



## **Cinemas Possíveis<sup>1</sup>**

### **Coordenação:**

Prof. Dr. Miguel Pereira (PUC/RJ)

### **Participantes:**

Miguel Pereira<sup>2</sup>, docente, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC/RJ

João Paulo Rodrigues Matta<sup>3</sup>, doutorando, Universidade Federal da Bahia – UFBA

Daniela Pfeiffer<sup>4</sup>, mestranda, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC/RJ

## **RESUMO**

O objetivo da mesa é discutir diferentes modos de produção e consumo audiovisual, que constituem a dinâmica do mercado e fornecem elementos para a formação de sociabilidades. Cinemas possíveis convivem de forma desigual no cenário cultural e contribuem, cada um à sua maneira, para alimentar as demandas artística e industrial sem as quais o cinema não sobrevive. A partir dos modelos estabelecidos pelo cinema hegemônico norte-americano, pelas co-produções internacionais e por produções da periferia, a proposta é investigar e debater como diferentes cinemas dialogam entre si e desenvolvem processos de re-colonização, globalização e resistência num cenário de inúmeras possibilidades criativas e estruturais.

## **PALAVRAS-CHAVE**

Cinemas possíveis; hegemonia norte-americana; co-produções internacionais; cinema de periferia

---

<sup>1</sup> Mesa apresentada no III Colóquio Multitemáticos em Comunicação - Multicom, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> **Miguel Pereira** é Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social (PUC/RJ), Doutor em Ciências da Comunicação (USP) e Mestre em Artes (USP). E-mail: serpa@puc-rio.br..

<sup>3</sup> **João Paulo Rogrigues Matta** é Doutorando no Programa Multidisciplinar em Cultura e Sociedade (UFBA), Mestre em Administração (UFBA), Especialista em Economia Baiana (UNIFACS), membro do Centro de Estudos Multidisciplinares em Cultura (CULT) da UFBA e Analista de Desenvolvimento da Agência de Fomento do Estado da Bahia (DESENBÁHIA). E-mail: jpmatta@terra.com.ba.

<sup>4</sup> **Daniela Pfeiffer** é Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social (PUC/RJ), Especialista em Comunicação e Imagem (PUC/RJ) e Analista da Coordenação de Acompanhamento de Projetos da Agência Nacional do Cinema (ANCINE). E-mail: dani.pfeiffer@bol.com.br.



## **PROPOSTA DA MESA**

Motivado por mudanças tecnológicas, econômicas e culturais, o cinema tem se desenvolvido num cenário cada vez mais abrangente e diversificado. Inicialmente voltada para a representação, na tela, de fatos da vida cotidiana, a sétima arte já conheceu e serviu a diferentes propósitos e funções. Foi explorada e consumida como propaganda, utilizada para fins políticos, classificada em gêneros, modificada em função da evolução dos aparatos técnicos. No entanto, mais de cem anos depois de sua invenção, o cinema não esgota suas possibilidades.

Ao longo de sua evolução, o cinema tem transitado dialeticamente entre o possível e o impossível. Enquanto sétima arte está sempre se recriando e inovando, desafiando a fronteira do impossível. Como indústria cultural de grande lucratividade, mas também de alto risco, precisa se desenvolver diante dos limites das reais possibilidades de sua cadeia produtiva regional, nacional e globalmente.

Indissociavelmente arte e indústria, a atividade cinematográfica é experimental e exploratória por natureza. Assim, o cineasta é um desbravador, sempre em busca de novas alternativas e modos de viabilizar suas produções, com características de artista e empreendedor, uma vez que precisa se preocupar não só com a realização e a qualidade artística de seu filme, mas também com a coordenação da equipe e das condições estruturais que permitirão que este filme se realize e efetivamente chegue ao público.

### **Cinema hegemônico**

A dinâmica produtiva que dita a produção e a difusão no cinema é dominada globalmente há décadas por Hollywood. O modelo hegemônico de dominação norte-americana tem prevalecido e influenciado o cinema mundo afora. Trata-se de uma indústria fortemente consolidada, com firmes estratégias de ocupação de mercado e comunicação com o público. Um cinema cuja produção desenvolveu conteúdo e estrutura narrativa que conquistou diferentes países, conseguindo assim grandes êxitos de bilheteria em diversas regiões do mundo.

No Brasil, a presença desse modelo hegemônico prevalece através de lançamentos mundiais de *blockbusters* ou de pacotes de filmes das *majors* de Hollywood, mas também através do predomínio do sucesso de produções nacionais de cunho televisivo e



que trazem o selo da produtora Globo Filmes. Atualmente, cerca de 90% do mercado brasileiro de cinema é ocupado por produções norte-americanas. Por outro lado, durante a retomada do cinema brasileiro, 85% dos filmes de maior bilheteria tinham o selo Globo Filmes<sup>5</sup>. Tais dados evidenciam a necessidade de analisar as condições sobre as quais estas produções se desenvolvem, bem como suas transformações a partir das novas tecnologias e da convergência audiovisual.

Neste cenário de dominação sedimentado em fatores históricos, cabe questionar: Existiriam experiências em curso na indústria cinematográfica, no sentido de desenvolver alternativas ao cinema hegemônico?

Já se sabe há muitos anos que é uma ilusão qualquer tentativa de lutar contra a indústria norte-americana. Pelo bem ou pelo mal, seus filmes possuem grande influência na construção da sociabilidade e na forma como os indivíduos percebem o mundo. Por isso, sua estrutura merece ser analisada a fundo, para que se possa não só saber conviver com a presença de suas produções no mercado, como buscar alternativas. Neste sentido pode-se perceber “o modo como a cultura da mídia transcodifica as posições dentro das lutas políticas existentes e, por sua vez, fornece representações que, por meio de imagens, espetáculos, discursos, narrativas e outras formas culturais, mobilizam o consentimento a determinadas posições políticas.” (KELLNER, 2001, p. 86)

Como se pode observar, os produtos da cultura da mídia vinculam-se a retóricas, lutas e discursos políticos. Não é à toa que a indústria cinematográfica norte-americana é tão valorizada por seu país. Além da importância econômica, o cinema deve ser interpretado como um campo de lutas por efeitos políticos, cujos modos de produção constituem uma etapa fundamental. Quem produz este cinema, como, e para quem, são questões que permeiam a atualidade das indústrias culturais, e que, portanto, merecem ser discutidas no âmbito da academia.

### **Cinema incentivado e co-produções internacionais**

O cinema caracteriza-se como uma arte elitista tanto do ponto de vista da produção quanto do consumo. Assim, se os Estados Unidos possuem uma indústria comandada pelos grandes estúdios, no Brasil a produção cinematográfica é realizada de maneira “independente”, através das leis de incentivo à cultura. O termo independente deve ser

---

<sup>5</sup> Fonte: Filme B.



relativizado, uma vez que os filmes são realizados com recursos públicos, captados através de renúncia fiscal. Ou seja, o Estado intervém de forma indireta na produção, ao disponibilizar e regular a utilização destes recursos sem, no entanto, interferir em questões artísticas dos projetos.

Apesar do grande volume de recursos disponibilizados para o exercício da atividade, as produções brasileiras não conseguem posicionar-se frente à ocupação norte-americana. O cenário, portanto, não é tão simples quanto aparenta. O resultado são muitas produções (em termos quantitativos) e poucos sucessos de bilheteria.

Para sobreviver a esta realidade, cujas características de submissão à indústria cinematográfica norte-americana são compartilhadas por países do mundo todo, observa-se um movimento dos produtores brasileiros que estão se unindo cada vez mais a produtores de outros países na realização de co-produções internacionais.

Mais do que uma alternativa econômica, este novo cinema que vem sendo realizado dialoga com as tendências dos processos de mundialização da cultura, evidenciando “a necessidade de, nos campos da cultura e da comunicação, passarmos do mero cotejo de diferenças, da reprodução de estereótipos e da retórica diplomática à cooperação em projetos compartilhados.” (CANCLINI, 2007, p. 255)

Assim, aos poucos vemos surgir no cenário audiovisual um cinema global, onde dois ou mais países se associam para viabilizar e fazer circular suas cinematografias. A evolução do número de co-produções internacionais nos últimos anos demonstra que, enquanto em 1995 (ano da retomada da produção cinematográfica) houve apenas uma co-produção, em 2007 foram realizadas onze co-produções.

Segundo dados da ANCINE, atualmente existem trinta e seis projetos de co-produção internacional em realização (considerando as etapas de captação de recursos, preparação, filmagem e finalização). Esta realidade tem despertado o desenvolvimento, pelo governo, de políticas que incentivem estas co-produções, considerando a tendência natural ao intercâmbio de culturas e mercados.

Neste novo universo cabe a reflexão acerca da nacionalidade de um filme feito com atores, equipe, e locações de vários cantos do mundo. Para alguns produtores, a nacionalidade do filme está diretamente relacionada ao volume de recursos investidos. Assim, um filme cuja maioria dos aportes tenha sido efetivada pelo Brasil, será brasileiro, por exemplo. No entanto, este critério é questionável, uma vez que existem elementos estéticos e culturais que são fundamentais à análise crítica deste tipo de filme. Mais uma vez o diálogo entre arte e mercado se faz presente, fazendo deste cinema um



campo rico para reflexões sobre os modos de produção alternativos e para o debate acerca da identidade de um filme enquanto expressão cultural, resultado de uma experiência compartilhada por diferentes países.

### **Cinema de periferia**

Há que se considerar, no entanto, que também as co-produções internacionais são práticas elitistas de realização audiovisual. Seguindo a lógica de uma estrutura hiper dimensionada de grandes custos, dependente do público para sobreviver, pode-se afirmar que as indústrias (hegemônica e incentivada/co-produzida) preenchem a cena cultural com suas produções.

A questão é que, hoje, o fator recursos financeiros não é mais impedimento à realização cinematográfica. No horizonte das novas tecnologias e da convergência digital, surgem outras alternativas de produção, como o cinema de periferia, feito por núcleos e oficinas nas comunidades, que desperta o debate para a democratização do fazer e do consumo artísticos, e para a renovação da linguagem audiovisual.

Elas produzem uma espécie de re-distribuição do conhecimento, uma re-distribuição da riqueza cultural capaz de mudar o mundo. Hoje, no Brasil, essas novas tecnologias já estão ao alcance de quase todos, mesmo que de modo ainda precário e pouco passível de uma difusão ampla e generalizada. (...) É preciso que estes cineastas se incorporem ao conjunto do cinema brasileiro e não apenas sobrevivam à sua margem. São cineastas brasileiros e, como tal, enriquecerão e transformarão, com suas idéias novas, o cinema feito no país. (DIEGUES, 2007, p. 51)

Assim, mais do que um modo de produção alternativo, o cinema feito pela periferia contribui para a construção de outros olhares, tornando-se um rico instrumento de expressão dos moradores das comunidades, e renovando a linguagem e o fazer cinematográficos.

Por se tratar de uma prática que começou a ser realizada recentemente, o cinema de periferia constitui-se como um vasto campo a ser explorado. Além das transformações sociais e culturais resultantes do contato com a sétima arte, é preciso refletir sobre o lugar destas produções no setor audiovisual e suas reais possibilidades de diálogo com as outras cinematografias.

### **Conclusão**



O cinema hegemônico veicula seu discurso através de estratégias de ocupação do mercado e conquista do público. Frente a esta realidade, diferentes modelos de produção se apresentam, conquistando espaços de permanência, ao dialogarem entre si e com outras manifestações culturais, “infundindo sua visão de mundo sem negar o acesso ao pensamento que lhe confronte. Ou seja, o grupo não pode fechar-se em si mesmo, mas deve construir um padrão próprio de produção, alternativo ao modelo hegemônico, implementando formas alternativas de comercialização e de capitalização para seus projetos.” (AGUIAR, 2005, p. 17)

Cinemas possíveis convivem e se destacam de forma desigual no cenário cultural, e contribuem, cada um à sua maneira, para alimentar as demandas artística e industrial sem as quais o cinema não sobrevive. A partir dos modelos estabelecidos pelo cinema hegemônico norte-americano, pelas co-produções internacionais e por produções da periferia, esta mesa propõe-se a investigar e debater como diferentes cinemas dialogam entre si e desenvolvem processos de re-colonização, globalização e resistência num cenário de inúmeras possibilidades criativas e estruturais.

## **TÍTULOS E RESUMOS DOS PARTICIPANTES DA MESA**

### **Resumo 1**

#### **Cinema de periferia**

Miguel Pereira, docente, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC/RJ

Conceitualmente impreciso, assim como outros termos que se referem à cinematografia produzida fora do sistema convencional e hegemônico, cinema de periferia é também uma expressão ambígua. Menos discutir o conceito, importa avaliar esses modelos tanto do ponto de vista do incentivo, como de suas linhas estéticas e propostas de registro audiovisual. São muito diversas as experiências já consolidadas, do mesmo modo que outras estão em andamento. Trata-se, portanto, de um processo, em que o cinema é a expressão audiovisual que projeta uma ótica interna e a voz de si. Pretende-se analisar alguns desses filmes em seu diálogo com a cultura predominante na sociedade contemporânea. Do mesmo modo que modelos desse tipo estão em andamento, este mapa analítico é também uma tentativa inicial de diálogo com os cinemas possíveis.

### **Resumo 2**



## **Cinema hegemônico**

João Paulo da Matta, doutorando, Universidade Federal da Bahia – UFBA

A história do cinema mundial há décadas é regida pela hegemonia norte-americana. Desde 1914, com a I Guerra Mundial, essa lógica prevalece e dita a evolução estrutural da indústria cinematográfica, renovando-se e transformando-se com o desenvolvimento tecnológico e o advento e a popularização de novas mídias audiovisuais. Esta hegemonia foi cultivada pela construção e otimização de um modelo de cinema extremamente eficiente em sua dinâmica industrial e eficaz em sua comunicação com o público global. O objetivo deste trabalho é apresentar e discutir a conformação histórica das principais características do cinema hegemônico, refletindo sobre seus efeitos na indústria cinematográfica brasileira.

## **Resumo 3**

### **Co-produções internacionais**

Daniela Pfeiffer, mestranda, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC/RJ

O modelo de co-produções internacionais tem se apresentado cada vez mais como uma alternativa à utilização dos recursos públicos incentivados. Uma vez que a produção audiovisual brasileira ainda não conseguiu estabelecer um diálogo com o caldo cultural contemporâneo do país e fora dele, o mercado de co-produções internacionais surge como uma alternativa ao desenvolvimento sustentável do setor, que possibilita a conexão entre diferentes culturas e identidades, gerando produtos audiovisuais híbridos tanto em termos estruturais (elenco, equipe e locações de diversas partes do mundo) quanto em termos artísticos. Pretendemos analisar as conjunturas deste novo modelo que se apresenta ao mercado, bem como seus reflexos na expressão audiovisual do país.

## **REFERÊNCIAS**

AGUIAR, Lucio. **Olhar arrevesado**: Estudo de Caso Sobre a Produção Audiovisual de Localidade na Cidade do Rio de Janeiro, 2005. 237 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2005.

ANCINE. [www.ancine.gov.br](http://www.ancine.gov.br) . <acessado em 15 de junho de 2008>

CANCLINI, Néstor Garcia. **Diferentes, Desiguais e Desconectados**: Mapas da Interculturalidade. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2007.



DIEGUES, Carlos. **Cinco mais Cinco**: os Maiores Filmes Brasileiros em Bilheteria e Crítica. Rio de Janeiro: Legere Editora, 2007.

FILME B – edição especial, maio de 2008.

KELLNER, Douglas. **A Cultura da Mídia** – Estudos Culturais: Identidade e Política Entre o Moderno e o Pós-moderno. Bauru: EDUSC, 2001.

LYRA, Bernardette e SANTANA, Gelson (Org.). **Cinema de Bordas**. São Paulo: Editora a lapis, 2006.

MATTA, João Paulo Rodrigues. **Análise Competitiva da Indústria Cinematográfica Brasileira no Mercado Interno de Salas de Exibição, de 1994 a 2003**. 2004. 296 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Escola de Administração, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2004.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e Cultura**. São Paulo: Braziliense, 2003.

PAIVA, Raquel e BARBALHO, Alexandre (Org.). **Comunicação e Cultura das Minorias**. São Paulo: Paulus, 2005.

ROSENFELD, Anatol. **Cinema: Arte & Indústria**. São Paulo: Editora Perspectiva, 2002.

SILVEIRA, Walter. **A História do Cinema Vista da Província**. Salvador: Governo do Estado da Bahia, 1978.

VISÕES PERIFÉRICAS. **Catálogo do Festival Audiovisual Visões Periféricas**. Rio de Janeiro, 2007

VOGEL., Harold L. **Entertainment Industry Economics**: a guide for financial analysis. New York: Cambridge University Press. 1998.