

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE ARTES E COMUNICAÇÃO SOCIAL
DEPARTAMENTO DE CINEMA E VÍDEO

Mariana Kissa Soares dos Santos

Do Alternativo ao Hegemônico:

A interação social dos festivais de cinema e seu reflexo na cadeia produtiva do mercado
audiovisual brasileiro

Niterói - RJ

2014

MARIANA KISSA SOARES DOS SANTOS

Do Alternativo ao Hegemônico: A interação social dos festivais de cinema e seu reflexo na cadeia produtiva do mercado audiovisual brasileiro

Monografia apresentada à Universidade Federal Fluminense como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Cinema e Audiovisual.

Orientador: Prof. Alexandre Guerreiro.

Componentes da banca: Prof^a. Elianne Ivo e Prof^a. Eliany Salvatierra.

Niterói - RJ

2014

Ao meu amigo, conselheiro e mestre. Ao homem que me ensinou a sonhar e a viver. Ao meu exemplo de dedicação, de perseverança e de luta. Ao meu pai.

(...) tenho em mim todos os sonhos do mundo.
Fernando Pessoa

AGRADECIMENTOS

À minha família, em especial, meu pai, minha mãe e minha irmã, pelas lições, pelas broncas, por aturarem meus estresses e pelo constante incentivo aos meus estudos e apoio às minhas decisões.

À minha segunda família, meus amigos - os distantes e os próximos, os recentes e os antigos, os presentes e aqueles que mal aparecem no Facebook - pelo companheirismo, pela paciência, por darem mais leveza aos meus dias e por não desistirem de mim mesmo nesse momento antissocial da minha vida.

Em especial, à Marcela e à Nosara, por ouvirem todas as minhas lamúrias e ainda assim não me deixaram desistir. Pela amizade, pela persistência e pela confiança.

Aos meus companheiros de trabalho, por em pouco tempo já terem me ensinado tanto e por terem compartilhado comigo bons momentos e compreendido minhas preocupações e limitações durante esse processo de elaboração de minha monografia.

Em especial, à dupla imbatível Felipe e Tânia, pelas risadas, pela descontração e pela enorme paciência em responder até às minhas dúvidas mais estúpidas.

À Ilda Santiago e todos os outros incansáveis profissionais do cinema que dedicaram parte do seu tempo e me forneceram importantes informações para essa pesquisa.

À UFF e aos meus professores, meus mestres dentro e fora de sala de aula, que ajudaram em minha formação profissional e pessoal e me apresentaram as diversas, apaixonantes e instigantes facetas do audiovisual.

Em especial, ao Prof. Tunico Amâncio por ter me dado os primeiros aconselhamentos para a elaboração desse trabalho e às Profs. Elianne Ivo, pelo primeiro voto de confiança nessa área, pelos ensinamentos de vida e por ter me dado segurança para continuar meu caminho, e Eliany Salvatierra, pela preocupação com nosso curso e pela doçura e carinho que sempre demonstrou ter por seus alunos, amigos e possíveis-futuros-alunos (como eu). Agradeço, também, por aceitarem participar da minha banca.

Ao (último, mas não menos importante) meu orientador Alexandre Guerreiro, pelos questionamentos e conselhos sempre muito pertinentes em relação ao meu tema. Pela paciência, pela confiança e pelo apoio.

Enfim, a todos que, de longe ou de perto, me deram força para seguir em frente. Sigamos juntos. Obrigada.

RESUMO

O presente trabalho visa analisar o setor nacional de festivais de cinema sob o ponto de vista mercadológico e através de um viés social a fim de se explorar as potencialidades inerentes a este setor e sua possível influência sobre o desempenho comercial da produção cinematográfica brasileira. A partir de uma abordagem histórica do cenário de criação e desenvolvimento deste setor, busca-se chegar nos desdobramentos econômicos, políticos e culturais que motivaram sua eclosão em território nacional e, por conseguinte, em seu crescente fortalecimento como elo da cadeia produtiva do mercado audiovisual e como meio de aproximação entre o cinema e a sociedade. É seguindo esta metodologia que se busca estudar de forma mais específica três dos principais festivais do Brasil (Brasília, Gramado e Rio), suas ações em prol da promoção e acesso ao filme brasileiro e a repercussão de tais ações principalmente no que concerne ao desempenho das produções premiadas através do Voto Popular. Não se busca travar relações diretas, de causa e efeito, entre as ações perpetradas por este segmento e os resultados obtidos no circuito exibidor tradicional, mas entender o impacto dessas medidas na formação do público do cinema brasileiro e na conseqüente aproximação dessa atividade com a população que a circunda.

Palavras-chave: Festival de cinema; Ação social; Mercado audiovisual; Público; Diálogo; Exibição; Alternativa.

ABSTRACT

The present study aims to analyze the film festivals sector from a marketing perspective and through a social slant in order to explore the potentialities of this sector and its possible influence on commercial performance of the Brazilian film production. From a historical approach of the scenery of creation and development of this sector, it is intended to reach the economic, political and cultural ramifications that motivated its expansion in the national territory and hence its growing strengthening as a link in the production chain of the audiovisual market and as a way of rapprochement between cinema and society. By following this methodology, it is sought to study more specifically three of the major festivals in Brazil (Brasília, Gramado e Rio), its actions towards the promotion and the access to the Brazilian film and the repercussion of these actions mainly regarding the performance of the winning film productions awarded through the Popular Vote. It isn't a objective to wage direct relations, of cause and effect, between the measures perpetrated by this segment and the results obtained in the traditional exhibition market, but to understand the impact of these measures in the development of Brazilian cinema audience and the consequent rapprochement of this activity with the population that surrounds it.

Keywords: Film Festivals; Social Action; Audiovisual Market; Public; Dialogue; Exhibition; Alternative.

SUMÁRIO

Introdução	8
1. Panorama histórico da criação e estabelecimento do circuito global de festivais de cinema	12
1.1. O crescimento de mais um setor estratégico para os governos locais: os primeiros festivais de cinema	12
1.2. A primeira janela de um filme: a consolidação do mercado de festivais	18
2. O mercado brasileiro de festivais de cinema e seu reflexo no cenário sócio-cultural nacional	25
2.1. O início da consolidação de um setor	25
2.2. A alternativa que restou? O boom dos festivais a partir de 1990	29
2.3. O reflexo do setor no desenvolvimento econômico nacional	33
3. A distribuição e a participação popular nos festivais de cinema brasileiros	38
3.1. Festival de Brasília e <i>Elena</i>	43
3.2. Festival de Gramado e <i>O Som ao Redor</i>	48
3.3. Festival do Rio e <i>A busca</i>	55
Conclusão	61
Bibliografia	64

INTRODUÇÃO

Partindo do pressuposto de que “a atividade cinematográfica só se completa quando acontece o encontro com o público” (ANGERAMI, 2010, p. 75) e de que vivemos em uma sociedade em que os veículos tradicionais de comunicação e principais formadores de opinião estão sob o poder de poucos e influentes grupos midiáticos, esse estudo se estabelece através da crescente necessidade de se pesquisar meios de estimular e amparar a realização de novos discursos e de expressões culturais variadas que façam frente a essa dinâmica hegemônica que nutre as relações atuais.

No que tange à indústria cinematográfica, essa centralização de poder é extremamente nociva para a estruturação da cadeia produtiva audiovisual uma vez que o cinema permanece sendo a vitrine da produção nacional e a janela principal para a definição da performance do produto audiovisual em seu caminho tradicional de consumo.

Dessa forma, quando nos deparamos com o quadro atual de produção, distribuição e exibição cinematográficas e o analisamos a partir de uma perspectiva de mercado mais ampla, percebemos que essa articulação com outras janelas de consumo e outros agentes culturais está extremamente dependente dos interesses desses grandes grupos midiáticos, ficando o governo com a tarefa de garantir o espaço da produção audiovisual independente em seu próprio mercado, o que é ainda mais preocupante se considerarmos que

O produto audiovisual se define e se coloca de maneira estratégica, seja no conjunto de forças representativas da produção cultural, seja na cesta de mercadorias de expressão na balança comercial. E esse atributo estratégico adquire uma dimensão ainda maior quando se considera o fato de que ele pode ser um elemento de suma importância na defesa e na preservação das identidades locais. (BERTINI, 2008, p. 36)

É ao reforçar essa característica estratégica do conteúdo audiovisual nos mais diversos setores da sociedade, que a faceta dominante das relações que o constituem revela-se mais pernicioso e que as medidas de valorização do diferente e do experimental surgem como ações eficazes para o desenvolvimento sadio de uma sociedade. Assim, mais do que elaborar um discurso de defesa à inclusão e à interlocução com o não hegemônico, esse estudo pretende se aprofundar no processo de construção coletiva (e essencialmente popular) que foge às relações repressoras e não

dialógicas dos poderosos e que ao mesmo tempo mostra-se essencial para o estabelecimento de uma economia saudável e eficiente.

Assim como em qualquer setor produtivo da sociedade, o diálogo entre o social e o comercial é extremamente positivo e necessário quando se trata dessa influente e concentrada indústria cinematográfica. Descentralizar esse discurso hegemônico, permitindo a entrada de novos agentes a esse importante mercado cultural, é um desafio enfrentado por muitos há muito tempo e foi o que despertou o interesse pelo objeto desse trabalho: os festivais de cinema.

Busca-se, através desse estudo, formar uma visão mais ampla, consistente e crítica sobre o setor de festivais cinematográficos tendo como ponto de partida uma abordagem macro deste segmento e chegando a enfoques mais precisos. Tal opção se deu em razão da necessidade precípua de contextualização do momento por qual passa o referido setor – momento de expansão e, ao mesmo tempo, de instabilidade, de diálogos mais abertos com a sociedade, mas, por outro lado, elitização e segregação, de adaptação tecnológica e dificuldade de fugir ao tradicional.

Após este exercício de aprofundamento histórico do contexto de surgimento desse segmento, demonstrando a direta relação entre este fato e os fatores geopolíticos que marcaram o desenvolvimento do mundo atual, o estudo será direcionado às questões nacionais a partir de uma pesquisa mais embasada em dados quantitativos referentes ao mercado de cinema brasileiro.

Assim, buscar-se-á aprofundar o conhecimento e explorar as potencialidades mercadológicas e sociais do setor de festivais de cinema através de uma metodologia de estudo ditada por uma pesquisa ampla e expositiva e por uma análise crítica e comparativa entre o circuito alternativo e o hegemônico de exibição, tendo como enfoque principal a relação deste sistema com seu público em potencial.

Não se pretende com essa comparação, porém, valorar de forma maniqueísta um ou outro circuito nem produzir uma relação direta e metódica do impacto do segmento dos festivais sob o mercado tradicional, mesmo porque existem muitos outros fatores que influenciam o desempenho de um determinado filme em seu processo de comercialização e que merecem estudos mais elaborados do que o apresentado a seguir.

A intenção aqui é compreender essa relação e pensar de que forma os festivais de cinema acabam por aproximar a atividade cinematográfica da sociedade que o cerca e se refazem constantemente a partir das transformações da mesma. Essa relação de retroalimentação está presente em todos os segmentos da cultura, dos alternativos aos

hegemônicos, porém, por não serem pautados apenas por questões comerciais e tendo, assim, uma maior liberdade para lidar com os agentes desse mercado sem a necessidade de uma mediação econômica, esses eventos espelham mais claramente os anseios de seu público ao serem afetados diretamente pelas mudanças de seu tempo.

Dessa forma, por ser esse setor uma célula mais sensível à participação popular, busca-se entender que público é esse que modifica e é modificado por ele e de que maneira esses mesmos agentes se colocam diante do mercado hegemônico do cinema. Ou seja, a preocupação por trás desse estudo é a de entender como e com que intensidade os festivais de cinema atuam na formação do público que será o futuro consumidor no mercado tradicional do cinema.

Porém, compreendendo a vastidão e o alcance global desse setor, e devido ao interesse em realizar uma investigação mais profunda em torno da produção nacional cinematográfica, esse estudo dirigirá seu foco para o setor brasileiro de festivais e a sua importância para os filmes aqui produzidos, tendo como objeto principal a análise de festivais de grande porte por perceber sua posição de maior influência e prestígio dentro do mercado. Para melhor definir o que seria esse tipo de evento audiovisual, esse estudo se atém a descrição de Antônio Leal e Tetê Mattos (2008, p. 21):

(...) iniciativa estruturada em mostras ou sessões capaz de promover o produto audiovisual, respeitando-o como manifestação artística e disponibilizando-o à sociedade, com proposta de periodicidade regular. Ou seja, eventos que buscam continuidade e um calendário fixo.

Assim, como indicado anteriormente, a fim de melhor compreender essa função social e, ao mesmo tempo, mercadológica desse circuito alternativo dos festivais, no capítulo inicial desse trabalho é apresentado um breve levantamento histórico do surgimento desse setor e de sua consolidação como atividade estratégica para desenvolvimento econômico (atrelando-se fortemente ao setor turístico e enfatizando o lado glamoroso e elitista de suas sessões) e para o fortalecimento de relações diplomáticas de um país – motivo pelo qual se compreende o florescimento desse setor durante o período do pós-guerra.

Com o passar do tempo (principalmente após as manifestações do final da década de 60), verifica-se o aparecimento de novas pautas determinantes para a criação de festivais com diferentes enfoques – desenvolvimento artístico e social, estímulo à produção independente, criação de espaços de negócios, projeção de novas

cinematografias, entre outros. É nesse contexto de desenvolvimento de espaços alternativos de exibição que se propagam ações similares no cenário cultural brasileiro.

Seguindo a tendência de fortalecimento e ramificação desse segmento, o país inicia sua imersão no circuito de festivais e, mesmo que com certo atraso, passa a reunir esforços, ainda que isolados, para a criação desses eventos e consequente ampliação da interação fílmica, do diálogo com produções estrangeiras e do fomento ao cinema local. O surgimento dos primeiros festivais, as tentativas que não se efetivaram e a solidificação e multiplicação dos festivais de cinema em território nacional são abordadas resumidamente no segundo capítulo no qual também é feita uma reflexão mais aprofundada sobre seu impacto atual em nossa economia. Objetiva-se, assim, construir bases empíricas para compreensão do potencial cultural, econômico e social deste setor.

Por fim, em uma tentativa mais pontual de relacionar a influência econômica e social desses eventos e de reforçar a tese de que estes preenchem, mesmo que parcialmente, o gargalo existente no mercado convencional de cinema, são desenvolvidos três estudos de caso ligados a grandes festivais do país, através dos quais são traçadas aproximações entre as ações empreendidas por esses eventos e o alcance popular das produções que por eles passam. As obras abordadas foram escolhidas dentre os vencedores das edições de 2012 desses três festivais na categoria de Melhor Filme pelo Voto Popular. A escolha dessa premiação se fez por entender esse mecanismo como um dos que mais agrega valor à interação do público nas sessões de filmes e com o intuito de melhor compreender o desempenho dessas produções após cada um desses festivais e, principalmente, em sua comercialização no setor de salas de exibição.

1. PANORAMA HISTÓRICO DA CRIAÇÃO E ESTABELECIMENTO DO CIRCUITO GLOBAL DE FESTIVAIS DE CINEMA

Embora o pequeno número de estudos acadêmicos e levantamentos de dados sobre o início da era dos festivais de cinema não nos permita ter uma posição mais concreta e segura em relação às primeiras iniciativas nesse setor, é muito evidente que as ações de exibição de filmes, em forma de festivais de cinema, compõem um fenômeno bem antigo que se começou a esboçar poucos anos após a invenção do próprio cinema.

Essas iniciativas, mesmo que ainda pouco estruturadas e regulares, já revelavam o interesse em promover maior acesso e visibilidade a obras audiovisuais que, apesar de ter um mercado em rápida ascensão, na época enfrentavam obstáculos estruturais e tecnológicos à sua difusão – reflexos de um mercado ainda muito incipiente.

Nos anos 30, seguindo o caminho de bem sucedidas mostras em outros campos de atuação da Cultura, o cinema passa a ser de fato incorporado, através do segmento de Festivais, ao panorama artístico europeu, mais especificamente ao calendário cultural de Veneza, na Itália. Essa incorporação não apenas impulsionou a indústria desse país como também funcionou como arma diplomática para consolidação de parcerias estratégicas e políticas nacionalistas.

Após muitas tentativas de estabelecimento desse tipo de evento de exibição cinematográfica – sendo a primeira datada de 1898 com o Festival de Cinema em Mônaco, seguido de festivais em Torino, Milão, Palermo (Itália), Hamburgo (Alemanha) e Praga (República Checa) – o primeiro Festival de Cinema a ser organizado anualmente, destacou-se não só por sua regularidade como também por seu *status* internacional. Assim, o Festival de Veneza logo entusiasmou a classe cinematográfica – contando até mesmo com o apoio de Louis Lumière –, porém, não tardou em revelar sua verdadeira face intervencionista em suas diversas ações.

1.1. O crescimento de mais um setor estratégico para os governos locais: os primeiros festivais de cinema

A partir do ano de 1885, Veneza passou a organizar a sua *Arts Biennale* (Bienal de Artes) na qual foi incorporado o Festival Internacional de Cinema de Veneza, no ano de 1932, a partir da idealização do Ministro italiano das Finanças, amigo pessoal de

Mussolini e então presidente da *Biennale*, conde Giuseppe Volpi di Misurate. Juntamente com o escultor Antonio Maraini, Secretário Geral do Governo, e com Luciano De Feo, Secretário Geral do Instituto Internacional para o Cinema Educativo, Volpi começou a ampliar o escopo de atuação da Bienal de Artes, que se dedicava apenas às artes figurativas e que, após 1930, passa a incluir festivais de música, cinema, poesia e teatro.

Entretanto, as motivações para essa diversificação não eram apenas culturais. Por trás dessa preocupação em expandir a Bienal de Artes de Veneza, escondiam-se também intenções políticas e econômicas, como a de atrair turistas para a rede de hotéis de luxo a qual o Conde Volpi era associado¹ e, principalmente, a de servir como mais um importante instrumento de visibilidade e influência do governo fascista de Mussolini.

Desde 1926, a indústria cinematográfica italiana era comandada por Mussolini e por seu irmão. Com o Festival de Veneza não foi diferente. Para que o evento fosse criado, Maraini pediu autorização ao líder fascista e defendeu o evento como sendo um festival de grande apelo nacional e internacional – indo ao encontro da maneira como o este passaria a ser conhecido: “como um evento internacional e glamoroso assistido por um público de profissionais cinematográficos de elite e o *beau monde*”² (VALCK, 2007b, p. 23).

No entanto, a intervenção política sobre o Festival de Veneza somente veio a se tornar mais evidente quando seu controle deixa de ser exercido pela diretoria de Luciano de Feo e passa ao recém criado, na época, Ministério da Imprensa e Propaganda em 1935. No ano seguinte, um decreto-lei instituiu definitivamente o caráter anual do evento e este passou a expressar de forma mais direta as predileções do governo de Mussolini, favorecendo produções italianas e alemãs.

A pressão governista ficou mais evidente no ano de 1938 quando o prêmio principal do festival foi concedido a *Olympia* (de Leni Riefenstahl) e também ao longa-metragem produzido por um dos filhos de Mussolini *Luciano Serra, Piloto* (*Luciano Serra Pilota*, de Goffredo Alessandrini) - produções de tendências claramente fascistas. Embora a primeira seja considerada uma obra de extrema qualidade e expressão na história do cinema mundial, as circunstâncias que marcaram essa premiação e,

¹ O conde Volpi era associado à *Compagnia Italiana Grandi Alberghi* (CIGA), uma rede de hotéis de luxo da Itália, dentre eles o Hotel Excelsior, que recebeu em seu terraço a primeira edição do Festival.

² Livre tradução de: “as an international and glamorous event attended by an elite audience of film professionals and the *beau monde*”

principalmente, o não reconhecimento do preferido dos norte-americanos, o primeiro longa-metragem de animação dos estúdios Disney, *Branca de Neve e os sete anões* (*Snow White and the seven dwarfs*, de David Hand), estremeceram as relações diplomáticas estabelecidas com os EUA e seus aliados e fez com que estes se afastassem do Festival e buscassem uma alternativa que melhor dialogasse com seus interesses.

A partir de então, franceses, britânicos e norte-americanos se uniram para criar uma “mostra de cinema verdadeiramente internacional que oferecesse mais do que propaganda de ditadores” (CANNES 45 YEARS *apud* VALCK, 2007a, p. 219). Com o apoio do Ministério da Educação Pública e Belas Artes da França, começou-se a estruturar o que viria a ser o Festival Internacional de Cinema de Cannes, atualmente um dos mais prestigiados do mundo, mas rodeado de escândalos e incidentes em seus primeiros anos de existência.

Assim como em Veneza, o potencial turístico desse tipo de evento de apelo internacional era uma das principais motivações para o incentivo ao Festival de Cannes, que teve sua cidade-sede escolhida por conta de seus atrativos naturais. Com a assistência de Louis Lumière, a primeira edição do festival seria iniciada no dia 1º de setembro de 1939, na mesma época do Festival de Veneza. Porém, a edição foi interrompida e o Festival de Cannes, cancelado após a deflagração da Segunda Guerra Mundial no dia 3 de setembro de 1939.

O primeiro ano do pós-guerra, 1946, marcou a reabertura desse Festival, assim como o surgimento de outros que também se estabeleceriam como importantes eventos no cenário audiovisual global. São eles os Festivais de Cinema de Locarno (Suíça), de Karlovy Vary (República Checa) e o de Edimburgo (Escócia), o mais longo Festival ininterrupto de cinema da História³.

O rápido crescimento desse circuito apenas ratifica a afirmação de Marijke de Valck que “os festivais de cinema começaram como um fenômeno europeu”⁴ (2007b, p. 47). O cenário da Europa no pós-Segunda Guerra era devastador, cidades ficaram destruídas, seus moradores com pouquíssimos recursos, a economia de muitos países que, antes da Primeira Guerra Mundial, eram fortes e hegemônicos ficara totalmente submetida aos EUA, assim como suas indústrias cinematográficas. Porém, seguindo

³ Afirmação exposta no site do festival: <<http://www.edfilmfest.org.uk/about-the-festival/history>>

⁴ Livre tradução de: “Film festivals started as a European phenomenon”.

uma lógica inversa àquela apresentada naquele momento de tamanha desestabilização, o circuito europeu de festivais de cinema crescia de forma significativa.

Talvez uma explicação para esse fato seja o apoio dos próprios Estados Unidos cujo mercado de cinema passou a ser hegemônico após a segunda guerra e que passou a enxergar o setor de festivais como uma janela a mais para divulgação de seus filmes e, dessa forma, como um setor estratégico para difusão de suas ideologias. A criação dos primeiros festivais vem atrelada a uma preocupação em fortalecer as identidades nacionais, muito abaladas no pós-guerra, porém, a participação das produções hollywoodianas parecia, de certa forma, conferir legitimidade ao evento. Essa dicotomia, vista como uma incoerência por muitos, pode também demonstrar a maturidade dos mesmos em aceitar e dialogar com todos os tipos de cinema.

A crescente participação de produções e estrelas hollywoodianas, além da combinação de badaladas festas, com *glamour* e diversos escândalos, transformou o Festival de Cannes em um dos principais eventos internacionais de cinema do mundo. A repercussão de seus acontecimentos passou a ganhar grande notoriedade em curto espaço de tempo atraindo, a cada ano, mais produtores em busca de visibilidade para seus filmes e mais jornalistas e fotógrafos atrás de um furo internacional.

Porém, nenhum festival europeu refletiu mais os interesses geopolíticos dos EUA que o Festival Internacional de Cinema de Berlim, criado em um contexto de completa desestabilização da indústria cinematográfica alemã – indústria essa que até a década de 1920 era uma das mais competitivas do mundo – e de disputas territoriais e ideológicas geradas pela Guerra Fria.

A situação da Alemanha no pós-Segunda Guerra não era promissora, sua próspera indústria de cinema já havia sido tolhida na época da ascensão do Partido Nazista e com a Segunda Guerra esta foi ainda mais afetada, mas ainda assim sua posição no momento da Guerra Fria era estratégica. O estabelecimento de um espaço cultural de abrangência internacional para exibição de filmes estadunidenses e de aliados do lado ocidental dava aos EUA mais um instrumento de domínio político para fazer frente ao poderio soviético.

De caráter estritamente político, o Festival de Berlim (também chamado *Berlinale*) foi idealizado a partir das ações de um comitê nomeado por Oscar Martay (do Departamento de Serviços de Informação, do Escritório do Alto Comissariado dos EUA para a Alemanha) e realizado na parte ocidental da cidade de Berlim. O historiador de cinema e consultor do governo militar britânico no período nazista Dr. Alfred Bauer foi

escolhido para presidir o Festival que, logo em sua primeira edição, após votação do comitê, impossibilitou produções de países do bloco socialista de serem convidadas ao evento.

Outra medida estratégica utilizada a fim de fortalecer a imagem do Festival como uma vitrine cultural do ocidente – e, assim, difundir para o restante do mundo os valores capitalistas –, foi a escolha de 21 cinemas, que faziam fronteira com a Alemanha Oriental, para a exibição de filmes do *Berlinale*, ação essa que foi interrompida, juntamente com a massiva propaganda do festival nas proximidades desses cinemas, após a construção do Muro de Berlim em 1961⁵.

Cinco anos antes, o Festival havia ganhado caráter oficial com o recebimento da categoria “A” por parte da entidade internacional FIAPF – Federação Internacional das Associações de Produtores de Filmes –, anteriormente dado apenas aos festivais de Veneza e Cannes. Esse reconhecimento ajudou a ampliar a influência do evento e a consolidar seu *status* internacional. Assim, a premiação do Urso de Ouro deixou de ser definida pelo público do Festival para ser deliberada por um júri internacional especializado como forma de atender a exigência da Federação. Tal medida, seguida posteriormente por muitos outros festivais, vai ao encontro de um pensamento de legitimação desse tipo de evento ao mesmo tempo em que, paradoxalmente, o afasta de seu caráter mais democrático e desvaloriza a participação popular.

Percebe-se, assim, que o fenômeno dos festivais de cinema foi, antes de tudo, propulsado por interesses políticos e econômicos de reestruturação de uma identidade nacional européia e fortalecimento de parcerias estratégicas em âmbito global. Foi através desse viés cultural que governos chamados ditatoriais ou democráticos estabeleceram bases para o desenvolvimento desse tipo de iniciativa criando, assim, espaços pautados pela linguagem universal do audiovisual com o intuito de difundir de seus valores e crenças.

De acordo com a pesquisadora Miriam Alencar (1978, p. 50), todos os festivais de cinema eram realizados dentro da competência estatal até que, em 1967, o Festival de Berlim passou a ser organizado por uma empresa privada. Esse fato revela a íntima relação desse setor cultural com os interesses governistas, interesses esses que deveriam se pautar menos em causas econômicas e/ou comerciais e mais em questões sociais, de

⁵ Mais informações sobre os desdobramentos políticos que marcaram a história do Festival de Berlim podem ser encontradas no texto de Marijke de Valck: *As Várias Faces dos Festivais de Cinema Europeus*. In: MELEIRO, Alessandra. (Org.) *Cinema no Mundo: Indústria Política e Mercado - Europa*.

democratização do acesso, inclusão e difusão tecnológica, de formação de público etc. Nas primeiras décadas da eclosão desse circuito, percebe-se uma preocupação excessiva dos governos em vender uma imagem glamorizada e, portanto, excludente desses eventos que seriam democráticos por natureza.

Essa característica elitista estava de certa forma maculando a imagem do principal festival de cinema da época. Cannes estava se afastando das manifestações culturais mais artísticas e mais autorais e se concentrando nas estrelas do cinema industrial. A imagem da cidade estava mais atrelada a um sistema de celebridades e acontecimentos excêntricos do que a um espaço de encontros culturais e troca de ideias.

A insatisfação da classe cinematográfica já era um forte sinal da inversão de valores do Festival de Cannes e a demissão de Henri Langlois, diretor e fundador da *Cinémathèque Française* – instituição que reunia a maior coleção de filmes do mundo –, em 1968, foi o estopim para a manifestação de revolta de muitos cineastas, como Jean-Luc Godard e François Truffaut, que foram às ruas protestar e exigir não apenas a reintegração de Langlois como também a reformulação do Festival de Cannes. Tamanha foi a repercussão desse protesto que, unidos com os milhões de trabalhadores franceses que no mesmo momento organizavam uma histórica paralisação, a classe cinematográfica se organizou em um comitê e conseguiu interromper o Festival naquele ano e modificar o rumo do mesmo para os próximos anos.

Como efeito dessas manifestações, o próprio Gilles Jacob, diretor do Festival de Cannes, defendeu que sua estrutura deveria ser repensada (VALCK, 2007a, p. 227). Na edição de 1969, foi criada a “Quinzena dos Realizadores” uma mostra de natureza não competitiva paralela ao Festival idealizada com o intuito de “ajudar realizadores e contribuir para a sua descoberta pela crítica e público”⁶, ou seja, para dar visibilidade a produções de autores iniciantes ou de filmes que não se adequavam ao perfil da seleção oficial. Rapidamente a Quinzena dos Realizadores tornou-se tópico recorrente nas conversas sobre o Festival ampliando seu público de quatro mil espectadores, em 1970, para 72 mil em 1990⁷.

⁶ Disponível em: <<http://www.quinzaine-realisateur.com/presentation-h68.html>>.

⁷ Disponível em: <<http://www.cannes.com/en/festival-de-cannes/history-of-the-cannes-film-festival/from-1939-to-the-present.html>>.

Nesse mesmo ano de 1969, o Festival de Veneza suprimiu sua premiação e se tornou um evento não-competitivo⁸. No ano seguinte foi a vez do Festival de Berlim ter seu escândalo e ser alvo de diversas contestações após um episódio de clara censura a um filme que não agradou ao então presidente do júri, o norte-americano Georges Stevens (ALENCAR, 1978, p. 51). *O.K.*, filme do alemão Michael Verhoven, retratava um acontecimento na Guerra do Vietnã que era contrário à política norte-americana na região. Com isso, a maior parte do júri decidiu por retirá-lo da competição, porém, a notícia chegou aos ouvidos do produtor do filme que externou sua revolta e levou o público a exigir uma retratação dos membros do júri. A repercussão do caso gerou até mesmo a intervenção de membros do Senado alemão e influenciou na criação, nos anos seguintes, de mostras paralelas não-competitivas como o *Fórum do Novo Cinema* criado para reverberar as diversas facetas do cinema independente, mesmo aquelas que não condiziam com as ideologias ocidentais.

Aos poucos, os festivais de cinema foram se tornando mais expressivos e mais maleáveis à intervenção política, ou censura de qualquer tipo, em razão de sua atenção às mais diversas formas de expressão cinematográfica. O cinema como arte estava começando a entrar em pauta. A inclusão dos variados gêneros e formatos de filmes nas sessões competitivas e não competitivas dos festivais, a reformulação dos critérios de seleção de filmes⁹ e a ampliação dos debates e dos intercâmbios artísticos e comerciais passavam a conferir um aspecto mais democrático e tornar esses eventos mais acessíveis. O festival de cinema glamoroso e excludente de antes já não encontra facilmente seu espaço em meio à emergência de uma sociedade quer ver e ser vista.

1.2. A primeira janela de um filme: a consolidação do mercado de festivais

Impulsionados pelos efeitos da Globalização, fenômeno recente que vem alterando as formas de produção de conhecimento e se refletindo nos mais diversos setores da sociedade, os festivais de cinema foram dinamizando e diversificando suas ações e, em um ritmo bastante acelerado, se desvencilhando em parte da esfera estatal para construir uma identidade singular ao mesmo tempo em que estabeleciam conexões globais motivadas por pautas culturais e não necessariamente políticas.

⁸ O Leão de Ouro, prêmio principal do Festival de Veneza, foi retomado no ano de 1980, quando foram entregues duas estatuetas por igual mérito aos diretores Louis Malle, por *Atlantic City* (1980), e John Cassavetes, por *Glória* (1980).

⁹ Um exemplo foi o Festival de Cannes que reformulou o critério de seleção dos filmes da competição oficial. A partir de 1972, os filmes – que antes eram escolhidos pelos seus países de origem – passaram a ser selecionados pelo próprio Festival.

A influência estatal não fora ao todo dissolvida e nem poderia: o apoio dos governos locais a muitos desses festivais evidencia-se, por exemplo, nas parcerias público-privadas que visam, dentre outros objetivos, aproveitar o potencial turístico desses eventos e apresentar suas cidades-sede como um pólo de efervescência cultural cheio de atrações que valem a visita. Muitas vezes esse apelo turístico está explicitado no próprio site do Festival quando, em meio às notícias próprias do evento, são fornecidas informações de restaurantes, hotéis e demais atrativos da cidade.

Esse suporte estatal a uma atividade de difusão cultural pode também ser muito positivo se levarmos em conta que cabe ao Estado prover o acesso à cultura e informação de forma democrática e imparcial. Nesses casos, a organização de festivais de cinema por entidades públicas viria a descaracterizar esse tipo de evento como um acontecimento voltado para a elite e as celebridades do cinema, como eram apresentados os primeiros festivais. Dessa época inicial até o momento atual, tanto o Estado quanto a iniciativa privada passaram a lançar um novo olhar sobre esses eventos. Estes deixaram de ser vitrines para as ideologias nacionais e passaram a ser espaços de múltiplas funções, mas principalmente, a de incentivo à reflexão e difusão audiovisual.

Diferentemente do que ocorria nas primeiras décadas do Festival de Cannes, a atração turística passou a ser vista como uma consequência e não como a motivação primeira para a continuidade desses eventos, apesar de o impacto turístico ser considerável¹⁰. É fato que ainda se mantém a estratégia de combinar turismo com eventos de porte internacional, afinal um beneficia o outro nesse jogo propagandístico, porém, no que concerne à produção de festivais de cinema, outro aspecto que também deve ser observado é a tentativa de diferenciação desses eventos diante da eclosão desse mercado e, conseqüentemente, dos riscos de padronização decorrentes da globalização.

Como bem pontua o economista Alfredo Bertini em seu livro “Economia da Cultura”, o fenômeno da globalização pode potencializar economias locais, por um lado, como também enfraquecê-las por outro. Assim, para se inserir satisfatoriamente a esse processo, deve-se se articular em torno da integração global e ao mesmo tempo da manutenção dos valores nacionais. Mesmo em se tratando de um segmento da indústria de entretenimento, mais especificamente, um elo de um mercado conhecido por sua característica massificante, os festivais de cinema no geral vêm tentando

¹⁰ De acordo com o site <TheHollywoodRepórter.com>, durante os doze dias em que ocorre o Festival de Cinema de Cannes, a população da pequena cidade francesa chega a triplicar.

constantemente ultrapassar essa barreira da homogeneização e construir identidades multifacetadas.

Além de simples espaços voltados para a apreciação das mais diversas cinematografias, mesmo que haja intenções políticas e econômicas embutidas nessas iniciativas, esses eventos anuais de exibição de filmes passaram a enxergar um campo de atuação muito maior possibilitado por seus próprios recursos humanos. Um espaço que reúne variados grupos de pessoas em torno de uma mesma motivação é uma incubadora de ideias e de negócios em potencial.

A fim de explorar e aprofundar as interações existentes nesse potente espaço de convergência, as iniciativas de construção de fóruns de negócios como atividades paralelas de festivais se proliferaram tendo como base o *Marché du Film* (Festival de Cannes), consolidado sob a gestão de André Malraux, em 1959, e que mantém até os dias atuais o *status* de “maior evento da indústria cinematográfica mundial”¹¹, havendo evoluído de algumas dúzias de convidados e uma sala de projeção, em 1959, para mais de 12 mil participantes de 108 países que puderam presenciar mais de 1300 projeções em 2013.

As iniciativas de criação de espaços de negócios no cerne dos festivais de cinema representaram de fato o reconhecimento do valor comercial da produção cinematográfica em seus mais variados formatos e gêneros. Apesar de esse tipo de iniciativa ter nascido para a recepção da grande indústria – afinal, a relação das *major*s americanas com os primeiros festivais era de benefício mútuo –, com o passar do tempo, foi-se notando um crescente número de filmes independentes e de pessoas interessadas nesses filmes e também se passou a observar a importância dessas produções para a representação das variadas identidades culturais e o fortalecimento dos tipos humanos. Isso fez com que não apenas as sessões dos festivais se democratizassem, como também os mercados de cinema estabelecidos por estes.

O caso do Festival de Roterdã é muito representativo dessa nova configuração sendo conhecido por ter como foco o cinema independente de novos realizadores (primeiros e segundos filmes), aquele que possui maior diversidade, maior experimentação, mas também maior risco, e por isso, pouco encontrava inserção no mercado. Além da abertura de um espaço de exibição e interação, os filmes

¹¹ Essa declaração é expressa no site oficial da cidade de Cannes que contém uma página apenas para descrever e exaltar o festival de cinema: www.cannes.com/en/festival-de-cannes/history-of-the-cannes-film-festival/from-1939-to-the-present.html

independentes também ganharam em Roterdã a possibilidade de terem o apoio financeiro do *Hubert Bals Fund*, fundo de investimento cinematográfico voltado para produções independentes de países em desenvolvimento e que inspirou a criação de vários outros fundos, como o *Global Film Initiative* de Nova Iorque e o *World Cinema Fund* do Festival de Berlim. Hurbert Bals, o fundador do Festival de Roterdã, acreditava no potencial artístico do cinema e na força desse tipo de evento para o desenvolvimento das culturas nacionais não hegemônicas. Em 1988, ele idealizou esse Fundo, porém, faleceu sem realizá-lo, o que não impediu o Ministério Holandês de Relações Internacionais de fazê-lo poucos meses depois de sua morte.

No caso de Roterdã, antes mesmo de o Fundo existir já havia sido criado um espaço de negócios que, seguindo o caráter inovador do festival, deixou de ser uma simples iniciativa de interações econômicas convencionais para se transformar no principal mercado internacional de coproduções cinematográficas do mundo. O CineMart, criado em 1984, inicialmente para ser apenas mais um mercado de cinema, projetou-se, poucos anos depois, em direção ao mercado de coprodução e foi pioneiro nesse campo de ação. Apesar de seguir a regra de festivais convencionais de apenas aceitar projetos não apresentados em eventos similares anteriores, o CineMart abriu portas para produções muitas vezes marginalizadas ou ignoradas e permitiu sua inserção no circuito de negócios do audiovisual tendo como critérios de seleção principais a qualidade artística dos projetos e o potencial para atrair parceiros internacionais.

A ideia de financiar produções não convencionais ao mesmo tempo em que se possibilita a realização de acordos de distribuição que transpasse a barreira da nacional elevou o CineMart a um patamar de grande relevância no mercado internacional, levando-o a atrair milhares de produções que, diferentemente dos filmes ligados a indústrias hegemônicas, necessitam de múltiplas fontes de financiamento para se viabilizar e/ou ampliar a qualidade de seu produto para fazer frente ao filme norte-americano. Essa iniciativa serviu de inspiração para muitas outras que, nos últimos vinte anos, se proliferaram por todos os continentes através dos mais renomados festivais de cinema, como nos casos do Festival de Cannes e a criação do *Producers Network* (2004), do Festival de Berlim e o *European Film Market* (2004), Pusan e o *Asian Film Market* (2006), Hong Kong e o *Filmart* (1997) e Sarajevo e o *CineLink* – o maior mercado de cinema do Leste Europeu. Entretanto, mesmo diante desse significativo aumento, o CineMart mantém ainda hoje sua condição de maior mercado de coprodução do mundo.

As manifestações do final dos anos 60 serviram como plataforma para denunciar o lado excludente da indústria do cinema que tem em seus festivais um espaço de apreciação e reflexão cinematográficas, mas que estavam se transformando em eventos que satisfaziam interesses de poucos. O potencial inclusivo dos festivais de cinema aliado à necessidade intrínseca ao produto audiovisual de se exprimir e de se fazer compreender como um bem artístico, e não como um produto em si (uma commodity como qualquer outra, pautada apenas por méritos econômicos), fez com que os realizadores de cinema reivindicassem uma maior representatividade nesse estratégico setor do mercado, buscando uma maior inclusão nesses eventos, mas também realizando seus próprios eventos. Assim, o que nos anos 50 e 60 já se revelava como o início da existência de uma aldeia global de espaços de exibição e integração filmicas, nos anos 70 era uma realidade e, após os anos 80, com o real impacto da globalização, consolidou-se como um setor fortemente ramificado e integrado ao mercado de cinema.

Mais do que um braço da indústria cinematográfica, o setor de festivais de cinema tornou-se uma alternativa de inclusão e fortalecimento de uma produção anteriormente marginalizada e um segmento que complementa a indústria ao mesmo tempo em que desestabiliza seu *modus operandi* tradicional ao provocar a entrada de novos formatos, gêneros e culturas fílmicas. Certamente, um dos fatores de maior impacto nessa proliferação dos festivais foi o desenvolvimento tecnológico que modificou sensivelmente as dinâmicas de detenção da informação e criou inúmeras possibilidades de produção, distribuição e recepção audiovisuais. Os festivais se abriram a esse novo cenário e essa nova configuração foi se impondo e requerendo novos espaços de difusão.

Com a proliferação dos festivais de cinema, um verdadeiro circuito global foi estabelecido apesar de ainda estar bastante centrado nos mercados europeu e norte-americano. Aos poucos, os mercados menos “centrais” estão se expandindo e se firmando nesse cenário. Como parte desta macro-inclusão, até a própria Federação Internacional das Associações de Produtores de Filmes (FIAPF), instituição que tem como competência o reconhecimento dos festivais de acordo com sua importância (ou o que considera ser relevante), vem ampliando não apenas o número de festivais que reconhece como também as categorias que considera. Na década de 50, quando se iniciou o reconhecimento por parte da FIAPF, apenas os festivais de Veneza, Cannes e Berlim foram considerados realmente importantes e receberam a categoria A. Hoje em

dia, essa lista é composta por esses três festivais e outros onze, dentre eles os de Goa (Índia), Cairo (Egito), Mar del Plata (Argentina) e Xangai (China).

Hoje em dia nota-se uma crescente influência das novas formas de produção na formulação dos festivais e o impacto dessa dimensão sobre uma postura mais inclusiva do próprio sistema tradicional dos cinemas e na cadeia audiovisual como um todo. Também no Brasil, percebe-se a integração entre o circuito de festivais e o mercado tradicional de salas de exibição através da constante utilização dos festivais como janela inicial de exibição e recorrente medidor da reação do público. Em muitos países, esses espaços têm deixado de ser “alternativos” e se configurado uma verdadeira porta de entrada para a indústria audiovisual. Muitos dos filmes hollywoodianos têm sua estreia em festivais¹² como forma de possibilitarem aos seus produtores e distribuidores (*majors*) a abertura de um espaço mais acessível para estabelecer relações econômicas e menos oneroso para investir na publicidade do filme.

Os festivais têm travado um diálogo cada vez mais próximo das transformações tecnológicas e socioculturais, por isso hoje em dia nota-se um número imenso de festivais de cinema, assim como há uma preocupação cada vez maior em se diferenciar nesse setor. É nessa direção que se formam os mais variados eventos desse tipo como aqueles voltados para um determinado gênero cinematográfico, como é o caso do Festival Internacional de Cinema de Animação de Annecy (França) e do Festival Internacional de Documentários de Amsterdã/IDFA (Holanda). Também há os que enfocam em alguma temática (filmes sobre direitos humanos, sobre questões LGBT, sobre esportes etc), em formatos como os festivais de curta ou curtíssima metragem ou em plataformas de criação ou exibição como festivais de filmes para celular ou pilotos para TV, para citar apenas alguns exemplos.

Mesmo aqueles festivais que se atêm a uma configuração mais tradicional, como é o caso da maioria dos festivais de reconhecimento internacional (Cannes, Berlim, Moscou, Toronto, Sarajevo etc), buscam apresentar em sua formulação mostras e ações paralelas à programação principal que geralmente se configuram como espaços mais abertos a reflexão, a inventividade e a interação. Muitas vezes é através desse tipo de

¹² O Festival Internacional de Cinema de Toronto (Canadá) exemplifica bem a relação entre esse espaço de exibição e as práticas de marketing realizadas pelas *majors*. Este é considerado por muitos o maior festival em termos de indústria e de *premières* após Cannes. Não por acaso, nele foram lançados filmes como Ray (2004), Anticristo (2009), 127 horas (2010), Cisne Negro (2010), O Discurso do Rei (2010), dentre outros nomeados e premiadas posteriormente pelo Oscar (*Academy Awards*).

ação que culturas são aproximadas, crenças e ideologias são confrontadas e muitas questões tidas como polêmicas são exibidas e desveladas na tela.

O crescimento desse setor já é fato amplamente consentido, assim como a influência que ele exerce na dinâmica das indústrias de cinema e os fatores (sociais, políticos, econômicos e culturais) que o modificam. Porém, exatamente em razão de esse setor ser uma célula da sociedade em que vivemos e de ser muito mais próximo da mesma do que o circuito tradicional de cinema, poderia haver uma preocupação maior dos festivais de cinema em travar diálogos mais significativos não apenas com o público e os agentes do cinema (como já é feito), mas também com a sociedade como um todo - principalmente em se tratando dos grandes festivais de cinema, aqueles que detêm mais recursos e influência e que poderiam se utilizar desses benefícios para alavancar, por exemplo, ações sociais de formação de público, de exibição de filmes em escolas, sessões com ingressos a preços populares, criação de debates e workshops gratuitos etc. Essas ações já existem, mas, perto do prestígio e da estatura que têm obtido esses eventos, o volume das mesmas ainda é pequeno.

O cinema é, antes de tudo, comunicação, e essa interação social com o meio que o cerca é extremamente saudável para sua consolidação e para maior identificação junto a seus interlocutores. Os festivais de cinema têm se tornado uma opção cada vez mais recorrente para a entrada no mercado exatamente por proporcionar uma interlocução mais direta e descomplicada com o público, mas enquanto esse público se restringir ao mesmo grupo dos cinéfilos, críticos, cineastas e agentes do mercado, os filmes que não tiverem uma *major* ou grandes produtores por trás também terão de se restringir a esse círculo de recepção e Hollywood continuará sendo a temida e hegemônica indústria que exerce grande domínio na indústria do cinema e tem ainda mais poder aqui no Brasil.

2. O MERCADO BRASILEIRO DE FESTIVAIS DE CINEMA E SEU REFLEXO NO CENÁRIO SÓCIO-CULTURAL NACIONAL

A evolução do setor de festivais de cinema, conforme supramencionado, foi evidenciada após a década de 50 com a constituição e consolidação de importantes festivais que marcaram e ainda influenciam a história do cinema. Nessa mesma década, a cidade de São Paulo foi palco da primeira iniciativa neste sentido – o Festival Internacional de Cinema do Brasil – que, apesar de ter atraído considerável visibilidade da comunidade cinematográfica e da imprensa, não chegou a ter uma segunda edição.

Apenas na década seguinte, o país viu este setor ser realmente impulsionado com a criação daquele que seria não apenas o primeiro, mas também um dos mais renomados festivais de cinema do Brasil. O Festival de Brasília do Cinema Brasileiro nasceu em 1965 com o apoio de órgãos oficiais locais e com o intuito inicial de promover a capital nacional e projetá-la como uma vitrine do cinema brasileiro. Neste mesmo ano, também foi realizado o Festival Brasileiro de Cinema Amador (JB/Mesbla) que, após seis edições, transformou-se no Festival Brasileiro do Curta-Metragem – evento que, assim como o que o precedeu, deu relevante contribuição para a história do cinema independente nacional, mas, após sua quinta edição, não teve continuidade.

Embora haja outros registros da realização de eventos do tipo durante a década de 60, a maioria não teve continuidade como foi o caso do Festival Internacional de Cinema ocorrido na cidade do Rio de Janeiro. Esse setor se ampliou no cenário nacional de forma mais notável na década seguinte e seguiu crescendo a ponto de se firmar no mercado de cinema e influenciar diretamente os modelos de negócios e as estratégias de comercialização das produções audiovisuais. Dos anos 90 até os dias atuais, o setor se solidificou de tal forma que o seu impacto passou a se sentir não apenas no raio de atuação do cinema como também em diversos ramos da sociedade brasileira através de seu diálogo com as outras formas de produção culturais, com o desenvolvimento socioeconômico das cidades, com a integração com medidas educativas, entre outros.

2.1. O início da consolidação de um setor

Além de ser um incansável pesquisador e crítico, o idealizador do primeiro curso superior de cinema do Brasil e um autor de obras sensíveis e relevantes à cultura cinematográfica, Paulo Emílio Sales Gomes pode ser considerado uma das pessoas mais importantes para a construção do setor brasileiro de festivais de cinema. Ele estava envolvido diretamente na origem desse mercado através de sua participação na

comissão organizadora do primeiro festival internacional de cinema realizado no Brasil e, posteriormente, da formulação e concretização de um dos maiores festivais nacionais – o primeiro integralmente voltado para o cinema brasileiro -, o Festival de Brasília do Cinema Brasileiro.

A primeira tentativa de criação de um festival de cinema no Brasil é datada do ano de 1954, mais precisamente da época do IV Centenário de São Paulo, ocorrido entre janeiro e fevereiro desse ano. As comemorações do centenário foram o mote para a concepção de um festival que congregasse diversas cinematografias e que se integrasse aos eventos da II Bienal Internacional de Artes Plásticas da São Paulo. Assim foi realizado o Festival Internacional de Cinema do Brasil organizado por Paulo Emílio Sales Gomes, Lourival Gomes Machado, Almeida Salles, entre outros¹³.

Sem caráter competitivo, questão defendida por Paulo Emílio, e com ênfase em mostras informativas, cursos de formação e debates, o Festival Internacional de Cinema do Brasil promoveu o lançamento de obras cinematográficas dos 23 países participantes, a exibição de filmes de menor expressão nas chamadas Jornadas Nacionais e outras ações como as retrospectivas de três importantes nomes da cultura cinematográfica: Alberto Cavalcanti, Abel Gance e Erich von Stroheim cujo filme *Marcha Nupcial (The Wedding March, 1928)* teve sua cópia sonorizada lançada mundialmente no evento.

O grandioso Cine Marrocos, desativado em 1972, foi o palco da mostra principal do evento e de muitas histerias de fãs diante do tapete vermelho que se estendia para receber os artistas nacionais e internacionais, principalmente aqueles pertencentes à delegação hollywoodiana como Edward G. Robinson, Joan Fontaine e Errol Flynn. Entretanto, apesar da comoção em torno das estréias no Cine Marrocos, de acordo com a opinião do jornalista Luiz Carlos Bresser-Pereira (1954, p. 25), alguns dos melhores filmes do festival foram exibidos nas Jornadas Nacionais (sessões de três ou quatro filmes de um mesmo país por dia) cuja base era o antigo Cine Arlequim. A afirmação do jornalista revela também um pensamento recorrente na época sobre a relação desse tipo de evento com a população que o cerca:

Os convidados, as autoridades, os políticos e os seus apadrinhados lotarão o Cine Marrocos. Ao público será praticamente vedada a assistência aos filmes oficiais do Festival. Terá ele de se contentar com as Jornadas nacionais. Enfim, não poderia ser mesmo de outra

¹³ Informação contida na Enciclopédia do cinema brasileiro (p. 238) a qual apresenta breve, porém bem elaborado panorama sobre esse contexto de criação e desenvolvimento dos festivais nacionais de cinema

forma. **Um festival não é nunca feito para o público, que tem de se contentar com o noticiário dos jornais.** Mas, afinal, talvez ninguém perca muita coisa, pois muitos dos filmes programados para as Jornadas nacionais são mais promissores do que aqueles que serão exibidos oficialmente no (Cine) Marrocos. [grifo meu]

Essa falta de aproximação também estava presente na crítica que fez Zelito Viana ao se referir ao Festival Internacional de Cinema (FIC), de 1965, e afirmar que “este não foi um fracasso para os filmes que vieram, mas foi para o filme brasileiro. Foi uma mostra de filme estrangeiro para brasileiros e não o contrário” (ALENCAR, 1978, p. 87). O FIC foi mais uma tentativa dirigida ao cinema internacional ocorrida onze longos anos após a primeira e tendo como base a cidade do Rio de Janeiro. O ano de 1965 marcou um momento definitivo para a retomada da produção de festivais, porém o FIC parece ter sido uma referência negativa nesse cenário visto que, embora tenha atraído público, contatos internacionais e imprensa, quase não teve ressonância para o filme brasileiro, não tendo atraído compradores ou nomes importantes para o mercado, resultando na repulsa por parte de muitos produtores.

Diferentemente dos outros festivais também concebidos neste mesmo ano, o FIC foi bastante alijado da historiografia do cinema nacional. Melhor resolução teve o Festival Brasileiro de Cinema Amador que, apesar de ter contado com apenas seis edições, exerceu um papel importante para a formação cinematográfica em uma época de grande efervescência cultural. O mesmo também era conhecido como Festival JB pelo fato de ter sido patrocinado por um dos órgãos de imprensa que, naquela época, mais promovia a cultura no país. O Jornal do Brasil contou com a parceria da antiga Mesbla para viabilizar os quatro primeiros festivais, no quinto o fez sozinho e na última edição teve a Light como parceira. Na penúltima edição, outro agente se destacou revelando desta vez o braço estatal no fomento da atividade. O Instituto Nacional do Cinema (INC) deu suporte ao festival concedendo o prêmio aos vencedores.

Por empecilhos técnicos e políticos, o Festival Brasileiro de Cinema Amador perdeu sua força como amador, distanciando o seu foco do filme de 16mm¹⁴, e foi reformulado para também receber produções de profissionais e apenas aceitar filmes de curta-metragem. As circunstâncias o fizeram dirigir seu foco para o filme de 35mm

¹⁴ Em seu livro, a pesquisadora Miriam Alencar (1978, p. 107) elenca algumas das possíveis razões que fez a bitola 16mm perder força, como, por exemplo, as leis de proteção do curta-metragem que eram em sua totalidade voltadas para o filme de 35mm resultando num gradual desinteresse pelo 16mm por parte dos realizadores; e a pressão do INC em transformar o Festival em um evento mais profissional no qual o 16mm não teria mais espaço.

implicando na perda de sua principal característica – o incentivo às produções iniciantes ou mais experimentais, feitas em sua maioria no formato mais econômico da bitola 16mm. Nesse mesmo contexto, os entraves políticos interromperam uma das ações mais importantes do festival – a circulação que ele promovia de seus filmes pelos cineclubes do país, assim como em teatros, universidades, colégios, durante todo o ano. Os censores do governo exigiram que os certificados de censura de cada filme em circulação fossem renovados constantemente acarretando desgaste e encerramento dessa ação paralela.

São ações como essa, de diálogo com instituições sociais ou espaços populares de exibição, que de certa forma subvertem aquela visão inicial de que esse tipo de evento não era “feito para o público”. Essas transformações suscitaram a formulação de um festival com um novo perfil. Em 1971, o Festival Brasileiro de Cinema Amador passou a se chamar Festival Brasileiro de Curta-Metragem (mantendo seu codinome “Festival JB”) e recebeu forte apoio do INC em suas três primeiras edições, perdendo força em suas duas últimas.

Em seus onze anos de existência, o Festival JB supriu parcialmente uma deficiência do mercado quanto ao filme curto, ajudou a iluminar a questão e a incentivar a formação de uma geração de realizadores e críticos que passaram a exigir melhores condições de trabalho e maior valorização do cinema nacional. Esse festival influenciou posteriormente a concepção de outros voltados para o formato, como foi o caso da Jornada Brasileira de Curta-Metragem (Salvador-BA) que, nos dois primeiros anos, era direcionada a filmes baianos (primeira edição) ou a filmes com temáticas nordestinas (segunda edição), e, na década de 1980, se tornou a Jornada Internacional de Cinema da Bahia.

Porém, o festival brasileiro que mais se destacou neste período inicial, e mantém seu *status* até os dias atuais, foi um festival dedicado ao cinema nacional. O Festival de Brasília do Cinema Brasileiro é o festival nacional mais antigo de que se tem registro e o que melhor se relacionou com dois dos ciclos mais profícuos do nosso cinema, o ciclo do cinema novo e o do cinema marginal. Inicialmente foi denominado Semana do Cinema Brasileiro, recebendo o nome atual apenas em sua terceira edição, no ano de 1967. O ano seguinte ficou marcado pela premiação daquele que viria a ser um dos principais filmes da historiografia brasileira e marco do Cinema Marginal: *O Bandido da Luz Vermelha* (Rogério Sganzerla, 1968). No entanto, ao passo que se destacava no cenário cultural, o Festival de Brasília passou a sofrer com o cerco da censura a ponto

de ser interrompido entre os anos de 1972 e 1974, retomando suas atividades em 1975 e experimentando uma de suas fases de maior pujança quando recebe apoio da Embrafilme e projeta nacionalmente importantes produções do Cinema Novo através de suas premiações.

Na década de 70, este setor se solidificou com o aparecimento de outros eventos anuais dentre os quais se destacou o I Festival Brasileiro de Cinema de Gramado que, assim como em Brasília, nasceu do resultado de parcerias políticas entre o governo local e instituições interessadas no retorno que um evento desse tipo poderia gerar para a cultura, o turismo e para a imagem da cidade. No caso de Gramado, o festival já iniciou suas atividades com o apoio da Embrafilme, em 1973, e personalizando seus prêmios com a figura do Kikito, o “Deus da Alegria”. Porém, seu perfil se modificou consideravelmente entre os anos 70 e 80, sendo marcado inicialmente por escândalos, sensacionalismo e disputas de egos dos artistas convidados, mas transformando-se na década de 80 em um espaço de importantes interações culturais e de ressonância do cinema brasileiro. É nessa década que o Festival de Brasília perde sua posição como a principal vitrine da produção cinematográfica nacional para Gramado.

Ainda nos anos 70, podemos destacar o surgimento do Festival SESC Melhores Filmes (SP, 1974), da Mostra Internacional de Cinema de São Paulo (1977) e do Festival Guarnicê de Cinema e Vídeo (1978), promovido pela Universidade Federal do Maranhão em consonância com outros eventos que ocorrem no período de manifestações folclóricas de São Luis (o mês de junho). E, na década seguinte, são criados, dentre outros, os dois festivais que originariam em 1999 o atual Festival do Rio – o Rio Cine Festival (1985), voltado para as produções nacionais e latinas, e a Mostra Banco Nacional de Cinema, de 1989.

2.2. A alternativa que restou? O boom dos festivais a partir de 1990

De fato o cinema nacional sofreu um de seus piores golpes durante a primeira metade da década de 90, período esse que ficou marcado como o de encerramento de um ciclo – um verdadeiro lapso na história do cinema brasileiro ocasionado pelo total desmantelamento das estruturas de sustento desse mercado. O governo Collor extinguiu os principais órgãos fomentadores da atividade e, apesar destes estarem dando demonstrações de esgotamento e descompasso com a conjuntura atual, o fato de não ter havido a criação de outras estruturas em substituição deixou o cinema nacional em total desamparo político e institucional, conforme demonstra João Paulo Rodrigues Matta.

Como consequência, até 1993, o cinema nacional enfrentou certamente a maior crise de toda a sua história, com o cinema norte-americano tendo quase que o completo domínio do mercado interno de salas de exibição, quando o *market share* do cinema brasileiro atingiu o recorde mínimo de 0,05% de participação, em 1992. (MATTA, 2008, p. 62)

O fato que parece destoar deste momento de retrocesso é o surgimento de festivais cinematográficos de expressão e de permanência no decorrer da história. Isso demonstra que aquela tendência observada anteriormente, nos mercados europeus, de florescimento deste segmento diante de um quadro de circunstâncias adversas se firma no mercado brasileiro de forma análoga. Enquanto janela de difusão do circuito tradicional de cinema, os anos 90 foram o reflexo de uma estrutura esvaziada, mas como campo de amadurecimento de um segmento quase que embrionário no país, esta década revelou-se particularmente relevante.

Claramente, se observarmos os anos iniciais desta década, perceberemos que os festivais também foram duramente afetados com essas mudanças bruscas perpetradas no governo Collor – os dois principais festivais da época, o de Gramado e o de Brasília, tiveram que recorrer a filmes de duvidosa qualidade para conseguirem preencher suas mostras competitivas. Gramado promove, como saída, a ampliação de seu escopo nacional para ibero-americano, redefinido posteriormente para latino-americano, e o Festival de Brasília chega a ser adiado no ano de 1992 por falta de obras concorrentes. Sem falar que ambos perderam o apoio de uma de suas principais parceiras, a extinta Embrafilme. Mas, com o aumento paulatino da produção, os festivais conseguem se recuperar, tornando a preencher os espaços não alcançados ou simplesmente ignorados pelo mercado hegemônico. Assim, os festivais brasileiros serviram menos como uma alternativa e mais como a única opção aparente.

Embora se tenha notado nos governos seguintes certos esforços para devolver ao cinema brasileiro o seu lugar de destaque no cenário mundial, percebeu-se que a época da grande participação do filme brasileiro, dos recordes de bilheteria, do impacto cinemanovista, havia sido desmantelada juntamente com as medidas e circunstâncias que a consubstanciaram e, como todo ciclo, havia terminado para dar lugar a outra. A chamada Retomada foi iniciada a partir da formulação de leis que marcariam o modelo de financiamento estatal nos dias atuais: a Lei Rouanet (criada ainda no mandato de Collor) e principalmente a Lei do Audiovisual. Ambas as medidas foram criadas sob a

estrutura do financiamento indireto, ou seja, retirando do Estado a incumbência da seleção dos projetos a serem financiados.

Esse é o modelo seguido até hoje. As bases são as mesmas, mas atualmente os recursos estão em valores muito maiores. Porém, o gargalo produção-exibição, intensificado na década de 90, persiste nos dias atuais, assim como se mantém a posição dos festivais de cinema como um espaço de “escoamento” dessa produção marginalizada. O ínfimo número de salas de cinema no momento posterior às ações de Collor, conjugado à inexistência de políticas de proteção do filme brasileiro no mercado interno de exibição, supria de forma muito insipiente a demanda que estava se criando e que encontrou nos festivais uma porta de entrada para esse mercado tão restrito. E, de forma análoga, muitos produtores notaram essa demanda crescente e variada e, de uma necessidade de dar vazão a isso e ecoar seus gritos, criaram eventos de exibição que viriam a se tornar expressivos espaços de reflexão, intercâmbio e formação culturais.

Na década de 90 surgem alguns dos festivais de cinema mais importantes do Brasil como o Festival Internacional de Curtas Metragens de São Paulo (1990), o Curta Cinema (1991), o Cine Ceará (criado em 1991 como Festival Vídeo Mostra Fortaleza), o Cinesul (1994), o Festival de Cinema do Recife (Cine PE, de 1997), o FAM-Florianópolis Audiovisual Mercosul (1997), o Festival Internacional de Curtas de Belo Horizonte (1999) e o já citado Festival do Rio (1999). Essas são apenas algumas das iniciativas que congregaram produções nacionais e/ou estrangeiras em prol do desenvolvimento cultural e do fortalecimento da identidade nacional que, naquela época, estava um tanto estremecida.

A natureza inclusiva e acessível que nutre e é nutrida pelos festivais de cinema permite a criação de relações de parceria e de interlocução com aquilo que a princípio seria estranho, mas que, ao final, complementa e enriquece esses eventos. No caso brasileiro, essa alternativa que eles representam se solidifica cada vez mais como um pilar do nosso mercado de cinema e de uma possível indústria audiovisual nacional. A relação dialógica que esse segmento trava com as transformações sociais, econômicas e tecnológicas – não apenas por ter essa maior disposição ao diálogo, mas principalmente por ser essa aproximação algo condicionante para sua existência - confere-lhe um potencial mercadológico maior do que o existente no mercado tradicional de cinema.

Não pautados por questões econômicas apenas, os festivais têm maior liberdade de se abrir ao novo e de levá-lo às camadas esquecidas da sociedade. Foi em razão dessa qualidade que eles se incorporaram aos calendários culturais e se fincaram como um

segmento de expressão. Os anos 90 marcaram a plena incorporação desse segmento no panorama audiovisual brasileiro e as décadas que se seguiram apenas corroboraram esse fortalecimento. Com o potencial ainda pouco explorado do mercado brasileiro e com a demanda crescente por cultura, a tendência é que esse setor ganhe ainda mais força.

Há no Brasil dezenas de cursos de ensino superior de audiovisual ou tema semelhante¹⁵, a produção de filmes conta com recursos estatais cada vez mais volumosos e com um grande número de prêmios, editais e programas de incentivo, e as tecnologias têm exercido papel fundamental na democratização dos meios de produção. Porém, apesar dessa pujante produção cinematográfica brasileira, os mecanismos de fomento dessa atividade não conseguem acompanhar essas transformações nem conceber ações realmente eficazes para sua autossustentação. Paradoxalmente, o Brasil é um dos países que mais investe em cinema (somente o FSA dispõe de quase R\$ 1 bilhão¹⁶) ao mesmo tempo em que possui uma das piores relações de salas de cinema por habitante dentre os países desenvolvidos e emergentes (77 mil habitantes por sala em 2012¹⁷).

Apenas a simples constatação do percentual de cidades que possuem salas de cinema no Brasil (cerca de 7% das cidades) já é suficiente para se ter noção de como esse mercado tem potencial para crescer e alcançar uma enorme parcela da população que tem acesso praticamente nulo a equipamentos culturais. O próprio Ministério da Cultura constatou em uma de suas pesquisas que, em 2007, 60% da população nunca havia ido a um cinema¹⁸. Mesmo em cidades grandes, com cinemas em grande número, os frequentadores regulares de cinema representam uma parcela muito pequena da sociedade, parcela que poderia aumentar consideravelmente se as condições de deslocamento melhorassem e se esse setor fosse mais acessível e mais barato.

Se essa não é uma preocupação dos agentes tradicionais do cinema nacional, que seja ao menos um motivo de inquietação para os nossos produtores de festivais, eventos

¹⁵ O estudo preliminar *Mapa dos Cursos de Cinema no Brasil* da ANCINE focado apenas nas “graduações (bacharelados e técnicos)” de cursos com ênfase em produção cinematográfica encontrou mais de 50 cursos do tipo. Já, em pesquisa ao site do MEC, é possível verificar a existência de mais 80 cursos de ensino superior relacionados ao audiovisual.

¹⁶ Uma análise relativa aos recursos do FSA pode ser encontrada no texto de Gustavo Gindre em <<http://gindre.com.br/o-que-voce-faria-com-r-1-bilhao-ou-sobre-a-necessidade-urgente-de-uma-politica-publica>>

¹⁷ Apenas a título de comparação, o México, que possui uma população menor, possui o dobro de salas de cinema que o Brasil e uma relação de 22.163 habitantes/sala (2010); e a Argentina tem 42.909 habitantes/sala (2010) e uma quantidade de filmes lançados muito próxima a nossa, com exceção dos anos de 2011 e 2013, mesmo com uma economia cinco vezes menor. Fonte: Filme B.

¹⁸ Estatística revelada pela repórter Alessandra Bastos em <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/noticia/2007-04-29/estudo-revela-que-mais-da-metade-dos-brasileiros-nunca-foi-ao-cinema-ou-um-museu>>.

cuja particularidade se constrói sobre a ampla circulação das obras (sem a necessidade de uma intermediação comercial) e a variedade de visões, estilos e formatos. Esses eventos cinematográficos se solidificaram no país em meio a um cenário de desamparo à latente produção da época e assim povoaram esse cenário com seus espaços de apreciação fílmica, de reflexão cultural e de formação cinematográfica.

A carência de equipamentos tradicionais de difusão unida à necessidade de agregar maior valor simbólico e social às interações cinematográficas incentivou, direta e indiretamente, o florescimento deste setor que, ainda na década de 90, foi endossado com o surgimento de diversos outros festivais como aqueles situados fora das capitais – seria o caso do Búzios Cine Festival (1995), da Mostra de Cinema de Tiradentes (1997), da Mostra Londrina de Cinema (1999) etc – ou como aqueles enfocados em uma temática específica (como o Festival Internacional de Animação do Brasil-Anima Mundi, o Festival MixBrasil de Cultura da Diversidade, ambos de 1993; o É tudo verdade - Festival Internacional de Documentários, criado pelo crítico Amir Labaki em 1996; no mesmo ano o Festival Brasileiro de Cinema Universitário; o Festival Internacional de Cinema e Vídeo Ambiental-FICA, de 1999; dentre outros).

Ao final dessa década, já não era mais possível ignorar a participação desses eventos no calendário artístico-cultural do país nem mesmo desmerecer seu impacto no desenvolvimento econômico brasileiro.

2.3. O reflexo do setor no desenvolvimento econômico nacional

Conforme explicitado anteriormente, os anos 90 foram, notadamente, uma década bastante profícua para o setor nacional de festivais de cinema. Essa atividade cresceu significativamente por meio da ocupação de espaços muitas vezes esquecidos ou pouco tradicionais através dos quais foram aproveitados ou construídos variados locais de exibição como é o caso das projeções ao ar livre, em escolas, em centros culturais e em localidades periféricas.

Apenas nesta última década do século XX, foram criados mais de 30 festivais brasileiros de expressão e permanência no cenário audiovisual, mais do que nas quatro décadas anteriores. E, em razão do potencial de crescimento do mercado audiovisual no território brasileiro, esse número se amplia cada vez mais. A “curva de expansão” sobre a qual se referem Antonio Leal e Tetê Mattos (2009, p. 14) revela-se nos mais de 90 eventos audiovisuais originados apenas entre os anos de 1999 e 2006 (Ibid., p. 3).

Apresentando uma sensibilidade única para exprimir as inquietações de sua década e para se articular com o que estava sendo produzido naquele momento, o setor dos festivais se destacou como uma válvula de escape em uma época em que o circuito hegemônico parecia não encontrar caminhos para desenvolver seu próprio produto. Desde o momento em que a participação do filme brasileiro nas salas de cinema atingiu níveis irrisórios, chegando a ter menos de 1% do total de público em 1992, o cinema brasileiro luta incessantemente para reencontrar seu público.

Os festivais de cinema ajudaram de forma parcial a recuperar essa parcela da população, que estava totalmente a mercê da forte incursão hollywoodiana, assim como se firmaram como as principais iniciativas para formação do público de cinema. Não a toa que a maioria deles tem em sua composição programas de exibição de filmes a preços populares ou gratuitos, em escolas ou centros comunitários e/ou culturais ou foram pensados desde o início como sendo um espaço de intervenção cultural em áreas marginalizadas do centro urbano como, por exemplo, o Festival Cine Favela que ocorre em diversos pontos espalhados em comunidades populares de São Paulo ou a Mostra Baixada Animada, realizada em espaços culturais de locais periféricos do Rio de Janeiro. Sem falar nos festivais itinerantes ou naqueles que ocorrem em diversas cidades do país incluindo aquelas que nunca receberam festivais de cinema nem mesmo experimentaram a sensação de ter uma sala de exibição.

Em um estudo pioneiro coordenado, em 2007, pelos já citados Antonio Leal e Tetê Mattos¹⁹, revelam-se dados nunca antes levantados sobre os festivais audiovisuais brasileiros reforçando a posição deste setor como uma atividade estratégica no desenvolvimento, não apenas do mercado brasileiro de cinema, mas também, e principalmente, em seu aspecto mais amplo – o aspecto sócio-econômico da sociedade no qual este se insere. A partir de um profundo mapeamento e levantamento de informações deste tipo de iniciativa, faz-se uma análise através da qual se discute o impacto deste setor nos campos cultural, econômico e social do país. Nota-se então que os festivais não somente democratizam o acesso ao produto cinematográfico e estimulam a produção, como também ajudam a fortalecer identidades locais e a gerar emprego e renda nos locais em que se realizam.

Esse diagnóstico revelou que, apenas em 2006, o setor de festivais atraiu um público de 2.209.559 pessoas. Confrontando esse número com o total de festivais

¹⁹ *Festivais Audiovisuais - Diagnóstico Setorial 2007 / Indicadores 2006*

realizados naquele ano (132), chegaremos a um número médio de 16.739 espectadores por festival – público maior do que o de 65% dos filmes nacionais lançados em 2012. Também merecem destaque o número de empregos diretos gerados pelo setor nesse ano de 2006 (seis mil) e o valor dos recursos movimentados: aproximadamente 60 milhões de reais entre captação em recursos financeiros, parcerias, apoios, bens e serviços. Um investimento relativamente baixo para um setor que possui ramificações em todos os cantos do país e exerce um papel extremamente relevante, de construção e fortalecimento de identidades culturais, inclusive aonde o poder público se ausenta.

Nesses sete anos, esse segmento continuou sua ascensão e o circuito tradicional de cinema atravessou alguns momentos de reestruturação. Ambos tiveram que se adaptar a um novo contexto tecnológico que já esboçava seu poder e que agora faz parte da nossa realidade. Em 2011, a Lei 12.485/2011 potencializou significativamente o modelo de comercialização do produto audiovisual destinado à TV paga, modificou visivelmente a quantidade de projetos voltados para esse segmento e ampliou mais uma janela de exibição para o produto audiovisual brasileiro. Entretanto, mesmo diante de quase uma década de mudanças e avanços, outros diagnósticos como o realizado em 2006 não foram feitos e o setor de festivais voltou a carecer de um estudo mais aprofundado sobre si.

Partindo de um levantamento próprio sobre esse segmento e tendo como base o site do Fórum dos Festivais e o Guia Kinoforum – dois instrumentos que norteiam a divulgação de informações sobre festivais nacionais e estrangeiros de cinema –, pôde-se verificar que algumas questões do Diagnóstico de 2007 perduram e outras evoluíram com o passar do tempo. Apesar do crescimento do setor, a concentração desse tipo de evento na região Sudeste ainda é uma realidade, porém, a abrangência desse setor possibilitou a inclusão de Estados como Acre e Roraima no circuito de festivais.

A evolução desse segmento unida à falta de estudos empíricos sobre o mesmo tornam um tanto complicadas as tentativas de apreensão de informações para melhor compreensão desse setor. Dessa forma, através de levantamento próprio feito a partir da busca por festivais brasileiros no Guia Kinoforum, é possível verificar que há computados, nesse ano de 2013, 211 eventos realizados por festivais brasileiros (nacionais e internacionais) em todo o Brasil. Esse, porém, não corresponde ao número total de festivais – que se aproxima a 170 casos – uma vez que muitos destes ocorrem em mais de uma cidade. No entanto, se nos basearmos apenas nesses números, verificaremos a ausência desse tipo de evento nos Estados do Acre, Alagoas e Roraima

(Tabela 1). Entretanto, uma pesquisa um pouco mais direcionada nos permitirá notar que, apesar de muito informativo e vasto, o Guia não é tão completo como parece ser.

Nesse ano de 2013, entre outros possíveis eventos, a capital do Acre, Rio Branco, recebeu o IV Festival Pachamama-Cinema de Fronteira e também o Festival do Júri Popular, assim como as capitais de Roraima e Alagoas. Esta última ainda foi palco da terceira edição do Festival de Cinema Universitário de Alagoas. O próprio Fórum dos Festivais informa que:

(...) existem no Brasil mais de 240 eventos audiovisuais, desde iniciativas independentes, regulares e consistentes de exibição até os festivais tradicionais plenamente consolidados. É um circuito de ampla cobertura nacional que atrai quase 3 milhões de espectadores/ano.

Entretanto, não há no site do Fórum uma listagem organizada e sistemática desses festivais, o que nos faz voltar ao levantamento feito através do Guia Kinoforum: do total de 211 eventos sucedidos nos 23 Estados (e Distrito Federal), notou-se que quase 48% desses são realizados nos estados do Sudeste (não muito longe dos 51,52% verificados do Diagnóstico de 2007²⁰). Tal concentração pouco destoa da percentagem populacional que essa região concentra (42,02%, Tabela 2).

O número que, nesse levantamento sobre mercado audiovisual, mais se distancia disso, porém, é o de salas de cinema. Nesse caso, a concentração regional chega a quase 58% no sudeste²¹, o que nos leva a crer que o circuito brasileiro de festivais, mesmo em número muito menor do que o de salas de cinema, consegue ser mais bem distribuído do que esse último. Esses 10 pontos percentuais de diferença revelam um índice muito significativo no que tange à representação das outras regiões nesse expressivo setor do mercado audiovisual e à sensibilidade do mesmo em se adaptar às mais diversas realidades, alcançando com maior facilidade locais alijados do sistema hegemônico.

Unem-se a esse amplo circuito de festivais brasileiros aqueles voltados para a produção nacional, mas realizados fora do Brasil, como o Festival de Cinema Brasileiro de Miami, de Nova Iorque, de Paris, de Londres, de Montevideu, o Festival Cinema Brasil, no Japão, dentre outros. Assim, esse circuito ganha cada vez mais destaque no

²⁰ Porém, vale destacar que, diferente dessa análise pautada nessa pesquisa própria, no Diagnóstico também foram considerados os festivais brasileiros ocorridos fora do Brasil - que correspondiam a 6,82% do total de festivais brasileiros.

²¹ Segundo o *Informe de Acompanhamento do Mercado de Exibição de 2012* da Agência Nacional do Cinema (ANCINE), de um nº total de 2.517 salas de exibição no Brasil, 1.440 se concentram na Região Sudeste, equivalendo a 57,21% do total. Disponível em: <http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/2012/SalasExibicao/informe_anual_salasdeexibicao_2012.pdf>.

panorama cultural nacional e internacional mesmo apesar das numerosas dificuldades que encontra para se estabelecer – a eterna luta para encontrar patrocinadores e captar recursos, a carência de apoio estatal e de maior valorização da atividade, os entraves logísticos de transporte de cópias e de pessoas, a falta de estrutura audiovisual de muitas cidades e bairros etc. É vencendo diariamente cada um desses empecilhos que os festivais brasileiros vêm se estabelecendo nos calendários culturais das cidades e, principalmente, como setor estratégico nas relações artísticas e comerciais do cinema.

Tabela 1: Número de festivais de cinema brasileiros por Estado do país.

Estado	Total de Municípios*	População estimada 2013*	% População	Nº de Realizações de Festivais – 2013**	% Festivais
Acre***	22	776.463	0,39%	0	0,00%
Alagoas***	102	3.300.935	1,64%	0	0,00%
Amapá	16	734.996	0,37%	1	0,47%
Amazonas	62	3.807.921	1,89%	3	1,42%
Bahia	417	15.044.137	7,48%	11	5,21%
Ceará	184	8.778.576	4,37%	8	3,79%
Distrito Federal	1	2.789.761	1,39%	11	5,21%
Espírito Santo	78	3.839.366	1,91%	1	0,47%
Goiás	246	6.434.048	3,20%	5	2,37%
Maranhão	207	6.794.301	3,38%	2	0,95%
Mato Grosso	141	3.182.113	1,58%	2	0,95%
Mato Grosso do Sul	79	2.587.269	1,29%	1	0,47%
Minas Gerais	853	20.593.356	10,24%	19	9,00%
Pará	144	7.969.654	3,96%	7	3,32%
Paraíba	223	3.914.421	1,95%	5	2,37%
Paraná	399	10.997.465	5,47%	8	3,79%
Pernambuco	185	9.208.550	4,58%	16	7,58%
Piauí	224	3.184.166	1,58%	1	0,47%
Rio de Janeiro	92	16.369.179	8,14%	41	19,43%
Rio Grande do Norte	167	3.373.959	1,68%	3	1,42%
Rio Grande do Sul	497	11.164.043	5,55%	13	6,16%
Rondônia	52	1.728.214	0,86%	2	0,95%
Roraima***	15	488.072	0,24%	0	0,00%
Santa Catarina	295	6.634.254	3,30%	5	2,37%
São Paulo	645	43.663.669	21,72%	40	18,96%
Sergipe	75	2.195.662	1,09%	3	1,42%
Tocantins	139	1.478.164	0,74%	3	1,42%
Total	5570	201.032.714	100%	211	100%

* Fonte: IBGE

** Fonte: Guia Kinoforum

***Apesar de esses Estados contarem com Festivais de Cinema, por alguma razão, o Guia Kinoforum não os computou.

Tabela 2: Relação entre a concentração populacional e a concentração de festivais.		
Sudeste	% População	% Festivais
ES	1,91%	0,47%
MG	10,24%	9,00%
RJ	8,14%	19,43%
SP	21,72%	18,96%
Total	42,02%	47,87%

Fonte: Compilação de dados retirados, respectivamente, do IBGE e do Guia Kinoforum.

3. A DISTRIBUIÇÃO E A PARTICIPAÇÃO POPULAR NOS FESTIVAIS DE CINEMA

Difusão, comercialização e acesso. São essas as “práticas cinematográficas” nas quais se debruça o estudo da pesquisadora Hadija Chalupe (2010, p. 11) em sua tentativa de um maior aprofundamento quanto às “diferentes ‘maneiras’ de disponibilização do produto cinematográfico nas salas de exibição”. Nesse breve artigo, publicado na revista Observatório Itaú Cultural, Hadija expõe algumas definições e conceitos que norteiam a prática da atividade de distribuição e que auxiliam uma melhor exploração comercial do produto audiovisual nacional e, por conseguinte, uma conscientização mais articulada da relação *produção x recepção* – afinal, pouco adianta atrair investimentos, reunir recursos e equipe de profissionais e realizar um filme, por mais competente que ele seja, se este não encontra um interlocutor ou nem mesmo tem a chance de seguir uma trajetória dentro da cadeia audiovisual e se capitalizar ou ao menos se fazer notar.

Basta uma simples verificação da lista que a ANCINE dispõe com os projetos ativos de *produção de obras de longas cinematográficos*²², ao final do ano de 2009, para se notar a grande quantidade de projetos que na época estavam sendo produzidos - e até mesmo já finalizados - e que até o momento não chegaram às salas de cinema. É fato que muitos esbarram em entraves na captação, mas de certa forma os editais, prêmios, fundos e programas de incentivo têm representado essenciais fontes de financiamento para as produções nacionais, diminuindo essa barreira. Porém, como em qualquer estrutura produtiva, todos os setores devem trabalhar de forma articulada e pensada para, a cada etapa, agregar valor ao produto que se está moldando e fazê-lo chegar ao seu consumidor em condições de competir com os outros e, assim, se rentabilizar.

Não é o que acontece com o filme brasileiro. Muitas das vezes esse ciclo não se completa, o cenário que esse produto encontra não é nem um pouco favorável ao seu consumo e o principal fator gerador desse gargalo não está na produção, mas sim na distribuição desse produto. Esse é o setor que faz a ligação entre a produção e o consumo e, em se tratando de um bem cujas particularidades fogem das características de um produto industrial convencional, se revela essencial para pensar a articulação das questões econômicas com as potencialidades culturais e ideológicas contidas no mesmo.

²² Disponível em: <http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/2009/ProjetosAtivos/1006_09.pdf>.

Assim como Hadija Chalupe, muitos outros estudiosos e agentes do cinema estão cada vez mais atentos e preocupados em discutir soluções para desenvolver melhor esse setor, em promover uma real “difusão, comercialização e acesso” do nosso cinema. O que pouco se discute, porém, é a função estratégica que o setor de festivais pode vir a desempenhar nesse processo de valorização do produto audiovisual através, principalmente da difusão e do acesso que estes promovem e indiretamente, como consequência, da futura comercialização.

Como já defendido anteriormente, os festivais de cinema têm atuação imprescindível na construção de uma cultura cinematográfica e no fortalecimento de identidades culturais através de ações que vão ao encontro da formação de público, do fomento da atividade e do empoderamento e da inclusão do público como um agente ativo no diálogo com esse mercado. Assim, a atuação desse setor vai além da questão artística ou cultural, podendo ser decisiva na projeção comercial dos filmes que por ele passam. Ao chamar a sociedade para apreciar filmes, participar de oficinas e palestras e ainda colocar suas opiniões e construir conjuntamente as programações e ações perpetradas, os festivais podem funcionar como o elo que o filme brasileiro precisa para encontrar seu público.

A questão é: até onde os festivais estão realmente dispostos a abrir diálogo com a sociedade e deixar de se restringir ao público já cativo do cinema? A impressão que se tem algumas vezes é que os festivais de pequeno e médio porte promovem uma aproximação muito maior do que aqueles mais tradicionais, de maior visibilidade, considerados por muitas pessoas como sendo festivais elitistas, feitos para receber apenas os que passam por seus tapetes vermelhos e para construir uma imagem internacional de suas cidades – quando, na verdade, poderiam ser os primeiros a implementar ações sociais de formação de público, utilizando-se de seu prestígio para angariar fundos e fechar parcerias para tal fim.

Cinema é antes de tudo comunicação e, dentre as diversas causas da diminuição brusca do público do cinema e principalmente do filme nacional, a principal delas é a falta de acesso que sofre o cinema brasileiro. Pois o que chega às telas através de divulgação massiva, com grandes investimentos em distribuição e ampla circulação entre as janelas de exibição tradicionais não é nem 10% do que é o “filme” brasileiro, não representa a variedade do que está sendo produzido no país. Quando se trata de cinema brasileiro, essa comunicação é falha. O circuito tradicional, que tem como pilar o predomínio dos interesses comerciais como todo e qualquer mercado, é dominado

pelo o que vem de fora, mais precisamente pelo o que vem de Hollywood, e os festivais de cinema brasileiros, em uma corrente contrária, servem de janela para a diversidade do cinema brasileiro.

Desde os primórdios do nosso cinema, o filme brasileiro ocupa uma posição secundária diante do que é produzido fora de nossas fronteiras. “A produção sempre foi um negócio marginal ao foco principal, uma vez que havia uma oferta mundial abundante e, possivelmente, de baixo preço” afirma Rodrigo Saturnino Braga²³ ao relatar o domínio da atividade cinematográfica nacional já no início do século XX por parte da empresa francesa Pathé que, na época, tinha um poder dentro do mercado brasileiro e mundial que pode ser relativamente comparado ao exercido atualmente pelas *majors* (EUA), “produzindo cerca de 10 filmes por semana e controlando cerca de 200 cinemas espalhados pelos principais países europeus”, assim como travando acordos de exclusividade com fornecedores e salas de cinema em todo o mundo.

Perante a falta de ação do governo brasileiro diante das práticas anticoncorrenciais das grandes empresas de cinema, o mercado de cinema brasileiro foi amplamente envolvido pelos filmes produzidos e distribuídos pela Pathé e, com a Primeira Guerra Mundial, pela indústria cinematográfica norte-americana que, desde o início, se expandiu mundialmente com o forte apoio de seu governo, este movido por interesses econômicos e também ideológicos embutidos numa política de exportação do *way of life* estadunidense. Nota-se, portanto, que a posição protecionista e de incentivo à produção independente que o governo americano adotava em seu território era totalmente subvertida quando se tratava da atuação no mercado externo, como bem relatou Edward Jay Epstein no livro “O grande filme: dinheiro e poder em Hollywood”:

Os estúdios souberam se defender ao persuadir o governo federal a ajudá-los em seus esforços de vender os filmes para outros países, com o argumento de que os filmes americanos eram um recurso valioso para promover a imagem dos Estados Unidos. Com essa finalidade, em 1917, o presidente Woodrow Wilson, depois de declarar Hollywood uma “indústria essencial”, criou o Foreign Film Service. “O cinema”, explicou ele, “alcançou a categoria de mais alto meio de disseminação na inteligência pública e, por falar uma linguagem universal, se presta significativamente para a apresentação dos planos e propósitos do país. (Epstein *apud* MORAES, 2013, p. 47)

²³ Livro “Film Business: O negócio do cinema”. Capítulo 2.

O poderio estratégico de difusão de ideologias contido no cinema foi o principal fator de impulsão dessa indústria para além de suas fronteiras. Não a toa que sua expansão global teve início com a vitória na Primeira Guerra e se tornou ainda mais agressiva nas diversas guerras em que os EUA participaram, transformando a indústria cinematográfica americana na mais rentável do país depois da indústria bélica. Esse domínio é exercido em todo o mundo, porém cada país se defende da forma que melhor lhe convém. No caso do Brasil, a relação de dependência que este tem com a maior potência do mundo não o faz coibir essa expansão, mas sim criar algumas medidas para facilitar a inserção do produto nacional nesse mercado tão pouco isonômico.

Como resultado, temos uma enorme concentração do *market share* nacional nos filmes norte-americanos distribuídos pelas *majors* (geralmente maior que 80% enquanto o do filme nacional dificilmente passa dos 15%) e um controle significativo de sua indústria nas atividades de distribuição e exibição do mercado de cinema no Brasil, sendo essa última o reflexo da forte e rápida incursão de um dos sistemas mais rentáveis da indústria norte-americana, os chamados *multiplex*²⁴.

Hoje em dia, com o mecanismo de incentivo fiscal estabelecido pelo Art. 3º da Lei 8685/93, o elo da produção também está sendo modificado pelas *majors* americanas, o que tem gerado grande discussão entre os que defendem o benefício dessa parceria e os que acusam o governo de conferir ainda mais poder a essas empresas. O fato é que as produções nacionais coproduzidas por estas corporações estão quase sempre entre as de maior bilheteria nos cinemas do país, alavancando, assim, a participação do filme nacional em seu mercado, mas de forma desigual e bastante concentrada. Esse “caráter contraditório” é explicitado por Lia Bahia Cesário em seu

²⁴ Esse novo padrão de exibição cinematográfica surgiu como resposta à perda de mercado que a consolidação do sistema televisivo impôs à indústria hollywoodiana, assim como aconteceu em todo o mundo. Os *multiplex* promoveram uma reconfiguração dos espaços de consumo cinematográficos, romperam com os laços entre distribuidores e exibidores que caracterizavam as relações comerciais do século XX e modificaram significativamente as estratégias de distribuição de um filme e a própria experiência cinematográfica. Como bem apontou Pedro Butcher (2004, p. 20), “o espectador sai de casa não para ver um filme, mas para ‘ir ao cinema’” e, além de experimentar a atração proposta por esses cinemas (com grande investimento em tecnologia e atraindo os principais lançamentos), terá a sua disposição todo um aparato de consumo que passa a agregar valor e, ao mesmo tempo, a ajudar no sustento desses cinemas (bombonieres, livrarias, lanchonetes etc). Sendo atualmente o principal meio de exportação do produto cinematográfico norte-americano (e resultando em receitas maiores do que as auferidas em seu mercado interno), esse sistema foi difundido mundialmente a partir dos anos 90 e encontrou nos *shoppings centers* espaços favoráveis ao seu projeto de entretenimento. A partir de então, nota-se um crescimento significativo do número de salas de cinema no Brasil, porém, a maioria localizada nesses grandes centros comerciais (cerca de 85% do total, segundo dados da ANCINE) e cobrando ingressos cada vez mais caros. A expansão, dessa forma, não foi seguida pela democratização.

estudo sobre o processo de industrialização da atividade cinematográfica do país e acabou por se embrenhar nas relações produtivas de nosso mercado.

Atualmente os pouquíssimos filmes nacionais que chegam às telas de cinema comerciais e conseguem um bom desempenho de público estão atrelados a uma *major* e/ou a Globo Filmes e/ou a algumas poucas distribuidoras brasileiras de destaque – como é o caso da parceria Downtown/Paris/Riofilme que, por exemplo, no ano de 2012, lançou apenas 6 filmes nacionais nos cinemas (de um total de 83), mas atraiu com esses, segundo dados da ANCINE, mais de 60% do público total do filme nacional. Boa parte da variedade de narrativas, formatos, gêneros e estilos que verificamos nos festivais brasileiros, tanto de filmes nacionais quanto de estrangeiros, se restringe às salas de exibição dos festivais e de mostras e cineclubes. Quantas gerações de cineastas e quantas cinematografias riquíssimas são ignoradas pelo circuito tradicional e conseguem extrapolar suas fronteiras graças aos festivais espalhados mundo afora?

Entretanto, apesar de reconhecer a relevância dos festivais estrangeiros para a circulação e reconhecimento internacionais da produção audiovisual brasileira, o foco desse estudo é o festival brasileiro (nacional e internacional) e sua influência no desempenho dos filmes que são produzidos no país. Afinal, em pouco tempo de existência, o circuito nacional de festivais de cinema foi mais expressivo como espelho da variada produção nacional do que o circuito convencional, basta verificar, por exemplo, a quantidade de filmes nacionais que um festival brasileiro de grande porte exhibe em cada edição e de programas e ações de fomento às produções locais desenvolvidos por estes.

Os festivais de pequeno e médio porte podem não ter essa proficuidade em termos de quantidade de filmes exibidos, mas exercem essencial papel para projeção dos mercados locais e ampliação do senso de identidade e inclusão da população que os circundam. Embora esse circuito ainda seja bastante concentrado, o acesso que ele possibilita e as ações sociais com as quais se preocupa fazem com que os festivais funcionem como o elo entre produção e exibição que, em nosso mercado tradicional, funciona de forma deficitária. Porém, por não ser pautado por finalidades econômicas, esse elo representado pelos festivais, não pode ser considerado suficiente para o filme nacional. Como defende Orlando Senna, “os festivais não podem converter-se na única forma de exibição de filmes”²⁵, pois, assim como qualquer outro bem cultural, os

²⁵ *Festivais Audiovisuais - Diagnóstico Setorial 2007 / Indicadores 2006*

produtos cinematográficos têm que se rentabilizar para, assim, poderem retroalimentar sua cadeia de produção e permitir a continuidade dessa atividade. Mas, em resposta à afirmação de Senna, o festival de cinema, apesar de não possibilitar esse retorno comercial direto, pode potencializar a carreira de uma produção cinematográfica dentro e fora de seu território nacional.

A questão colocada nesse capítulo, portanto, é de que forma o setor dos festivais de cinema brasileiros influencia ou pode influenciar o desempenho comercial dos filmes nacionais exibidos em suas programações. Ou seja, até que ponto a ampla circulação propiciada por esse segmento se reflete em bilheteria para o filme brasileiro e até onde essa participação se limita a esse circuito? No estudo a seguir, busca-se fazer a análise de três dos principais festivais de cinema do país no que se refere às ações de difusão do filme brasileiro que estes promovem e a posterior recepção do mesmo nas salas de exibição comerciais do país. A fim de travar uma relação com a recepção do público dos festivais e o das salas convencionais de cinema, escolheu-se estudar o caso de filmes laureados em 2012 nesses três festivais na categoria de Melhor Filme pelo Júri Popular.

3.1. Festival de Brasília e *Elena*

O mais antigo dos festivais de cinema brasileiros constituiu-se a partir da instituição de uma comissão criada pelo professor Cleantho Rodrigues Siqueira, então presidente da Fundação Cultural do Distrito Federal, dirigida por Paulo Emílio Salles Gomes e coordenada Carlos Augusto de Oliveira de Albuquerque, diretor executivo da Fundação. Como explicitado no capítulo anterior, ele teve início em 1965, recebendo, durante duas semanas de meados de novembro, um público de cerca de duas mil pessoas “constituído em boa parte pelos altos quadros do Executivo, do Legislativo, da Magistratura, do Serviço Público e das Forças Armadas” e surgindo para esse grupo como uma “inesperada revelação”, segundo Paulo Emílio (*apud* MOTA, 2006, p. 56).

A Semana do Cinema Brasileiro passou a ser denominada pelo o que se conhece hoje como Festival de Brasília do Cinema Brasileiro e ganhou, com o passar do tempo, legitimidade no cenário nacional, fincando-se como principal festival de cinema do Brasil durante a década de setenta, após a retomada de suas atividades – paralisadas por três anos em razão do recrudescimento dos censores da ditadura militar. No transcorrer das décadas o evento se viu entre altos e baixos e em uma nova ameaça de interrupção quando do desbaratamento causado pelo Governo Collor da estrutura estatal de apoio à Cultura e conseqüente desestabilização da produção cinematográfica brasileira.

Atualmente, acaba de passar por uma nova fase de reestruturação visando melhor adequação às transformações vivenciadas por esse mercado.

Desde seu surgimento, o Festival de Brasília firmou-se como um espaço plural de exibição, apreciação e reflexão do cinema nacional no qual foi projetada uma geração de cineastas que marcaram a história do país, como Rogério Sganzerla, Paulo César Saraceni, Joaquim Pedro de Andrade, Nelson Pereira dos Santos e Júlio Bressane. Foi, por anos, tido como a vitrine do cinema nacional e, apesar de não sustentar mais esse posto, ainda é um evento de grande prestígio muito visado pela comunidade cinematográfica e com uma particularidade que lhe confere ampla atratividade: a distribuição de prêmios em dinheiro.

Assim como acontece com outros festivais pelo país e pelo mundo, o Festival de Brasília é uma iniciativa viabilizada tendo o aparato governamental como base. A Secretaria de Estado de Cultura do Distrito Federal é a responsável por sua promoção e, através de parcerias com órgãos governamentais e instituições privadas – como a ABRACCINE (Associação Brasileira de Críticos de Cinema), a TV Brasil e até mesmo a Câmara Legislativa do Distrito Federal –, o Festival consegue ampliar sua premiação e, além do troféu Candango, oferecer diversos outros, assim como prêmios em dinheiro ou serviços.

No caso da premiação oferecida pela TV Brasil, por exemplo, atrelado ao valor de R\$ 50 mil entregue ao melhor longa-metragem, um contrato de licenciamento da obra também é assinado dando ao canal direitos de exploração comercial da mesma em seu mercado de atuação. Essa relação entre um festival de cinema e um canal televisivo, embora movida por interesses econômicos e mercadológicos, revela um olhar mais atento do festival em travar parcerias que dialoguem com a nova configuração do mercado – que deixou de ser cinematográfico para ser audiovisual – e ajudem a inserir os filmes nesse panorama.

Também é possível perceber que há preocupação em evidenciar o cinema que é feito localmente, através da Mostra Brasília, e em proporcionar à comunidade local a experiência de participar da programação desse evento. O acesso aos espaços de exibição é adaptado a pessoas com dificuldades motoras, algumas exibições contam com legendagem eletrônica para surdos e audiodescrição para cegos. Além das sessões de filmes (com ingressos a R\$ 12,00 a inteira ou gratuitos nas exibições em cidades-satélites), é promovido o acesso livre aos debates, seminários, encontros, exposições e

oficinas – voltados tanto para estudantes e profissionais do ramo quanto para o público em geral.

Dentre as ações realizadas pelo Festival de Brasília, talvez aquela considerada a de maior responsabilidade social seja a que leva a experiência cinematográfica ao público infanto-juvenil. O Festivalzinho é uma mostra paralela à competitiva que completou 10 anos em 2013 e que atua junto às escolas públicas do Distrito Federal levando seus pequenos estudantes às salas de cinema por onde passam filmes especialmente selecionados pelos organizadores do Festival para esse público determinado. Durante a edição desse ano, ao menos 600 crianças e jovens presenciaram por dia a mostra, muitos destes tendo sua primeira experiência em salas de cinema. Tal medida exemplifica como um evento pode manter seu prestígio diante da comunidade do cinema, sem deixar de lado ações que construam esse interesse naqueles que não conheciam essa arte e/ou que abarquem a população alijada pelo sistema de exibição convencional.

Talvez sejam essas as ações que diferenciem um festival de grande porte de outros de igual destaque. Apesar de sofrer muitas críticas que denunciam certo descompasso da estrutura do festival com a realidade do cinema contemporâneo dentre outras questões que serão abordadas mais a frente, o Festival de Brasília continua figurando como um dos mais importantes do país principalmente quando se trata de cinema brasileiro, não apenas pelo fato de ter sido o primeiro de nossa história a ser focado na produção nacional, mas também por ter ampliado a circulação e visibilidade dos filmes que por ele são exibidos.

Promover democratização de acesso e descentralização de espaços exibidores, não deveria ser considerado apenas uma prática de contrapartida social, tratado por muitos produtores como uma obrigação ou um favor. Sair da zona de conforto do público cativo do cinema e permitir novos diálogos com a sociedade é possibilitar que mais filmes cheguem a essa mesma sociedade e que tenham maior retorno por parte desta – retorno de público e, conseqüentemente, de renda, de mercado, de bilheteria. Assim, ganha a população, o festival e o cinema nacional.

Infelizmente, por uma questão de deficiência estatística do mercado de festivais ou talvez pela falta de interesse dos agentes públicos e privados em levantar, apurar e divulgar, de forma organizada e sistemática, os dados orçamentários e de público desse tipo de evento, confrontamo-nos com uma grande dificuldade em traçar relações mais diretas que nos permita mensurar a influência desses eventos na performance comercial

dos filmes exibidos neles. Entretanto, isso não significa que não se possa analisar essa relação. Como em qualquer manifestação cultural, a recepção do público é um termômetro do efeito que se propõe gerar sobre determinada audiência e na maioria dos festivais é possível ter essa percepção através das variadas sessões de filmes, debates, entrevistas e conversas, como também por meio de um mecanismo que busca filtrar esse retorno e traduzi-lo em números, o chamado Voto Popular.

Ao contrário do júri oficial – formado por pessoas pré-selecionadas tidas como representantes da classe cinematográfica ou cultural, com expertise no assunto e ideias preconcebidas sobre os conceitos e critérios a serem aplicados na avaliação de um produto audiovisual -, o voto do júri popular deve, ou deveria, ser pautado pelo efeito gerado na interação da obra com o público que a recebe, podendo ser este efeito de inquietação, de surpresa, de indignação, de incômodo, algo que seja suficiente para fazer aquele espectador deixar sua condição de simples receptor de uma mensagem e se colocar em uma posição chave para a premiação de um determinado filme.

A título de comparação entre a participação de produções nacionais nesse circuito alternativo e não-comercial dos festivais e o desempenho dos mesmos no mercado tradicional de salas de exibição, será feita uma breve análise do Festival de Brasília 2012 no que tange à premiação do júri popular para Melhor Longa-Metragem Documentário. Cabe ressaltar que nessa edição foram implementadas mudanças estruturais impulsionadas pelo Festival a partir de 2011 com o intuito de melhor adaptá-lo à grande demanda que vinha recebendo e à nova configuração do mercado de cinema após o boom tecnológico que alterou as relações de produção, distribuição, exibição e consumo audiovisuais na contemporaneidade. Dentre as mudanças perpetradas estão a dispensa do ineditismo como critério, a aceitação do digital nas mostras competitivas e a divisão da competição de longas entre filmes de ficção e documentários, levando a seleção de mais filmes e a ampliação do valor total das premiações. Essa divisão gerou muita polêmica entre críticos e cineastas, assim como o inchaço no número de prêmios.

No entanto, apesar das críticas e polêmicas, a 45ª edição do Festival de Brasília de Cinema Brasileiro, contou com o expressivo número de quase 80 filmes em sua programação, dos quais seis foram selecionados para a mostra competitiva de longas de documentário. O vencedor pelo júri oficial foi *Otto*, filme de Cao Guimarães, registro bastante particular do nascimento de um filho e das etapas que antecedem esse momento. Entre os outros filmes competidores, figuravam o bastante comentado e conhecido no circuito dos festivais *Domésticas* de Gabriel Mascaro e o filme que

registra poeticamente parte da vida e a obra de um dos principais artistas da MPB, Ney Matogrosso. O filme em questão é *Olho Nu* de Joel Pizzini. Porém, o público do Festival escolheu como melhor filme um documentário que tem muito da linguagem da ficção apesar de também ser um registro deveras afetivo da busca da diretora em encontrar e conhecer melhor sua irmã que, à procura de crescimento profissional e pessoal, mudou-se para outro país aonde acabou, porém, por se suicidar.

A referida diretora é a mineira Petra Costa e sua irmã é Elena, quem dá nome ao filme: um documentário que trata de vida e morte, mas sem a morbidez habitual dos noticiários de TV ou dos filmes que buscam um realismo muitas vezes desnecessário. O realismo de *Elena* é poético, subjetivo, beirando a ficção dos filmes investigativos, mas ao mesmo tempo intimistas e de fácil identificação. Assim, ele despertou o público do Festival de Brasília e de todo o país. Nesse caso, é possível afirmar que de fato o júri popular foi o termômetro – sua sensibilidade coincidiu com a recepção posterior do filme nas salas de exibição comerciais.

Elena foi o documentário mais visto nos cinemas brasileiros durante o primeiro semestre do ano de 2013, alcançando 55 mil espectadores em 100 dias e fazendo médias de público/sala inatingíveis por muitos *blockbusters* na época. De fato, sua passagem por festivais renomados²⁶ e seu amplo trabalho de divulgação e interação social foram essenciais para esse desempenho que, guardadas as devidas proporções, foi mais significativo do que de muitos filmes notadamente comerciais que estrearam na mesma época²⁷. Por mais que não seja possível travar uma relação direta do desempenho do filme nas salas de cinema e a passagem do mesmo pelo Festival de Brasília, a participação em um festival desse porte é sempre reconhecida e valorizada. Em entrevista fornecida em 26 de novembro de 2013, o produtor de *Elena*, Bernardo Bath, afirmou que a premiação nesse evento foi bastante relevante para possibilitar parcerias com distribuidores, exibidores e agentes de vendas nacionais e internacionais, além de conferir mais prestígio à produção.

O filme estreou comercialmente em Brasília no dia 17 de maio desse ano, exatos oito meses após sua presença no festival. Em um primeiro momento, entrou em cartaz

²⁶ De acordo com o informado pelos produtores do filme, Daniela Santos e Bernardo Bath, em contato eletrônico, o filme foi selecionado para mais de 30 festivais nacionais e internacionais em países como EUA, Israel, Marrocos, Holanda, Kosovo, Polônia, Croácia etc.

²⁷ Segundo Boletim do portal Filme B, o filme “Elena” estreou (em 10/05/2013) figurando como a 10ª maior bilheteria do final de semana nos cinemas brasileiros e com uma excelente média de 336 espectadores por sala, marca que o destacava diante de produções como o suspense inglês “Em Transe” (Fox), com 119 espectadores/sala, e um dos filmes nacionais de maior bilheteria do ano “Somos tão jovens” (Imagem/Fox), com 479 espectadores/sala, ambos tendo sido lançados apenas uma semana antes.

apenas na sala *Espaço Itaú de Cinema* – uma das 14 salas comerciais que exibiram o filme em sua primeira semana. Após o sucesso inicial, a quantidade de espaços de exibição aumentou e, em Brasília, o filme também foi exibido no cinema *Liberty Mall*. Esses cinemas juntos foram responsáveis pelo quinto maior público do filme dentre as 30 cidades nas quais o filme foi lançado (tabela 3). Quanto ao público que teve contato com o filme durante o Festival de Brasília, infelizmente essa informação não foi divulgada. Fato é que, diante das ações de difusão, construção de platéia e de senso crítico quanto ao cinema, tanto no distrito federal quanto nas cidades satélites, *Elena* pôde ter acesso a um público muito mais diversificado e descentralizado do que teria se contasse apenas com os cinemas comerciais pelos quais passou.

TABELA 3:	
<i>Elena</i>, dir.: Petra Costa	
Cinco maiores cidades - Público	
SÃO PAULO	24602
RIO DE JANEIRO	7748
BELO HORIZONTE	5493
PORTO ALEGRE	3980
BRASÍLIA	2743
OUTRAS	12797
TOTAL	57363

Fonte: dados do produtor

3.2. Festival de Gramado e *O Som ao Redor*

Conhecida por ser uma cidade que consegue de fato explorar sua vocação turística, Gramado insere seu principal festival de cinema em seu calendário cultural de forma estratégica, revelando uma visível preocupação em se aproveitar do potencial atrativo do cinema em prol do desenvolvimento econômico, político e cultural do local. Essa aliança entre o cinema e o turismo de Gramado, atividades de áreas diferentes, mas que dialogam entre si, foi reforçada no momento do remanejamento do Festival – que ocorria, nos primeiros anos, em janeiro – para o mês de agosto, época de grande efervescência turística na cidade. A partir de então o Festival passou a atrair uma parcela das centenas de milhares de turistas que visitavam a cidade.

Contendo esse enfoque desde seu início, em 1973, o Festival de Gramado nasceu amparado por uma base governamental extensa. Na época, sua criação foi viabilizada a partir de uma parceria entre a Companhia Jornalística Caldas Júnior, a FUNARTE e órgãos dos governos federal (Embrafilme), estadual (Secretarias de Turismo e de

Educação e Cultura do Estado do Rio Grande do Sul) e municipal (Prefeitura Municipal de Gramado). Em janeiro de 1973, após ser oficializado pelo Instituto Nacional de Cinema (INC), ocorria sua primeira edição (totalmente voltada para a produção nacional) na qual seria conferida a premiação maior, o Kikito de melhor filme, para a obra de Arnaldo Jabor que consagraria a atriz Darlene Glória, “Toda Nudez Será Castigada”.

Assim como o trabalho de Jabor, o festival projetou em suas edições outras obras de destaque de nossa cinematografia como o filme “Amuleto de Ogum” de Nelson Pereira dos Santos (vencedor em 1975), “Pra frente Brasil” de Roberto Faria (vencedor em 1982) entre outros. Entretanto, toda a solidez conferida pelo forte aparato estatal por trás do festival não o impediu de vivenciar épocas de consagração e outras de total instabilidade. Já em seus primeiros anos, o festival foi marcado por escândalos e polêmicas e acusado de priorizar os flashes das câmeras e as celebridades por ele recebidas em detrimento do objeto principal de um festival de cinema, os filmes. Com o restabelecimento de seu foco e a cristalização de ações de reflexão e interação acerca do cinema que se fazia no Brasil, o Festival de Gramado se transformou no principal do gênero durante a década de 80.

O mesmo teve que voltar a se reformular na década seguinte após a extinção da estrutura de apoio estatal à atividade por parte do então presidente Fernando Collor de Mello e, em razão da decrescente quantidade de produções inscritas, tal evento encontrou como alternativa a ampliação do escopo de suas ações, passando a aceitar produções latino-americanas, perfil bem-sucedido que se mantém até os dias atuais. A proximidade geográfica da cidade com as fronteiras de países do Mercosul acabou por facilitar esse diálogo. Porém, após duas décadas da efetivação desse tipo de perfil, o Festival de Gramado ainda é alvo de muitas críticas relacionadas a sua atitude frente ao mercado de cinema latino uma vez que a mostra competitiva que o evento reserva exclusivamente a esse tipo de filme algumas vezes não condiz com a variedade criativa e o crescimento quantitativo e qualitativo desse mercado.

Por essa razão, a edição de 2012 foi recebida com muitas ressalvas por aqueles que a acompanharam. Dos 50 filmes inscritos na mostra latina, os curadores selecionaram para a competitiva cinco filmes que demonstraram uma inconsistência perante o real potencial qualitativo desse mercado, o que fez com que muitos críticos questionassem o esforço da curadoria em buscar produções latinas no mercado internacional. Essa questionada qualidade dos filmes se refletiu na entrega dos prêmios

daquela edição durante a qual um mesmo filme ganhou cinco das sete premiações oferecidas, além de ter recebido Menção honrosa por sua direção de arte e por sua trilha sonora. “Artigas, la Redota”, de César Charlone, apenas não foi laureada com os prêmios de melhor roteiro e melhor fotografia.

Já a seleção brasileira foi marcada em 2012 por situação inversa, por uma maior preocupação em valorizar obras independentes nacionais com particularidades temáticas, artísticas e estéticas e de diretores conhecidos, porém novos na direção de longas-metragens como no caso de Matheus Souza, Caetano Gotardo e Kleber Mendonça Filho. Entre elogios e críticas, essa edição se destacou principalmente por sua reformulação estrutural propalada como uma importante iniciativa que ajudou a reaproximar a comunidade cinematográfica e a sociedade no geral, mas foi impulsionada na verdade por uma grave crise orçamentária que fez com que o evento terminasse sua edição anterior com uma dívida de aproximadamente R\$ 3 milhões e sem conseguir romper com o histórico recente de problemas de gestão, de insatisfação diante de problemas técnicos e de duras críticas à priorização do investimento em celebridades ao invés de um maior fomento à atividade.

Essas reestruturações, de certa forma, acabaram por rediregir o foco do Festival para as produções cinematográficas e, apesar de problemas como o pontuado na seleção dos filmes da mostra latina, elas foram bem recebidas pela comunidade cinematográfica. Essa crise de 2011, acompanhada de denúncias de desvio de verbas por parte da Associação que organizava o evento, foi de certa forma positiva para fazer com que os responsáveis pelo Festival repensassem o encaminhamento que estavam dando ao mesmo e alterassem grande parte de sua equipe começando pela gestão – que passou a ser coordenada pela secretária de Turismo, Rosa Helena Volk – até a sua curadoria, realizada desde então por Rubens Ewald Filho, José Wilker e Marcos Santuário. Os gastos com a recepção de celebridades foram os primeiros a serem cortados e, assim, o foco do Festival voltou a ser direcionado à atividade cinematográfica ao invés de se dirigir excessivamente à recepção aos famosos, desde diretores internacionais e atores de novelas até participantes de *reality shows*.

Diferente do Festival de Brasília, Gramado não tem a ramificação de seus espaços de exibição, sendo a mesma concentrada no Palácio dos Festivais, e não conta com uma relação mais direta com o público infanto-juvenil, ou de escolas da rede pública, nem com muitas ações de diálogo com a população local. As medidas principais que o aproximam desse público em potencial são a gratuidade das sessões de

reprise dos filmes em competição e das sessões de filmes fora de competição, assim como em palestras e seminários, e, a partir dessa emblemática edição de 2012, a significativa diminuição no valor do ingresso – reduzido de R\$ 120 (inteira) para R\$ 20 (inteira). Ao que parece, a necessidade de corte de gastos e as constantes críticas feitas ao evento ampliaram sua preocupação em chamar a sociedade para dentro da sala de cinema e não apenas para a entrada na qual se estende o tapete vermelho e por onde passam as celebridades.

Além das mostras competitivas, também são promovidas sessões paralelas como a Mostra Especial de Cinema Gaúcho, voltada para filmes de longa metragem produzidos no estado, homenagens, retrospectivas e premiações especiais como é o caso do Kikito de Cristal, entregue a nomes importantes do cinema latino-americano. Junto ao processo de reestruturação do Festival, ocorrida a partir da edição de 2012, estabeleceu-se a proposta de entrega de prêmios em dinheiro aos laureados nas sessões oficiais, porém, em razão da captação de recursos não ter alcançado o montante previsto²⁸, essa medida teve de ser cancelada a fim de evitar a criação de novas dívidas.

O que se percebe é que até mesmo um festival de grande porte e com um histórico bastante expressivo no processo de construção do mercado do cinema brasileiro, reconhecido como o mais antigo festival de cinema ininterrupto do país, não encontra meios regulares de se sustentar e nem mesmo uma base estável para seu crescimento. Na época de ouro da Embrafilme, o Festival de Gramado encontrou seu ápice; nos momentos de crise dos anos 90, quase veio à falência; e atualmente luta ano a ano para se legitimar e se manter nesse cenário variado que o circuito de festivais está abarcando. Cabe a ele, como a qualquer festival, saber se adaptar às novas configurações, mas esse esforço não é imperativo para definir se o festival vai ser bem sucedido ou não naquele ano. As circunstâncias que definem esse resultado são muito mais complexas e espelham a dificuldade do cinema nacional como um todo de se manter e de ser valorizado por seu potencial social, político, econômico e cultural.

Na edição de 2012, o Festival voltou ao seu enfoque de valorização da produção cinematográfica brasileira e latina e, como resultado, foi recebido por um público maior do que o esperado²⁹. Porém, por mais paradoxal que possa parecer, não foi exatamente

²⁸ Dos R\$ 4 milhões previstos no orçamento do Festival de Gramado, apenas foi auferido o valor de R\$ 2,5 milhões, resultando no cancelamento do anúncio de que o festival passaria a contar com premiações em dinheiro num total de R\$ 350 mil.

²⁹ Segundo reportagem do portal Terra, em agosto de 2012, de acordo com Rosa Helena Volk, diretora do Festival e Secretária de Turismo de Gramado, a expectativa de receber um público de 150 mil pessoas foi

esse o público que definiu os vencedores do chamado Júri Popular. Conforme afirma o jornalista do periódico gaúcho Zero Hora, Daniel Feix, “o júri popular também demonstra ter perdido o sentido em sua fórmula atual – ele é constituído de cinéfilos, escolhidos pelos críticos dos principais jornais do país, e não simplesmente pela platéia que assiste às sessões no Palácio dos Festivais”³⁰. O “popular” do termo não condiz com o que é de fato praticado. Esse júri é formado a partir de um programa de seleção realizado pelo Festival através de alguns jornais associados³¹. Coincidência ou não, ocorre que nessa edição o “Júri da crítica” e o “Júri popular” atribuíram o prêmio de melhor longa-metragem brasileiro ao mesmo filme: *O Som ao Redor*, o primeiro longa de ficção do diretor pernambucano Kleber Mendonça Filho.

O Festival de Gramado foi o primeiro a exibir o filme no país e, além de conceder a ele esses dois prêmios, o evento ainda o laureou como tendo a melhor Direção e o melhor Desenho de som. O longa foi selecionado junto a outros sete para participar da mostra principal de longas nacionais a partir de uma triagem de pouco mais de cem filmes inscritos. Os não selecionados, tanto nessa sessão quanto na estrangeira, podem ainda ser incluídos na sessão paralela não-competitiva “Mostra Panorâmica”. Dentre os longas-metragens nacionais em competição, aquele escolhido pelo júri oficial para receber o prêmio maior do Festival foi *Colegas*, filme de Marcelo Galvão que ganhou projeção através de seu longo caminho por festivais brasileiros e estrangeiros.

Ainda mais extensa foi a participação de *O Som ao Redor* nos festivais de cinema pelo mundo. Sua estreia no território nacional ocorreu no Festival de Gramado e, prontamente, o filme se consagrou como o maior vencedor do Festival, recebendo os quatro prêmios já citados. Mas antes mesmo desse reconhecimento, o projeto de “O som ao redor” já havia sido notado e contemplado com a seleção em um dos fundos de investimento audiovisuais mais importantes para o cinema – o *Hubert Bals Fund*, uma iniciativa realizada através do Festival de Roterdã para apoio financeiro a produções cinematográficas de países emergentes que investiu R\$ 46 mil - de um total de quase

ultrapassada. Antes mesmo da 40ª edição do Festival de Gramado se encerrar, já haviam circulado por ele mais de 170 mil pessoas. Disponível em: <<http://cinema.terra.com.br/40-gramado-acaba-sem-premio-em-dinheiro-mas-com-bom-desempenho,5601a2f2fb56a310VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html>>.

³⁰ Disponível em: <<http://zerohora.clicrbs.com.br/rs/cultura-e-lazer/segundo-caderno/noticia/2012/08/uma-selecao-equilibrada-3858263.html>>.

³¹ Mais detalhes sobre esse concurso podem ser encontrados na reportagem do jornal Zero Hora, um dos veículos de comunicação associado ao evento: <<http://zerohora.clicrbs.com.br/rs/cultura-e-lazer/segundo-caderno/noticia/2012/07/faca-parte-do-juri-popular-do-40-festival-de-cinema-de-gramado-3816916.html>>

dois milhões de reais - no filme de Kleber Mendonça, de acordo com dados da Revista FilmeB.

O que destoia nessa história foi o pequeno alcance que o filme teve no que se refere a sua exibição nas salas de cinema comerciais do país. Enquanto megaproduções norte-americanas e brasileiras estreiam em centenas ou até mesmo milhares de salas logo na primeira semana, *O Som ao Redor* - que se tornou uma das obras brasileiras de maior repercussão internacional dos últimos tempos – foi lançado primeiramente (dia 04/01/13) em apenas treze salas, o que não significa que tenha fracassado em seu desempenho comercial, mas revela o aspecto extremamente limitador e excludente desse setor causado por uma concentração nociva ao mercado nacional que vê seus melhores filmes sendo mais conhecidos lá fora do que em sua circunscrição.

Como resultado de seu bem sucedido desempenho na semana de seu lançamento comercial – atingindo a expressiva marca de 840 espectadores/sala³² –, o longa pernambucano atingiu mais cinco salas de exibição em sua segunda semana de exibição, dentre elas o Espaço Itaú, no shopping Bourbon Country, em Porto Alegre/RS. Não foram encontradas, porém, informações sobre salas comerciais de Gramado que tenham exibido o filme. Apesar de seu festival de cinema ter marcado o início desse notável caminho que galgou a produção dirigida por Kleber Mendonça, o reflexo comercial dessa incursão não pôde ser observado. Por mais que seja uma cidade pequena, talvez se o próprio público do Festival de Gramado e a população local fossem de fato chamados a avaliar o filme e decidir pela sua premiação ou não, a demanda por esse filme poderia vir a ser forte o suficiente para despertar o interesse dos exibidores em adquirir tal produção ao invés de distribuir os mesmos filmes das grandes distribuidoras e da Globo Filmes por todas as suas salas.

Filmes com um perfil mais autoral como *O Som ao Redor*, quando conseguem se inserir no mercado comercial interno, ficam muitas vezes isolados nas poucas regiões que dispõem das chamadas Salas de Arte. Apesar de ter uma importância sem tamanho, exatamente pelo fato de serem muitas vezes a única saída para filmes desse perfil e por se abrirem a possibilidades mais variadas, essas salas correspondem a um pedaço muito reduzido do nosso mercado de exibição cinematográfica e, por isso, não conseguem absorver todas as produções independentes e menos comerciais feitas por nossos produtores de cinema. Assim, enquanto essa vasta parcela de nosso mercado tem que se

³² Fonte: Boletim FilmeB - Edição 790.

degladiar para conseguir um espaço para serem consumidos, filmes com alto investimento em propaganda e marketing muitas vezes invadem até mais da metade das salas de exibição brasileiras de uma só vez.

Não é a toa que é cada vez mais comum encontrarmos os chamados “filmes de festivais”, muitos deles longas-metragens que pretendem “fazer carreira” no circuito de festivais e não tem perspectivas de serem comercializados nos cinemas. O filme *Sudoeste*, uma obra dirigida por Eduardo Nunes e que foi extremamente comentada, elogiada e difundida pelos festivais no ano de 2011, chegou a ser lançado, mas de forma um tanto tímida, sendo que a intenção inicial que seu produtor Patrick Leblanc deixou clara, em conversa durante a exibição do filme no Festival do Rio daquele ano, era não lançá-lo comercialmente nos cinemas e manter sua carreira neste circuito - como se a circulação em festivais fosse suficiente para rentabilizar um filme ou como se apenas o reconhecimento artístico, importante e necessário, bastasse para fornecer a seu produtor recursos e condições para lançar novos projetos.

No caso de *O Som ao Redor*, não se contentando em produzir mais um “filme de festival”, seus produtores fizeram, e ainda fazem, um forte trabalho de divulgação do filme através de meios de comunicação democráticos e populares e de certa forma através da imagem que ele deixava em cada festival por onde passou. Como resultado, ele foi vendido para mais de 10 países, já tendo estreado comercialmente nos Estados Unidos, Canadá, México, França, Polônia entre outros.

Após sua restrita, mas nada tímida passagem pelo circuito cinematográfico tradicional brasileiro, seus esforços agora estão concentrados na continuidade de sua rentabilização na cadeia produtiva do audiovisual e em sua divulgação internacional visando sua participação em mais um evento de cinema – que, se for o caso, irá se somar aos mais de 70 festivais e mostras estrangeiros por onde passou –, o Oscar. Esperamos assim que essa repercussão internacional e esse crescente reconhecimento externo sejam suficientes para despertar nossos agentes privados e públicos para o vasto e rico leque de produções independentes que o Brasil está deixando à margem em razão do nocivo domínio que as mesmas megaprodutoras têm exercido sobre o mercado.

3.3. Festival do Rio e *A busca*

Dos três festivais aqui estudados, o Festival do Rio é o único internacional. E, apesar de ser considerado um dos mais expressivos da América Latina, seu tempo de estrada é consideravelmente menor do que o dos outros dois. O Festival do Rio nasceu no ano de 1999 como resultado da união de dois festivais já consolidados na cena cultural carioca daquela época: o Rio Cine Festival (1985), festival de cinema brasileiro na época – mas que chegou a ter outros perfis –, e a Mostra Banco Nacional de Cinema, de 1989, evento de alcance internacional.

Porém, segundo Ilda Santiago³³, uma das diretoras do evento, a trajetória do Festival do Rio e seu desenvolvimento ao longo de nossa história devem ser compreendidos dentro de um panorama mais extenso que engloba iniciativas precedentes a esses dois eventos supracitados – ações empreendidas desde a década de 60 visando o estabelecimento de festivais de cinema na cidade. O FIC, como ficou conhecido o Festival Internacional do Cinema (1965), marcou esse início embora não tenha sido bem-sucedido em sua continuidade, sendo alvo de muitas críticas por parte da comunidade cinematográfica que não viu muitos esforços serem feitos em direção à valorização do filme nacional.

Polêmicas a parte, o fato é que o FIC cumpriu, mesmo que parcialmente, sua proposta de exibição e discussão de filmes estrangeiros e abriu um espaço antes inexistente de difusão de importantes cinematografias, marcando seu lugar em nossa história e representando uma pioneira tentativa de inclusão da cidade em um quadro internacional de interações cinematográficas. Um dos nomes por trás desse projeto é atualmente um dos conselheiros do Festival do Rio. O crítico, cineasta, distribuidor e programador Alberto Shatovsky, hoje com mais de oitenta anos, participou desse esforço para formar no Rio de Janeiro um festival de reconhecimento internacional, mas sua importância para o cinema carioca se deu principalmente pelo fato de ele ter sido um dos criadores, em 1959, da Temporada Cinema de Arte Mesbla, no Passeio – relevante iniciativa para o cinema “de arte” do Brasil - e de outros cinemas de mesmo perfil como o Alvorada, em Copacabana, e aquele que denominaria toda uma geração na década de 60: a “Geração Cinema Um”.

Nos anos 70, outra pessoa surge como figura importante nesse cenário, Fabiano Canosa. Programador do Cine Paissandu e importante nome dessa geração, ele foi

³³ Em depoimento exclusivo para esse trabalho, fornecido no dia 27 de novembro de 2013.

também o programador do extinto FestRio, festival que, apesar de não ter tido muita repercussão em nossa história, foi realizado na cidade – mais de uma década depois da criação do FIC – com o intuito de construir um pólo de cinema na cidade que recebesse, exibisse e debatesse filmes alternativos e independentes de todos os cantos do mundo.

Atrelado ao FestRio, nascia em 1985 o cinema Estação Botafogo, fortalecido por seu importante cineclube e voltado para exibição de “filmes de repertório”. Após o encerramento do Festival, o Estação passa a realizar a Mostra Banco Nacional de Cinema em 1989 como forma de promover a difusão desse cinema de repertório (aquele que foge às características do *mainstream*, do *starsystem* e das *majors*) por toda a cidade e, conseqüentemente, pelo país e de alavancar um cinema que estava se cristalizando através da sala de exibição Estação Botafogo. Assim, criou-se um dos mais significativos festivais do calendário cultural carioca ao mesmo tempo em que se solidificou a principal sala comercial da cidade voltada ao cinema de repertório (também conhecido como cinema de arte – termo que revela uma oposição simplista entre o que é artístico e o que é comercial).

No entanto, como bem lembra Ilda Santiago, não havia nessa Mostra internacional patrocinada pelo extinto Banco Nacional nenhum enfoque no cinema brasileiro. Dessa forma, a parceria com o Rio Cine Festival acontece motivada pela necessidade de se garantir um espaço dentro de um festival internacional aonde o filme brasileiro fosse apreciado e valorizado tanto como o filme estrangeiro. Essa era a proposta do Festival do Rio, criado em 1999 e organizado até hoje pelo mesmo Grupo Estação que, ao longo de uma década, transformou essa iniciativa em uma das mais reconhecidas (nacional e internacionalmente) e relevantes do país através da promoção de ações que dialogavam com diversos cinemas estrangeiros e com as mais variadas correntes do cinema nacional, de parcerias com grandes festivais internacionais e de espaços de formação de público, de aprimoramento profissional e de acordos comerciais entre agentes internacionais e produtores locais.

Apesar de a mostra competitiva *Première Brasil* ter sido criada nos últimos anos de atividade da Mostra Banco Nacional de Cinema – que passara a se chamar Mostra Rio após a extinção do Banco Nacional –, foi com a incorporação do Rio Cine Festival que ela ganhou espessura e influência em sua atuação no panorama nacional de produção fílmica. Hoje a *Première Brasil* é uma das mais visadas do país e uma das principais mostras do Festival do Rio. Antes de tudo, ela é uma plataforma de promoção do filme nacional que atribui a este um caráter um tanto glamoroso ao realizar a

exibição de lançamento dos filmes concorrentes em sessão de gala no principal cinema da cidade, o cine Odeon. Seguindo a tradição, no dia seguinte a essa primeira exibição, o filme é reprisado na sede do evento, o Pavilhão do festival, com entrada franca (como foi no ano de 2013) ou com ingressos a preços populares (conforme ocorrido nos anos anteriores).

Em 2012, foram 21 longas-metragens, entre ficções e documentários, que compuseram essa mostra e disputaram pelo Troféu Redentor. Todas essas produções têm suas reprises, na sede do festival, seguidas por debate com equipe e elenco, demonstrando uma preocupação do Festival em aproximar o público da experiência cinematográfica e estimular a reflexão e a interação com a mesma. Mais do que o visionamento ou a simples apreciação de filmes, o confronto de ideias e a interlocução com o público transforma esse diálogo em uma experiência pessoal e cria um estímulo a mais para que haja a disposição para sair de casa e ver um filme.

Essa é apenas uma das mostras realizadas pelo festival aonde se verifica essa preocupação. O “Cine Encontro”, como é chamado esse convite ao diálogo, também passou a ocorrer com filmes da mostra Fronteiras, porém em outro local de exibição: o Centro Cultural da Justiça Federal. Outro exemplo é a “Mostra Geração” que promove exibição de filmes e debates, além de palestras e oficinas, voltados para o público infanto-juvenil (abrindo uma janela para também exibir filmes produzidos por esse público) e que realiza uma ação específica (Vídeo Fórum) responsável por oferecer oficinas audiovisuais e promover encontros com professores dos Ensinos Fundamental e Médio, da rede pública e particular.

Além dessas iniciativas, durante as duas semanas em que se realiza, o Festival também atua em outras frentes essenciais para a descentralização de suas ações. Enquanto o Pavilhão do Festival centraliza diversas atividades, como o já citado Cine Encontro da *Première Brasil* e as ações do Rio Market (fórum de negócios do festival), sessões como as do Cinema Livre e a do Tela Brasil fazem com que os filmes do Festival cheguem a lugares de pouco alcance do circuito tradicional de cinema. O Cinema Livre promove exibições de filmes com maior apelo popular e sucessos recentes em praças, tendas e espaços culturais de bairros como Santa Cruz, Madureira, Penha, Pavuna, em parceria com a Prefeitura do Rio de Janeiro. E o Tela Brasil, que compõe a programação oficial do Festival do Rio (projetando filmes da edição anterior e da atual), instala estrutura para exibição de filmes em diferentes locais a cada edição.

Outras iniciativas como a projeção de filmes na praia (de obras clássicas e também de grandes sucessos de público) e em cinemas de regiões mais carentes como o Cine Brasília (Complexo do Alemão) e Ponto Cine (Guadalupe) reforçam essa preocupação de travar um diálogo mais próximo e democrático com a sociedade, mas por outro lado expõem uma das maiores limitações do Festival: fazer chegar de forma satisfatória e igualitária a programação principal da edição atual. Ou seja, inserir de fato esses espaços “marginais” de exibição na programação corrente do festival, levando diretores e atores para debaterem seus filmes com o público dessas regiões. Porém, como lembrou a diretora Ilda Santiago, esbarra-se aí em um dos principais problemas da cidade: a mobilidade. A falta de integração e de boas condições de trânsito em localidades não-centrais da cidade dificulta a chegada de filmes e também de pessoas a esses espaços de exibição.

Os filmes que mais nutrem essas salas e espaços improvisados de exibição são aqueles de maior apelo popular, muitos de edições anteriores ou que até mesmo nem fazem parte da programação oficial do festival. Acontece, dessa forma, que o principal do evento (os filmes inéditos no Brasil, as sessões mais concorridas, a competição nacional e os debates acerca deles) pouco se descentraliza. A maioria das exibições da sessão competitiva da *Première Brasil*, por exemplo, ocorre nos cinemas principais (que cobram em sua maioria uma entrada de R\$ 18 a inteira) e no Pavilhão que, apesar de possibilitar o acesso mais barato a esses filmes, se localiza em um bairro cercado por obras (que se estendem há anos em razão de um projeto de revitalização da área) e enormes galpões abandonados ou subutilizados que ampliam a sensação de insegurança do lugar. O local que congrega as ações do Rio Market, exibições de filmes em 3D e os principais debates da *Première Brasil*, acaba, assim, por não ser convidativo à população, mas apenas àquele público já cativo do evento.

Porém, mesmo com todos os problemas, esse é um dos festivais que mais atrai público no país. Durante as duas semanas em que ocorreu, o Festival do Rio de 2012 recebeu cerca de 280 mil espectadores e projetou, em quantidade, quase que a totalidade dos filmes exibidos nas salas comerciais brasileiras durante todo aquele ano (427 contra 513 obras³⁴). Dentre esses, 73 participaram da *Première Brasil*, sendo 12 através da mostra competitiva de longas-metragens de ficção - que projetou como grande vencedor

³⁴ O número total de filmes exibidos pelo festival pode ser encontrado na notícia em: <<http://2012.festivaldoriorio.com.br/?p=1448>>. E o total de obras que passaram nas salas de exibição comerciais do país é encontrado no informe preliminar do ano de 2012 feito pela ANCINE.

o filme de Kleber Mendonça Filho *O Som ao Redor*. No entanto, essa mostra viu o voto do júri popular consagrar outro filme. O longa-metragem *A busca*, estrelado por Wagner Moura, dirigido por Luciano Moura e produzida pela O2 Filmes em parceria com a Globo Filmes e o Telecine, conquistou o público do Festival com um drama familiar construído com diversas características de filmes investigativos e em meio a cenários pouco conhecidos pela população urbana do país. Porém, a produção não teve uma passagem muito profícua pelo circuito de festivais.

O filme fez parte da seleção oficial do Festival de Sundance e, após sua passagem pelo festival carioca, compôs a programação da Mostra de São Paulo de 2012 e a sessão competitiva do Festival de Cinema Brasileiro de Paris em abril de 2013. Mas já no mês de março havia sido lançado comercialmente através da frutífera parceria Downtown Filmes / Paris Filmes / RioFilme. Logo em sua primeira semana, ultrapassou a marca dos 100 mil espectadores, chegando a 148 salas, 24 apenas na cidade do Rio – uma a mais do que em São Paulo, cidade sede da produtora O2. Apesar de não ter entrado no seleto ranking dos lançamentos nacionais que atraíram mais de um milhão de espectadores nesse ano (a parceria Downtown/Paris é responsável por metade dos oito filmes desse grupo), o filme de Luciano Moura figura entre os poucos que ultrapassaram a linha dos cem mil espectadores (pouco mais de 20% dos filmes nacionais)³⁵.

Assim como todas as produções realizadas em parceria com a Globo Filmes, *A busca* foi inserida em um intensivo trabalho de marketing refletido nos mais diversos veículos de comunicação da empresa – desde citações em novelas, até entrevistas de elenco e atores em programas da rede e notícias em site e jornal. Diante desse forte trabalho de divulgação, dificilmente um filme terá um desempenho ruim no mercado de exibição cinematográfica – pode não ser de acordo com o esperado, mas provavelmente alcançará bons números se comparado com o total das produções nacionais que em sua maioria se vê enfraquecida nesse mercado tão concentrado. Dessa forma, a passagem pelo circuito dos festivais talvez não seja tão necessária se levarmos em conta apenas o aspecto de promoção em si, mas é de grande relevância para permitir que esses filmes cheguem a uma grande parte da população que, por razões econômicas e/ou sociais, é repelida pelo circuito concentrado, elitista e hegemônico do cinema convencional.

³⁵ Segundo dados da ANCINE, o filme “A busca” teve um público total de 352.914 espectadores no segmento de salas de exibição e renda de R\$ 3.686.889,75, figurando em 15º lugar entre as maiores bilheterias do ano (até o final do mês de novembro de 2013).

O trabalho que uma Globo Filmes efetua sob o seleto número de produções brasileiras que recebem seu apoio (e, assim se fortalecem no mercado através do grande domínio exercido por essa rede de comunicação), é, em sua essência, o mesmo que o circuito de festivais ajuda a realizar para os filmes que por ele passam: um trabalho de divulgação, de promoção e de visibilidade desses filmes. Porém, enquanto a primeira está em todos os espaços de abertura midiática – nas bancas de jornal, na internet, nos celulares e em praticamente todo lugar que tenha até mesmo o mais simples dos aparelhos de TV –, o circuito de festivais não encontra essa capilaridade e muitos desses eventos ainda limitam suas principais ações a locais centrais de exibição. Porém, esse quadro tem se modificado durante os anos, principalmente, após esta última década que marcou a entrada de novas formas de produção e consumo audiovisuais e, conseqüentemente, o surgimento de novos agentes atuantes nesse mercado.

Como resposta a essa explosão de pequenos núcleos de cinema, o circuito de festivais começa a se descentralizar e a se adaptar a esse novo cenário multifacetado. Basta verificar a quantidade de festivais de grande, médio e pequeno porte que estão dialogando com as produções digitais, fazendo parcerias com redes de televisão, criando programações especiais para serem exibidas na internet. Ações essas que demonstram a preocupação desse circuito em interagir com a população que o cerca e de se inserir plenamente em seus hábitos pessoais, conquistando seu espaço nesse rico panorama de opções culturais e, principalmente, agregando valor às escolhas do público.

CONCLUSÃO

Diferentemente da poderosa indústria hollywoodiana, que impõe ao mundo uma estrutura produtiva e invade o mercado brasileiro massivamente, os festivais de cinema ajudam a reforçar a ideia de uma cultura audiovisual que não deve ser aceita passivamente, mas sim construída de forma colaborativa a partir da qual público, produtores e realizadores se tornam parte ativa de uma mesma rede de interlocuções. São esses diálogos que intensificam a principal característica do circuito de festivais: a democratização do acesso aos produtos audiovisuais movida principalmente pela necessidade de se ampliar a comunicação entre mercados, pessoas e culturas.

Desde seu surgimento até os dias atuais, esse circuito se ramificou e ampliou seu escopo de atuação chegando a regiões periféricas, adaptando-se a novos formatos, associando-se a outros setores e se aproximando de ações sociais de formação de público, de integração cultural-educativa e de acessibilidade. Tão variados como seus perfis, os interesses por trás dessas iniciativas se transformaram parcialmente durante essas décadas.

A ânsia por difundir as ideologias de seus países e aliados já não é mais tão forte (apesar de ainda pautar as ações das indústrias midiáticas), mas o interesse em explorar o potencial econômico desses eventos em prol do desenvolvimento turístico e cultural da cidade permanece e se fortalece como pauta, principalmente diante da potencialização das relações comerciais promovidas pela Globalização. A partir desta, pequenas e grandes cidades interagem entre si e todos reforçam seu desejo em vender uma boa imagem de seus governos e de sua economia - o que muitas vezes explica a organização de festivais por órgãos estatais ou instituições atreladas às Secretarias de Cultura e/ou Turismo de suas respectivas cidades.

No entanto, independente de sua motivação - econômica, artística, social, entre outras - o fato é que os festivais de cinema exercem um papel de extrema importância para a construção de público, o desenvolvimento de senso crítico, o aprimoramento profissional, o intercâmbio cultural, as articulações comerciais e para diversas cidades que se vêem inseridas no calendário cultural de seu estado ou país em função desses eventos.

Um caso nacional bastante representativo é o de Gramado, cidade pequena do sul do Brasil, com pouco mais de 30 mil habitantes³⁶, que se tornou sede de um dos

³⁶ Fonte: IBGE

principais festivais de cinema do país, atrelando o evento ao setor turístico da cidade – impulsionando e sendo impulsionado pelo mesmo – e o incluindo, assim, no período de maior efervescência do local: a estação do inverno. Dentre as centenas de milhares de participantes desse festival, no entanto, está um elevado número de celebridades, convidadas pelo próprio evento, que desestabilizam o foco do mesmo em prol de uma finalidade propagandística que pouco confere valor à atividade do cinema.

Como forma de contrapor esses investimentos em publicidade e turismo e atrair também o público local, muito de nossos principais festivais promovem ações sociais variadas desde palestras e oficinas gratuitas (como é o caso do próprio Festival de Gramado) até medidas que complementam a educação infanto-juvenil e transformam filmes em objeto de estudo (como o supracitado Festivalzinho, do Festival de Brasília) ou que levam o cinema para áreas pouco alcançadas pelo poder público e pelo mercado (como faz o Festival do Rio em sua mostra paralela “Cinema Livre”).

A percepção de que não se constrói laços consistentes com o mercado sem de fato incluir o público nessa relação tem se cristalizado dentre os agentes ligados ao cinema nacional e, apesar de ser muito pequeno se comparado com setores de outros países da mesma estatura, o circuito de festivais de cinema brasileiro tem promovido uma gradativa democratização dos canais de exibição das produções locais e uma articulação mais efetiva com outros segmentos desse mercado como o televisivo e o cibernético. Apesar da configuração excludente imposta pelo mercado tradicional criar distorções como aquelas que, por exemplo, reforçam a figura do “filme de festival”, esse circuito alternativo tem demonstrado constantes preocupações quanto à ampliação do diálogo com outras estruturas produtivas e, conseqüentemente, do alcance e rentabilidade do filme brasileiro.

Ainda há um longo caminho a percorrer para que de fato esse circuito se aproxime daquela grande parcela da população que foi historicamente alijada do processo de desenvolvimento urbano e tem sido cada vez mais afastada das salas de cinema convencionais que se proliferam nos shoppings em forma de complexos e com preços impraticáveis para muitos. Porém, essas iniciativas têm se mostrado cada vez mais conectadas com as realidades que as cercam e mais preocupadas em responder às demandas que lhes aparecem.

Por exemplo, grandes festivais, como o mais antigo deles – o Festival de Veneza -, estão concretizando projetos de disponibilização de parte de suas programações na *web*; já existem festivais totalmente voltados para a internet e novas mídias como o *My*

French Film Festival, o espanhol *Festival Online Márgenes* e o brasileiro *Curta Como Quiser*; além de festivais focados nas mais variadas temáticas, suportes, gêneros, públicos e metragens.

Apesar do crescimento desse circuito no país, reforçado pelo expressivo número de noventa festivais criados somente entre 1999 e 2006, ele ainda é bastante concentrado no eixo sul-sudeste e nos principais centros urbanos e encontram desafios constantes em suas práticas para se manter. O principal deles é a falta de credibilidade que ainda nos dias de hoje assola esse setor.

Mesmo os maiores e mais antigos festivais de cinema brasileiros não encontram terreno estável para se sustentar e pensar em ações continuadas ou de longo prazo, ficando totalmente dependentes dos mecanismos estatais de fomento e ainda assim enfrentando risco de não se realizarem – como ocorreu nesse ano de 2013 com um dos mais importantes festivais de cinema universitário do país, o Festival Brasileiro de Cinema Universitário (FBCU).

Porém, infelizmente, essas são questões que se inserem em um problema de desvalorização da cultura como um todo. A resistência e o surgimento de novos festivais reforçam a necessidade de se reverter esse quadro, fazendo ecoar as manifestações culturais abafadas pelo sistema dominante e articulando seus discursos com redes mais amplas de diálogos e com sistemas populares de produção de conhecimento.

Desde o momento em que são promovidas a democratização e a diversificação da exibição de filmes até aquele no qual o público local é chamado a se posicionar e experimentar o fazer cinematográfico, os festivais de cinema estão ajudando a ampliar a comunicação entre os agentes do cinema e os da sociedade civil, fortalecendo, assim, toda uma relação posterior de comercialização e de recepção da rica, porém desamparada produção cinematográfica nacional.

BIBLIOGRAFIA

ALENCAR, Myriam. *O Cinema em Festivais e os Caminhos do Curta-Metragem no Brasil*. Rio de Janeiro: Artenova, 1978.

ANCINE - Agência Nacional do Cinema. *Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual* – OCA. Disponível em: <<http://oca.ancine.gov.br>>. Acesso em: 10 ago. 2013.

_____. Mapa dos Cursos de Cinema no Brasil. Disponível em: <www.ancine.gov.br/sites/default/files/anexos/forcine%20final9.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2013.

ANGERAMI, Luís Fernando. Formação de Público e Cineclubismo. *Revista Observatório Itaú Cultural*. São Paulo, n. 10, p. 75-90, set. 2010.

AUTRAN, Arthur. *O cinema brasileiro contemporâneo diante do público e do mercado exibidor*. XVIII Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós). Belo Horizonte: PUC-MG, jun. 2009.

BASTOS, Alessandra. *Estudo revela que mais da metade dos brasileiros nunca foi ao cinema ou a um museu*. Agência Brasil (online), 29 abr. 2007. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/noticia/2007-04-29/estudo-revela-que-mais-da-metade-dos-brasileiros-nunca-foi-ao-cinema-ou-um-museu>>. Acesso em: 19 set. 2013.

BERTINI, Alfredo. *Economia da cultura*. A indústria do entretenimento e o audiovisual no Brasil. São Paulo: Saraiva, 2008.

BRAGA, Rodrigo Saturnino. Distribuição cinematográfica. In: DIAS, Adriana; BARBOSA, Letícia de Souza (org). *Film business: o negócio do cinema*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

BRESSER-PEREIRA, Luiz Carlos. *Festival Internacional de Cinema do Brasil (São Paulo, 1954)*. Jornal O Tempo, 11 fev. 1954. In: Site BresserPereira.org. Disponível em: <<http://www.bresserpereira.org.br/selected/Cinema/FestivalInternacionalCinema.pdf>>. Acesso em: 01 nov. 2013

BUTCHER, Pedro. A reinvenção de Hollywood: cinema americano e produção de subjetividade nas sociedades de controle. *Revista Contemporânea*, n.3. 2004.2. Rio de Janeiro: UERJ, 2004. Disponível em: <http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed_03/contemporanea_n03_02_butcher.pdf>. Acesso em: 14 dez. 2013.

CARRASCO, Beatriz. *40º Gramado acaba sem prêmio em dinheiro, mas com bom desempenho*. Gramado: Portal Terra (online), 19 ago. 2012. Disponível em: <<http://cinema.terra.com.br/40-gramado-acaba-sem-premio-em-dinheiro-mas-com-bom-desempenho,5601a2f2fb56a310VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html>>. Acesso em: 21 nov. 2013.

CESÁRIO, Lia Bahia. *Uma Análise do Campo Cinematográfico Brasileiro Sob a Perspectiva Industrial*. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2009.

CHALUPE, Hadija. Modelos de distribuição do filme nacional. *Revista Observatório Itaú Cultural*. São Paulo, n. 10, p. 11-18, set. 2010.

COSTA, Fabiano. *Brasil indica 'O som ao redor' para tentar vaga no Oscar 2014*. Brasília: Portal G1 (online), 20 set. 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pop-arte/cinema/noticia/2013/09/brasil-indica-o-som-ao-redor-para-tentar-vaga-no-oscar.html>>. Acesso em: 24 nov. 2013.

CUNHA, Roberto. *Festival de Gramado 2012 - Novidades & Programação*. Site *Adoro Cinema*. Disponível em: <<http://www.adorocinema.com/materias-especiais/filmes/arquivo-100093/>>. Acesso em: 22 nov. 2013.

FEIX, Daniel. Uma seleção equilibrada. Gramado: *Jornal Zero Hora* (online), Segundo Caderno, 19 ago. 2012. Disponível em: <<http://zerohora.clicrbs.com.br/rs/cultura-e-lazer/segundo-caderno/noticia/2012/08/uma-selecao-equilibrada-3858263.html>>. Acesso em: 21 nov. 2013.

FESTIVAL DE BERLIM. *Anual Archives*. Disponível em: <http://www.berlinale.de/en/archiv/jahresarchive/1951/01_jahresblatt_1951/01_Jahresblatt_1951.html>. Acesso em: 16. out. 2013.

FESTIVAL DE BRASÍLIA. Disponível em: <<http://www.festbrasil.com.br>>. Acesso em: 28 jul. 2013.

_____. Festival de Brasília do Cinema Brasileiro. *Portal Museu Virtual Brasília* (online). Disponível em: <http://www.museuvirtualbrasil.com.br/museu_brasilia/modules/wfchannel/index.php?pageum=1>. Acesso em: 21 nov. 2013.

FESTIVAL DE CANNES. *About the Festival: History of the Festival*. Disponível em: <<http://www.festival-cannes.fr/en/about/aboutFestivalHistory.html>>. Acesso em: 15 out. 2013.

_____. *From 1939 to the present*. Disponível em: <www.cannes.com/en/festival-de-cannes/history-of-the-cannes-film-festival/from-1939-to-the-present.html>. Acesso em: 15 out. 2013

_____. *Quinzaine des Réalisateurs - Presentation*. Disponível em: <<http://www.quinzaine-realisateurs.com/presentation-h68.html>>. Acesso em: 19 out. 2013.

FESTIVAL DE EDIMBURGO. *History*. Disponível em : <<http://www.edfilmfest.org.uk/about-the-festival/history>>. Acesso em: 19 out. 2013.

FESTIVAL DE GRAMADO. Disponível em: <<http://www.festivaldegramado.net>>. Acesso em: 28 jul. 2013.

FESTIVAL DE VENEZA. *History of the Venice Film Festival*. Disponível em: <http://carnivalofvenice.net/?page_id=493&lang=en>. Acesso em: 18 out. 2013.

FESTIVAL DO RIO. Disponível em: <<http://www.festivaldoriorio.com.br>>. Acesso em: 28 jul. 2013.

FIAPF. *International Film Festival*. Disponível em: <<http://www.fiapf.org/intfilmfestivals.asp>>. Acesso em: 18 out. 2013

FILME “A BUSCA”. *Cinemas que exibirão o filme no período de 15 a 21/03/2013*. Disponível em: <<http://colletivo.com.br/arquivos/circuito-de-lancamento-a-busca.pdf>>. Acesso em: 28 nov. 2013.

_____. Perfil na rede social *Facebook*. Disponível em: <<https://pt-br.facebook.com/filmeabusca>>. Acesso em: 02 nov. 2013.

FILME “ELENA”. Disponível em: <<http://www.elenafilme.com>>. Acesso em: 22 set. 2013.

_____. *100 dias em cartaz, 55 mil espectadores e venda no iTunes*. 19 ago. 2013. Disponível em: <<http://www.elenafilme.com/noticias/elena-100-dias-em-cartaz-55-mil-espectadores-e-venda-no-itunes/>>. Acesso em: 02 nov. 2013.

FILME “O SOM AO REDOR”. Disponível em: <<http://www.osomaoredor.com.br>>. Acesso em: 22 set. 2013.

FILME B. Disponível em: <<http://filmeb.com.br>>. Acesso em: 10 ago. 2013.

_____. *Revista Filme B*, set. 2013. 48 p. Disponível em: <<http://www.filmeb.com.br/revista/201305/>>. Acesso em: 02 nov. 2013

FONSECA, Rodrigo. Os 80 anos de um pioneiro na moda do ‘cinema de arte’ no país. *Jornal O Globo* (online), Cultura, 19 mar. 2012. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/cultura/os-80-anos-de-um-pioneiro-na-moda-do-cinema-de-arte-no-pais-4345084>>. Acesso em: 06 dez. 2013.

FÓRUM DOS FESTIVAIS. Disponível em: <<http://www.forumdosfestivais.com.br>>. Acesso em: 28 jul. 2013.

GINDRE, Gustavo. *O que você faria com R\$ 1 bilhão? Ou sobre a necessidade urgente de uma política pública*. Blog do Gindre, 08 ago. 2013. Disponível em: <<http://gindre.com.br/o-que-voce-faria-com-r-1-bilhao-ou-sobre-a-necessidade-urgente-de-uma-politica-publica/>>. Acesso em: 19 set. 2013.

GUIA KINOFORUM. *Festivais Audiovisuais*. Disponível em: <<http://www.kinoforum.org.br/guia/2013>>. Acesso em: 28 jul. 2013.

IKEDA, Marcelo. O art. 3º da lei do audiovisual e as políticas públicas para o setor audiovisual na “retomada” In: *Anais do I Encontro Internacional de Direitos Culturais – I EIDC*. Fortaleza, Unifor, set. 2012.

IBGE. *Estados*. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/estadosat/index.php>>. Acesso em: 25 out. 2013.

LEAL, Antonio; MATTOS, Tetê. *Festivais audiovisuais: diagnóstico setorial 2007: indicadores 2006*. Rio de Janeiro: Fórum dos Festivais, 2008.

_____. *Festivais Audiovisuais Brasileiros: Um Diagnóstico do Setor*. V ENECULT - Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura. Faculdade de Comunicação/UFBa, Salvador, mai. 2009.

LEFFLER, Rebecca. The Mayor of Cannes on the Festival, Celebrities and the Town's Hidden Hot Spots (Q&A). Portal *The Hollywood Reporter* (online). 05 out. 2012. Disponível em: <<http://www.hollywoodreporter.com/news/cannes-festival-mayor-hot-spots-322578>>. Acesso em 25 out. 2013.

LUIZ, Márcio. *Aos 40, Festival de Cinema de Gramado busca nova identidade*. Gramado: Portal G1 (online), 10 ago. 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2012/08/aos-40-festival-de-cinema-de-gramado-busca-nova-identidade.html>>. Acesso em: 21 nov. 2013.

MATTA, João Paulo Rodrigues. Políticas Públicas Federais de Apoio à Indústria Cinematográfica Brasileira: Um Histórico de Ineficácia na Distribuição. *Revista Desenbahia*. Salvador, n. 8, p. 55 – 69, mar. 2008. Disponível em: <http://www.desenbahia.ba.gov.br/uploads/2508201110509843_Cap%203.pdf>. Acesso em: 18 nov. 2013.

MELEIRO, Alessandra (org.) *Cinema e Mercado*. Indústria Cinematográfica e Audiovisual Brasileira. Vol. 3. São Paulo: Escrituras, 2010.

MELO, Izabel de Fátima Cruz. Jornada Internacional de Cinema da Bahia - espaço de reflexão e resistência (1972-1975). In: *O Olho da História*, Salvador, n. 6, p. 38-41, 2004.

MINC - Ministério da Cultura. *SalicNet*. Disponível em: <<http://sistemas.cultura.gov.br/salicnet/Salicnet/Salicnet.php>>. Acesso em: 28 jul. 2013.

MORAES, Ulisses Quadros de. *Políticas Públicas Para o Audiovisual: As Isenções Fiscais e os Limites entre o Estado e a Iniciativa Privada (1986-2010)*. Tese (Doutorado em História). Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2013.

MOTA, Ariana Timbó. *O cinema brasiliense em uma narrativa antropológica*. Tese (Doutorado em Antropologia Social). Universidade de Brasília, Brasília, 2006.

PEREIRA, Rodrigo. Como foi a primeira mostra internacional de cinema do Brasil. São Paulo: *Revista Época* (online), 18 out. 2011. Disponível em: <<http://epocasaopaulo.globo.com/cultura/como-foi-o-primeiro-festival-internacional-de-cinema-do-brasil/>>. Acesso em: 06 nov. 2013.

RAMOS, Fernão; MIRANDA, Luís Felipe de. *Enciclopédia Do Cinema Brasileiro*. São Paulo: SENAC, 2000.

STEINHART, Daniel. *Fostering International Cinema: The Rotterdam Film Festival, CineMart, and the Hubert Bals Fund*. Mediascape – Ucla's Journal of Cinema and

Media Studies, 2006. Disponível em: <http://www.tft.ucla.edu/mediascape/Spring06_FosteringInternationalCinema.html>. Acesso em: 25 out. 2013.

TAVARES, Jamila. *Festival de Brasília muda regras de seleção para atrair mais filmes*. Brasília: Portal G1 (online), 17 mai. 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/distrito-federal/noticia/2011/05/festival-de-brasilia-muda-regras-de-selecao-para-atrair-mais-filmes.html>>. Acesso em: 22 nov. 2013.

VALCK, Marijke de. As Várias Faces dos Festivais de Cinema Europeus. In: MELEIRO, Alessandra. (Org.) *Cinema no Mundo: Indústria Política e Mercado - Europa*. Vol. 5. São Paulo: Escrituras, 2007a.

_____. *Film Festivals: From European Geopolitics to Global Cinephilia*. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2007b.

WONG, Cindy H. *Film Festivals: Culture, People, and Power on the Global Screen*. Nova Jérsei: Rutgers University Press, 2011.

ZERO HORA. Faça parte do Júri Popular do 40º Festival de Cinema de Gramado. Gramado: *Jornal Zero Hora* (online), Segundo Caderno, 10 jul. 2012. Disponível em: <<http://zerohora.clicrbs.com.br/rs/cultura-e-lazer/segundo-caderno/noticia/2012/07/faca-parte-do-juri-popular-do-40-festival-de-cinema-de-gramado-3816916.html>>. Acesso em: 22 nov. 2013.

Entrevistas

BATH, Bernardo; SANTOS, Daniela. Produtores do filme “Elena”, dir. Petra Costa. – Entrevista realizada via e-mail no dia 26 de novembro de 2013.

SANTIAGO, Ilda. Membro do Conselho Diretor e uma das fundadora do Festival do Rio. – Entrevista realizada pessoalmente no dia 27 de novembro de 2013.

Filmes estudados

▪ “Elena” (2012)

Direção: Petra Costa

Roteiro: Petra Costa e Carolina Ziskind

Produção: Bernardo Bath, Daniela Santos e Julia Bock / Busca Vida Filmes (SP)

Distribuição: Espaço Filmes

Elenco principal: Elena Andrade, Li An, Petra Costa,

Lançamento comercial no Brasil: 10/05/2013

Orçamento total aproximado (ANCINE): 1 milhão

Sinopse: Petra retorna a Nova Iorque em busca da história de sua irmã Elena, que morreu em 1990, aos vinte anos, quando Petra tinha apenas sete anos. A partir de trechos de diários e cartas de Elena, das lembranças e depoimentos de familiares e amigos próximos, o filme elabora uma sensível reconstrução de Elena. (ANCINE)

Festivais:

- 45º Festival de Brasília do Cinema Brasileiro, Brasil – Melhor Direção, Melhor Montagem, Melhor Direção de Arte e Melhor Filme pelo Júri Popular, todos na categoria documentários;
 - 36ª Mostra Internacional de Cinema de São Paulo, Brasil – Mostra Brasil;
 - IDFA 2012 – Festival Internacional de Cinema Documentário de Amsterdam, Holanda – Competição;
 - 28º Festival Internacional de Cinema de Guadalajara, México – Menção Especial;
 - 9º Festival Internacional de Documentários ZagrebDox, Croácia – Menção Especial;
 - Films de Femmes 2013, França – Melhor Documentário;
 - 7º Cine Música – Festival de Cinema de Conservatória, Brasil – Melhor Música Original;
 - 6º Festival de Cinema Brasileiro de Los Angeles, EUA – Melhor Documentário;
 - Hot Docs 2013, Canadá – Competição;
- Entre outros.

- **“O Som ao Redor” (2012)**

Direção: Kléber Mendonça Filho

Roteiro: Kléber Mendonça Filho

Produção: Emilie Lesclaux / Cinemascópio (PE)

Distribuição: Vitrine Filmes

Elenco principal: Irandhir Santos (Clodoaldo), Gustavo Jahn (João), Maeve Jinkings (Bia), W.J. Solha (Francisco), Irma Brown (Sofia), Yuri Holanda (Dinho).

Lançamento comercial no Brasil: 04/01/2013

Orçamento total aproximado (ANCINE): 1,9 milhão

Sinopse: A vida numa vizinhança de classe média do Recife toma um rumo misterioso depois da chegada de seguranças particulares que oferecem seus serviços de proteção privada. No entanto, há algo de misterioso nesses homens, algo que nos levará de volta ao passado, no interior de Pernambuco. Longa de ficção, captado em super 16mm e finalizado em 35mm. (ANCINE)

Festivais:

- 40º Festival de Cinema de Gramado, Brasil – Melhor Filme pela Crítica e pelo Júri Popular, Melhor Desenho de Som;
- 41º Festival Internacional de Cinema de Roterdã, Holanda - Melhor Filme escolhido pela FIPRESCI;
- Festival do Rio 2012, Brasil - Melhor Filme de Ficção e Melhor Roteiro da Première Brasil;
- 36ª Mostra de São Paulo, Brasil - Prêmio Itamaraty - Melhor Filme;
- 55º Festival Internacional de Cinema de São Francisco, EUA – Competição;
- 18º Festival Internacional de Cinema de Los Angeles, EUA – Competição;

- 5º Cinema City, Sérvia – Melhor Filme;
Entre outros.

- **“A Busca” (2012)**

Direção: Luciano Moura

Roteiro: Elena Soarez e Luciano Moura

Produção: Isabel Berlinck / 02 Cinema (SP) e Globo Filmes (coprodutora)

Distribuição: Downtown Filmes; Paris Filmes; RioFilme

Elenco principal: Wagner Moura (Theo), Mariana Lima (Branca), Brás Antunes (Pedro), Lima Duarte (Pai de Theo).

Lançamento comercial no Brasil: 15/03/2013

Orçamento total aproximado (ANCINE): 3,5 milhões

Sinopse: Pedro é um adolescente em crise, cujos sonhos e desejos são sempre massacrados por uma síndrome do pânico que o assombra. Antes do seu aniversário, recebe um presente do avô, persona non grata devido a uma história de abandono no passado. Tal presente dispara não somente uma briga com seu pai, Théo, mas também sua fuga de casa. (ANCINE)

Festivais:

- Festival do Rio 2012, Brasil - Première Brasil – Melhor Filme pelo Júri Popular;
- Festival de Cinema de Sundance 2012, EUA - World Cinema – Competição;
- 36ª Mostra Internacional de Cinema de São Paulo, Brasil - Prêmio Itamaraty – Competição;
- 15º Festival de Cinema Brasileiro de Paris – Competição.