* (que havia “vazado” na internet antes de seu lançamento, em 2007, período das entrevistas) como um dos seus preferidos.

É imprescindível que a tentativa de explicação do sucesso de *Tropa de Elite* (BRA, 2007) observe que esse padrão cinematográfico está conectado a características da sociedade brasileira atual e à maneira como o tema abordado pelo filme aparece no cotidiano dos espectadores. A violência cinematográfica de *Tropa* tem âncoras na violência real, do cotidiano das favelas cariocas, da maneira como o assunto é narrado cotidianamente – e sempre com excessos de imagens – nos jornais e na televisão. Desse processo surge uma eficiente

relação com os imaginários do público. Fazendo uso de cortes rápidos, da câmera ágil e de um frenesi característico da linguagem do videoclipe, *Tropa de Elite* desperta e mantém com facilidade o interesse do público. O filme dialoga com uma audiência que experimenta diariamente um sentimento de insegurança generalizada – seja por vivências próprias, seja pela referência midiática que amplia essa sensação. Assim, o personagem Capitão Nascimento, um policial incorruptível, disposto a fazer justiça, facilmente passa a ser visto como uma figura de herói¹¹.

No caso do *Lanterninha Aurélio*, a escolha dos filmes por parte dos cineclubistas constituiu-se como uma proposta de ação e de resistência diante do cenário cinematográfico brasileiro e explicita um diagnóstico também percebido pelos envolvidos na organização do projeto. Para eles, o consumo de cinema no país é direcionado por uma lógica televisiva, sendo que os filmes nacionais de maior bilheteria seriam os produzidos e distribuídos pela *Globo Filmes*, que seguiriam um formato estético e narrativo das telenovelas. Ao analisarmos as falas dos cineclubistas, vemos que elas trazem elementos que denotam que estes sujeitos têm consciência de questões importantes relativas ao contexto cinematográfico onde o cineclube está inserido. Consideram as restrições do cenário cinematográfico em relação à exibição de filmes nacionais e se propõem a atuar exatamente neste nó do mercado. É possível perceber também convergências em relação às propostas do Conselho Nacional de Cineclubes, reiteradas pelo próprio slogan “Filmes são feitos para serem vistos”.

Considerando essa noção sobre o cinema nacional, os cineclubistas recebiam as propostas dos espectadores em relação aos filmes que seriam exibidos e ponderavam sobre a decisão. Dois

cineclubistas relataram um processo de negociação de filmes em que a comunidade sugeriu o filme *Dois filhos de Francisco* (BRA, 2005). Entretanto, a equipe do cineclubista não estava disposta a exibí-lo, já que ele havia sido amplamente divulgado e logo seria exibido na televisão aberta.

Aqui é interessante pensarmos no sucesso dos filmes com apelo popular e capacidade de dialogar com o público. Além disso, deve-se levar em consideração que filmes cujas temáticas centram-se na trajetória de um personagem carismático têm o privilégio de contar com uma audiência em potencial diferenciada: os fãs e admiradores dos artistas tomados como personagem pela obra cinematográfica. Se, por um lado, houve um desgaste do formato que enfatiza questões sociais, por outro, os relatórios da Ancine apontam o aumento no número de produções cinematográficas voltadas a biografias de personagens populares da cultura brasileira. Esse é o caso dos filmes *Cazuza – O tempo não para* (BRA, 2004) e *Dois filhos de Francisco* (BRA, 2005). Os roteiros de ambos os projetos foram desenvolvidos com o propósito de contar ao espectador a trajetória e os momentos mais marcantes das trajetórias dos personagens que referenciam: o músico Cazuza e os irmãos da dupla sertaneja Zezé di Camargo & Luciano.

Em uma das sessões acompanhadas, o filme escolhido pelos cineclubistas foi o documentário *Cartola – Música para os olhos* (BRA, 2007)¹². De modo geral, os espectadores tiveram dificuldade em conseguir acompanhar a narrativa do filme, tanto que o contar parece difícil enquanto um relato coeso. Para muitos, a música marca mais do que a narrativa propriamente, o samba e o carnaval têm destaque. Parece haver recusas da linguagem audiovisual e da forma de construção entre as respostas obtidas.

A escolha feita pelos cineclubistas parece refletir o crescimento no número de obras enquadradas no gênero documentário. A produção cinematográfica brasileira acompanha, nos últimos anos, a tendência global de valorização deste gênero. A presença de documentários entre os lançamentos de filmes brasileiros de 2000 a 2009 é crescente. Os documentários foram, em grande parte, responsáveis pela trajetória de crescimento no número de filmes lançados no país.

A recusa dos espectadores, por sua vez, pode refletir a pouca circulação do gênero nas telas brasileiras. Tomando como ilustração o cenário de 2009, fica evidente que esse gênero tem dificuldade em encontrar seu público no circuito de salas. Enquanto os filmes de ficção mobilizaram 10.122.145 espectadores, os documentários foram assistidos por 425.629 pessoas. Percebe-se que há uma dificuldade de encontrar seu público nas salas e espaço para exibição nas telas das TVs.

Considerações finais

No decorrer desse texto apresentaram-se condicionantes e particularidades que formataram, num período histórico recente, o perfil da indústria cinematográfica brasileira. O conjunto de características desse cenário refletiu-se na proposta cineclubista do *Lanterninha Aurélio* e no consumo diário dos sujeitos da recepção que fizeram parte do escopo da pesquisa. Os dados obtidos expressam que a hegemonia dos filmes Hollywoodianos no mercado brasileiro – comum também em outras cinematografias nacionais – revelada por autores como Bernardet (1979), Gatti (2000), Selonk (2004), têm consequências no consumo de filmes pelos receptores entrevistados e na prática do cineclubista *Lanterninha Aurélio*.

Os receptores assistem majoritariamente a filmes norte-americanos, sendo o gosto e o repertório marcados pela trajetória de assistência ligada a tais produções. O nó do mercado cinematográfico, quanto à exibição de filmes brasileiros, também se expressa nos poucos filmes nacionais assistidos pelos receptores, com exceção para os de forte apelo infantil e popular como, as produções estreladas pela apresentadora Xuxa e pelos Trapalhões, além de filmes de forte apelo comercial, como *Tropa de Elite* e *Dois Filhos de Francisco*.

Diante dessa problemática, o *Lanterninha* atua como uma forma de resistência diante do cenário constituído. A divulgação de produções nacionais torna-se uma bandeira, compartilhando também da proposta do movimento nacional que trabalha nesse sentido. Além disso, se durante a ditadura militar o *Lanterninha* esteve alinhado à proposta dos demais clubes de cinema do país, enquanto focos de resistência ao regime; desde o período denominado *retomada*, há também uma busca comum em relação à discussão do mercado cinematográfico instituído. As itinerâncias, por sua vez, constituem uma articulada proposta e ação nesse sentido. As relações do cineclubista com as políticas públicas parecem expressar concretamente o funcionamento dessas propostas do governo (especialmente federal), no sentido de ampliar a exibição e o consumo de cinema nacional. E é na atividade das itinerâncias que esses projetos funcionam, com os equipamentos, recursos e os catálogos de filmes disponibilizados.

Vale ressaltar, contudo, que movimentos cineclubistas como o do *Lanterninha*, voltado à valorização da cinematografia nacional, conseguirão resultados mais qualitativos se acompanhados de articulações mais abrangentes, capazes efetivamente de proporcionar um fluxo eficiente de produção, distribuição e exibição de filmes

brasileiros. É necessário conhecer e compreender o público, criar políticas que colaboram para a circulação das obras nacionais, articular cinema e educação nas suas potencialidades, incentivar propostas de exibição de diversos grupos, entretanto, pensar nas trajetórias de consumo dos sujeitos e nas suas expectativas.

Despertar o interesse do público é fundamental para a sobrevivência de qualquer cinematografia. No cenário do cinema brasileiro contemporâneo, esse objetivo parece estar sendo perseguido com mais interesse por parte das produções. Em *Adivinhadores de Água* (BRA, 2005), o cineasta Eduardo Scorel coloca essa questão como uma das principais problemáticas a ser enfrentada pelo cinema brasileiro.

O que parece necessário é reinventar um cinema brasileiro que seja adequado ao momento presente. Não se trata de reproduzir o que foi feito nos anos 60. Por melhor que possam ser alguns daqueles filmes, eles estão, como é natural, defasados em relação à platéia majoritariamente jovem que vai ao cinema hoje em dia. A questão é fazer um cinema que entre em sintonia com esse público. Esse é o desafio a vencer. Aqui e ali começam a surgir indicadores de qual pode ser o caminho, mas ainda não há uma produção quantitativamente significativa que esteja conseguindo estabelecer um elo com o espectador (Scorel, 2005, p. 30).

Levando em consideração a perspectiva destacada por Scorel, a reaproximação do público dos filmes brasileiros pode ser entendida, primeiramente, como resultante da valorização das temáticas íntimas ao cotidiano do espectador e seu imaginário por parte do cinema nacional.

As expressões artísticas, em suas diversas formas, mantêm uma relação íntima com o contexto social no qual são fomentadas. Aceitando essa perspectiva, podemos procurar desvendar, através da obra cinematográfica, traços e significações a respeito dos diversos condicionamentos aos quais os seus processos de criação estiveram, em algum momento, atrelados. O cinema é um dos espaços mais convidativos para esse tipo de exercício.

Referências bibliográficas

AGÊNCIA NACIONAL DE CINEMA (ANCINE). Apresentação. Disponível em: <<http://www.ancine.gov.br/ancine/apresentacao>>. Acesso em: 15 jul. de 2012.

BERNARDET, Jean-Claude. **Cinema brasileiro: propostas para uma história**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

BUTCHER, Pedro. **Cinema brasileiro hoje**. São Paulo: Publifolha, 2005.

CAETANO, Daniel; JUNIOR, Luiz Carlos Oliveira; MELO, Luís Alberto Rocha; VALENTE, Eduardo. Cinema brasileiro 1995-2005 – Ensaio sobre uma década. In: CAETANO, Daniel (Org.). **Cinema Brasileiro 1995-2005: revisão de uma década**. Rio de Janeiro: Azougue Editorial, 2005.

CANCLINI, Nestor García. **Consumidores e Cidadãos**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.

DAHL, Gustavo. Re-politização do Cinema Brasileiro. In: **III Congresso Brasileiro de Cinema**. Discurso de abertura, Porto Alegre, 28 jun. 2000.

SCOREL, Eduardo. **Adivinhadores de Água**. São Paulo: Cosac & Naify, 2005

GATTI, André. Cineclube. In: RAMOS, Fernão e MIRANDA, Felipe (Orgs.). **Enciclopédia do cinema brasileiro**. São Paulo: SENAC, 2000.

_____. O Mercado cinematográfico brasileiro: uma situação global? In: MELEIRO, Alessandra (Org.). **Cinema no Mundo – Indústria, política e mercado na América Latina**. São Paulo: Escrituras Editora, 2007.

MELO, Luís Alberto Rocha. Gênero, produtores e autores – linhas de produção no cinema brasileiro recente. In: CAETANO, Daniel (org.). **Cinema Brasileiro 1995-2005: revisão de uma década**. Rio de Janeiro: Azougue Editorial, 2005.

SELONK, Aletéia. **Distribuição cinematográfica no Brasil e suas repercussões políticas e sociais: um estudo comparado da distribuição cinematográfica nacional e estrangeira**. 2004. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social)-PUCRS. Disponível em: <<http://www.pucrs.br/famecos/pos/download/index.htm>>. Acesso em: 20 mar. de 2008.

Referências Filmográficas

VECHIO, Cacio. **Um homem qualquer**. [filme-vídeo]. Direção de Cacio Vechio. Brasil, 2009, 90 min. color. son.

CAMURATI, Carla. **Carlota Joaquina – Princesa do Brasil**. [filme-vídeo]. Direção de Carla Camurati. Brasil, 1995, 100 min. color. son.

CARVALHO, Walter; WERNECK, Sandra. **Cazuza**

– **O tempo não para.** [filme- vídeo]. Direção de Sandra Werneck e Walter Carvalho. Brasil, 2004. 98 min. color. son.

FERREIRA, Lírio; LACERDA, Hilton. **Cartola – Música para os olhos.** [filme-vídeo]. Direção de Lírio Ferreira e Hilton Lacerda. Brasil, 2007. 88 min. color. son.

PADILHA, José. **Tropa de Elite.** [filme-vídeo]. Filme de José Padilha. Brasil, 2007. 115 min. color. son.

SALLES, Walter. **Central do Brasil.** [filme-vídeo]. Direção de Walter Salles. Brasil / França, 1998. 113 min. color. son.

SILVEIRA, Breno. **Dois filhos de Francisco.** [filme-vídeo]. Direção de Breno Silveira. Brasil, 2005. 132 min. color. son.

Notas

1 Aluna de doutorado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social PUCRS. Bolsista CNPq. Email: dafnepedroso@gmail.com

2 Aluna de doutorado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social PUCRS. Bolsista PUCRS. Email: karineruy@gmail.com

3 Dissertação defendida no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (UNISINOS), em março de 2009, sob orientação da Prof^a. Dr^a. Jiani Bonin. Financiada com bolsa Capes (2007) e CNPq (2009). O objetivo geral da pesquisa foi investigar o processo de recepção

das mostras itinerantes de cinema organizadas pelo cineclube Lanterninha Aurélio, buscando compreender os sentidos, usos e apropriações que os receptores realizavam das exposições e as mediações que as configuravam.

4 Dissertação defendida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social (PUCRS), em março de 2011, sob orientação do Prof. Dr. João Guilherme Barone. O objetivo geral da pesquisa foi estudar as reconfigurações do mercado cinematográfico brasileiro e os diferenciais dos filmes nacionais que registraram os principais índices de público no circuito interno de salas entre os anos de 2000 de 2009.

5 A Lei Rouanet foi criada para retomar uma legislação de benefícios fiscais para a cultura, que até 1990 funcionava através da Lei Sarney, suspensa pelo governo Collor.

6 A esse movimento, costumou-se chamar ‘retomada do cinema brasileiro’, termo identificado por André Gatti como excessivamente otimista (2007), mas que ganha sentido quando levado em consideração a contextualização histórica do período. Por outro lado, Butcher acredita na eficiência do conceito quando se entende que sua intenção não é dar a ideia de renascimento, mas sim, literalmente, da retomada de algo que teve sua trajetória interrompida. (Butcher, 2005, p. 15).

7 Na proposta referida no quarto item do documento, sob o título ‘Em relação à organização do Estado’, lê-se a seguinte ação: “Criar, no âmbito governamental, um órgão gestor da atividade cinematográfica no

Brasil, com participação efetiva do setor e com finalidades amplas de ação como agente formulador de políticas e de informação, agente regulador e fiscalizador de toda a atividade e agente financeiro. (3º CONGRESSO BRASILEIRO DE CINEMA, 2000)”.

8 A atuação da entidade encontra-se articulada ao Conselho Superior de Cinema, criado em 2001 com a finalidade de formular e implementar políticas públicas para o desenvolvimento da indústria cinematográfica nacional.

9 Participação no mercado.

10 Durante a realização da pesquisa, foram observadas cinco exposições do *Cineclube Lanterninha Aurélio Itinerante* (realizadas de junho de 2007 a janeiro de 2009), aplicados questionários e entrevistas coletivas e individuais com os receptores das mostras observadas. Foram feitas, também, entrevistas individuais com a equipe do *Lanterninha Aurélio Itinerante*.

11 Uma pesquisa realizada pelo instituto Vox Populi a pedido da revista Veja na época do lançamento do filme traz alguns apontamentos interessantes para compreendermos como *Tropa* impactou a audiência brasileira: para 72% dos entrevistados os criminosos que aparecem no filme são tratados como merecem; quase 80% concordam que a polícia é apresentada com fidelidade; 85% responderam que o raciocínio do Capitão Nascimento está correto; 53% vêem o personagem de Wagner Moura como um herói e 43% com relativa simpatia; 51% dos espectadores desaprovaram a tortura como um meio de extrair

confissões de criminosos, contra 47% a favor do método (Carneiro, 2007).

12 A direção e o roteiro são de Lírio Ferreira e Hilton Lacerda. O filme tem 88 minutos e é permeado de imagens de arquivos e de cenas de diversos filmes brasileiros. A escolha dos cineclubistas por esse filme se deu por abordar questões sobre a música brasileira. De acordo com a sinopse:

Esta é a história de Angenor de Oliveira, mais conhecido como Cartola. Um dos mais importantes compositores da música brasileira de todos os tempos, Cartola é o autor de obras-primas como “O Mundo é um Moinho”, “As rosas não falam”, entre outras. Os diretores Lírio Ferreira e Hilton Lacerda mostram a importância de Cartola para a música brasileira, traçando um emocionante painel do autêntico samba de origem e seus principais expoentes. Um retrato de um homem que renasceu várias vezes. (Sinopse do filme distribuído pela Europa Filmes).