

**UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
DEPARTAMENTO DE ARTES
CURSO DE PRODUÇÃO CULTURAL**

Alfredo Taunay Colins de Carvalho

**CINEMA DIGITAL E DEMOCRACIA DA PRODUÇÃO NA SÉTIMA ARTE:
Breve estudo da produção cinematográfica digital brasileira
a partir do filme “Apenas o fim”**

**Niterói
2011**

Alfredo Taunay Colins de Carvalho

**CINEMA DIGITAL E DEMOCRACIA DA PRODUÇÃO NA SÉTIMA ARTE:
Breve estudo da produção cinematográfica digital brasileira
a partir do filme “Apenas o fim”**

Monografia apresentada à Universidade Federal Fluminense - UFF, como um dos requisitos para a obtenção do título de Bacharel em Produção Cultural.

Orientador: Prof. (Ms.) Hélio Jorge Pereira de Carvalho

**Niterói
2011**

Alfredo Taunay Colins de Carvalho

**CINEMA DIGITAL E DEMOCRACIA DA PRODUÇÃO NA SÉTIMA ARTE:
Breve estudo da produção cinematográfica digital brasileira
a partir do filme “Apenas o fim”**

Monografia apresentada à Universidade Federal Fluminense - UFF, como pré-requisito para a obtenção do título de Bacharel em Produção Cultural.

COMISSÃO EXAMINADORA

Prof. Ms. Hélio Jorge Pereira de Carvalho (Orientador)
Universidade Federal Fluminense

Prof.^a Ms. Lúcia Maria Pereira Bravo
Universidade Federal Fluminense

Prof.^a Ms. Índia Mara Martins
Universidade Federal Fluminense

Niterói, 30 de novembro de 2011.

Dedico este trabalho aos meus pais Antônio Adailto e Maria Antônia por terem me dado uma boa educação e me incentivarem sempre. Dedico também à tia Constância por toda ajuda e apoio ao longo da minha vida. E in memoriam à minha amada avó “Cotinha”, por sempre ter

rezado para meu anjo da guarda, ele realmente sempre me protegeu e ajudou.

AGRADECIMENTOS

À Deus e à minha família por todo o apoio emocional necessário ao longo de toda minha vida.

À Universidade por me permitir o conhecimento necessário para atuar no campo da Produção Cultural que tanto amo.

Ao curso de Produção Cultural, em especial ao coordenador Luiz Augusto e ao professor Hélio Carvalho pela compreensão, num momento tão complicado e delicado da minha vida, permitindo assim a minha formatura.

Ao orientador Hélio Carvalho pelo excelente trabalho desempenhado comigo, permitindo o desenvolvimento desta monografia. Obrigado pelo esforço e pela ajuda.

Aos colegas de curso, em especial Elaine Pinto, Stefano Pires, Juliana Turano, Juliana Mara, Ohana Boy, Gabriel Santana, Mariane Azeredo, Bianca Caetano, Patrícia Angélica, Beatriz Pimentel e Dani Baleeiro. Vocês podem não ter percebido, mas me apoiaram muito nos meus momentos de solidão e saudade da família. Obrigado também pelo apoio quando perceberam que eu estava com depressão. Vocês me ajudaram muito.

Aos amigos brasilienses e maranhenses que estiveram comigo durante toda a minha caminhada me incentivando e não me deixando desistir ante às várias dificuldades desde minha saída da casa dos meus pais. Meu agradecimento especial a Elias, Aline Herculiane, Dona Hilda, Marcos Bráulio, Átila Dantas, Eliziane Santos, Patricia Dantas, Livia Fernandez, Lívia Cassemiro, Denise Moraes, Daniela Vanessa, Gercilane Araújo, Vanessa Colins, Olívia Colins e Alexandre Matias.

Em especial à Fernanda Percant e Juliana Lobo por toda a contribuição, colaboração, apoio e incentivo nos momentos finais da monografia e ao longo desses dez anos de amizade.

Ao meu ex-companheiro Marco Aurélio de Sousa por ter permitido e ajudado na minha recuperação. Serei eternamente grato.

A Sandra Tavares por ter se mostrado uma amiga super presente, mesmo nos conhecendo a pouco tempo, e por ter me apresentado o Budismo Nitiren. Com a prática dele eu mudei a minha vida. Nunca pensei em dizer isso um dia, mas aquela batida de carro foi uma das melhores coisas que me aconteceram na vida.

Ao meu irmão e cunhada pelo carinho e apoio. Em especial ao meu irmão que, apesar de nossas desavenças ao longo da vida, é um ser humano maravilhoso e sensível.

Agradecimento mais que especial aos meus pais, Maria Antonia e Antonio Adailto pela educação que me deram e pelos pais maravilhosos que são.

“Quando pensamentos pessimistas...me atravessas o espírito, tranquilizo-me rememorando a última sequência de um filme de Ingmar Bergman...*Luz de Inverno*. No final...vemos um padre que quase perdeu a fé celebrando uma missa em sua igreja completamente vazia...interpreto essa cena de outra forma: ‘Bergman quer nos dizer que os espectadores do mundo inteiro estão se desligando do cinema, mas acha que devemos continuar mesmo assim a fazer filmes...ainda que não haja ninguém no cinema’.

(François Truffaut)

RESUMO

A presente monografia procura levantar algumas questões específicas sobre a transição do cinema em película para o cinema digital, conforme sua influência na cinematografia brasileira. É considerada relevante para o trabalho a análise do filme *“Apenas o fim”*, do cineasta Matheus Souza, filmado totalmente em mídia digital, tendo como eixo central da reflexão o processo de produção, distribuição e exibição da obra. Levanta-se com isso, a discussão em torno da democratização da produção na sétima arte, tentando-se compreender como tal evento se reflete na produção nacional e quais as mudanças e possibilidades na distribuição e exibição dos filmes digitais.

Palavras-chave: Cinema Digital. Democratização. Transição. Cinema nacional. Rain Network.

ABSTRACT

This monograph seeks to raise specific questions about the transition from film to digital cinema, as their influence on Brazilian cinematography. It is considered relevant to the job analysis of the movie "Apenas o fim", the filmmaker Matheus Souza, shot entirely in digital media, with the central axis of the reflection process of production, distribution and exhibition of the work. Arises with this, the discussion on the democratization of production in the seventh art, trying to understand how such an event is reflected in the national production and what changes and opportunities in distribution and exhibition of digital cinema.

Keywords: Digital cinema. Democratization. Transition. Nacional movie. Rain Network.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

- Figura 1 - "A Saída dos Operários da Fábrica" (Lumière Brothers, 1895) 21
- Figura 2 - "A Chegada de Um Trem à Estação" (Lumière Brothers, 1895). 21
- Figura 3 - Kinocast – equipamento para salas digitais: em cima está o projetor, embaixo o servidor e um notebook mostrando a interface do software de gerenciamento de arquivos. 37
- Figura 4 - Sala de controle da Rain, onde os operadores monitoram todas as salas ligadas à rede e de onde são enviados os filmes. 39
- Figura 5 - Câmera PANASONIC HVX200. Modelo usado por Matheus Sousa para a gravação de "Apenas o fim". 50

LISTA DE TABELAS E MAPAS

Tabela 1 - Total de filmes nacionais lançados por ano no Brasil (1995 - 2010)	30
Tabela 2 - Preços cobrados pela Rain Network conforme o número de sessões contratadas	40
Mapa 1 - Distribuição das salas de exibição no Brasil em 2010	43

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
2	BREVE HISTÓRICO DO CINEMA	17
2.1	O avanço do cinema no mundo	21
2.2	O mercado cinematográfico no Brasil	27
3	O CINEMA DIGITAL	31
3.1	Cinema, vídeo e cinema digital.	32
3.2	O modelo DCI e o poder das <i>majors</i>	35
3.3	Rain Networks, Circuito Digital e Moviemobz: democratização na exibição.	36
4	CINEMA DIGITAL E DEMOCRACIA DA PRODUÇÃO NA SÉTIMA ARTE	42
5.	“APENAS O FIM”	47
5.1	A produção do filme	48
5.2	Exibição em Festivais de cinema, salas comerciais e a divulgação.	51
6	CONCLUSÃO	..55
	REFERÊNCIAS	57
	Obras Citadas	57
	Obras Consultadas	59
	APÊNDICE	.60
	APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO AO DIRETOR DO FILME “APENAS O FIM”, MATHEUS SOUZA	.61
	APÊNDICE B - CARTAZ DO FILME "APENAS O FIM".....	66

1 INTRODUÇÃO

Ao longo da história, a humanidade desenvolveu seus conhecimentos, entre descobertas e inovações, que trouxeram mudanças significativas para seu modo de vida. Essas mudanças alteraram não apenas o estilo de vida, mas os padrões de comportamento e a ampliação das perspectivas de olhar o mundo à sua volta. Desde o Iluminismo, com a revolução da física, matemática, química, astronomia, dentre outras, o que se instaurou foi um novo paradigma que derrubou padrões sólidos e imutáveis, os quais até então, eram considerados verdades absolutas que apenas enclausuravam o homem a um único modo de existência, passando a dar a esse indivíduo a liberdade de construir um novo mundo. Esta revolução nas ciências e as suas inovações foram primordiais para o desenvolvimento do que hoje se conhece por Modernidade.

Ao contrário do que acontece em outras áreas, como, por exemplo, na informática, em que as inovações ocorrem de maneira tão rápida, tornando praticamente impossível acompanhar suas atualizações constantes, no campo cinematográfico, desde sua invenção pelos Lumière, elas ocorreram e foram importantíssimas, porém, inseridas de forma mais comedida.

[...] demoraram quase cinco anos após o lançamento da pista com som de densidade variável para que os filmes mudos fossem banidos da tela; Passaram-se trinta anos entre os primeiros testes experimentais e o lançamento comercial da película colorida, e transcorreram trinta e seis anos entre o lançamento do sistema de som estereofônico do “Fantasound” de Walt Disney e o DOLBY STEREO. (DE LUCA, 2009, p. 46)

A inclusão de novas tecnologias no cinema de forma mais lenta se deve, em parte, à resistência de alguns profissionais do ramo. Muitos cineastas preferem se manter no padrão vigente pelo receio das novas tecnologias tornarem o cinema uma arte efêmera. A fim de esclarecer de que forma o avanço tecnológico permitiu o desenvolvimento da arte cinematográfica, no segundo capítulo será apresentado um breve histórico do cinema. Por se tratar de um universo de estudo bastante amplo, o presente trabalho se focará no aspecto da produção de filmes digitais independentes no Brasil. Queremos entender como este cinema atua em relação à democratização da produção.

No caso da projeção digital, por se tratar de uma tecnologia de substituição e não de inovação, torna-se necessário investimentos financeiros altíssimos para trocar os projetores 35 milímetros pelos digitais. Segundo Michael Karagosian¹ (BUTCHER, 2008)

A projeção digital é uma tecnologia de reposição, e não de inovação. Com exceção da possibilidade de exibição de filmes no formato de três dimensões estereoscópico (3D), ela não oferece novidades ao espectador e, portanto, não garante, por si só, o aumento da frequência do público e do faturamento das salas de cinema (ao contrário, por exemplo, da chegada do som e da cor). A demora na definição de padrões de resolução pelos grandes estúdios, cujos produtos são responsáveis por boa parte da arrecadação do mercado *theatrical* no mundo, também “atrasou” a transição digital.

A substituição da película por equipamentos digitais tanto na produção, quanto na exibição, exigem o envolvimento de muitos profissionais e empresas de diversas áreas, principalmente da informática, pois são elas que irão desenvolver todo o aparato tecnológico necessário, principalmente os equipamentos de projeção. Neste caso, os custos para equipar as cabines de projeção teria que ser pago pelos donos de cinemas, o que exige altos investimentos devido aos custos desses aparelhos.

O preço de cada projetor digital no padrão DCI² é de aproximadamente US\$ 85 mil. Com o preço do servidor de cada sala, esse custo sobe para US\$ 157 mil. Considerando também a necessidade de aquisição de um servidor operacional e de um “*library server*” para cada complexo, os custos da digitalização se elevam para cerca de US\$ 170 mil por sala. Considerando-se que o circuito brasileiro tem, hoje, 2.120 salas, o custo total da conversão do circuito seria de aproximadamente US\$ 360 milhões, ou seja, R\$ 600 milhões – quase a arrecadação total do mercado de *theatrical* brasileiro em um ano. (BUTCHER, 2008)

Devido a tais valores para a conversão, ainda há o predomínio da exibição em 35 milímetros, pois, além dos custos elevados, ainda não se chegou a um consenso sobre qual o melhor modelo de projeção digital. Porém, uma empresa brasileira – Rain Network - criou um modelo fora dos padrões DCI tornando-se a responsável pelo aumento no número de projeções digitais em salas de cinema no Brasil. Juntamente com a Circuito Digital, estas duas empresas incorporaram nos cinemas a exibição de outros produtos audiovisuais como as óperas e partidas de

¹ Consultor da Associação de Exibidores dos EUA.

² O *Digital Cinema Initiative* (DCI) é um consórcio formado em 2002 pelas *major*s de Hollywood. Eles estipularam padrões para o chamado cinema digital, considerados “referência” para os fabricantes de equipamentos.

futebol, o que só foi permitido com as tecnologias digitais de projeção. No terceiro capítulo este assunto será melhor detalhado.

Mas, se para os exibidores compensa permanecer com a projeção em película, para os produtores ela encarece os orçamentos de um filme.

A partir dos relatórios fornecidos pela Ancine, podemos verificar que a produção cinematográfica nacional possui um custo variável, entre aproximadamente 500 mil reais e dez milhões de reais. Comparadas às produções norte-americanas, que são da ordem de 100 milhões de dólares (aproximadamente 190 milhões de reais), as produções cinematográficas brasileiras possuem um custo muito baixo. No entanto, para os padrões socioeconômicos vigentes no Brasil, esta ainda é uma atividade que demanda um valor muito alto para sua concepção e viabilização. (DA SILVA, 2010, p. 15)

Há algum tempo já se produz filmes no formato digital, mas como ainda predomina a exibição analógica, os filmes precisam ser *kinescopados*³ para que possam ser exibidos nas salas de cinema. Este processo encarece o orçamento. “Avalia-se que são investidos de US\$ 2 a 3 bilhões por ano na copiagem e que se empreguem outros US\$ 1,5 a US\$ 2 bilhões para armazená-las e fazer seus tráfegos entre cinemas”. (DE LUCA, 2009, p. 196). Isto dificulta que novos cineastas consigam exibir seus filmes em salas comerciais, pois mesmo que reduzam os custos produzindo em digital, necessitam de uma verba elevada para fazer as cópias analógicas para a distribuição.

Mas estes são apenas alguns aspectos das mudanças advindas com o cinema digital. Ele introduz uma gama de inovações na atividade cinematográfica, tanto nas questões técnicas, que envolvem o uso de computador para edição, efeitos especiais e uso de projetores digitais para exibição, quanto em termos de linguagem, na forma de consumo e na interação com o público. Tais questões também serão detalhadas no quarto capítulo.

Entendendo que o mercado cinematográfico é composto pela tríade produção – distribuição – exibição, também se apresentará, em segundo plano, quais foram as mudanças ocorridas nos setores da distribuição e exibição. Porém, apesar do cinema estar inserido nesta lógica comercial que inclui a captação de recursos financeiros, acordos entre empresas, aluguel de equipamentos e venda de ingressos, por exemplo, ele também é uma arte. Como toda arte, o envolvimento do espectador permite a saída da sua realidade e o mergulho num universo único. Por

³ A kinescopia é a captação do registro em suporte magnético, fita beta ou miniDV, por exemplo, originando um novo registro em película cinematográfica, 16 ou 35 milímetros.

isso, é de extrema relevância para o campo da produção cultural, entender como o mercado cinematográfico vem se desenvolvendo. Tal entendimento possibilita que os profissionais da área participem de maneira mais efetiva da promoção do acesso à cultura, através da sétima arte.

Para fazer esta análise de forma satisfatória, no quinto capítulo será apresentado um estudo de caso do filme “*Apenas o fim*”, de Matheus Souza, comédia-romântica produzida de forma independente, em formato digital, no ano de 2008. Através da descrição e análise do processo de produção, distribuição e exibição dessa obra, se tentará compreender de que forma o cinema digital democratiza a produção cinematográfica aos cineastas estreados.

A escolha do tema se deve ao fato de se considerar de extrema importância a discussão em torno da democratização da produção na sétima arte, especialmente neste momento de transição do cinema analógico (película 35 mm) para o digital. Acredita-se que os equipamentos digitais incorporados ao cinema podem trazer muitas vantagens e possibilidades, tanto aos cineastas, quanto aos distribuidores, exibidores, publicitários e inclusive ao público.

Desde a criação da Embrafilme⁴, em 1969, muitos cineastas criticam a política de fomento aplicada no Brasil. Enquanto a empresa funcionou (ela foi extinta no início do Governo Collor, em 1990) eles argumentavam que a estatal priorizava cineastas já consagrados em detrimento dos que tentavam produzir seus primeiros filmes. Segundo os “excluídos”, estes ficavam impossibilitados de produzir por conta da política excludente da Embrafilme, em um momento que se contava apenas com o apoio direto do governo por meio dela.

Em relação ao campo cinematográfico, as críticas feitas à Embrafilme vêm desde sua criação, e podem ser percebidas pela polarização “cinemão” e “cineminha”⁵, que dividiu o campo em dois grupos opostos. As principais críticas elaboradas pelos cineastas para o recebimento de financiamento (em geral, os remanescentes do Cinema Novo) em detrimento de outros cineastas que nunca conseguiam ter seus projetos financiados. Mas, nesse momento, até mesmo os cineastas agraciados com o financiamento da Embrafilme também começam a criticar a empresa. (MARSON, 2009, p. 20)

⁴ Empresa Brasileira de Filmes Sociedade Anônima, criada pelo Governo brasileiro em 1969. Foi a principal produtora e distribuidora de filmes nacionais até a sua extinção em 1990 pelo Programa Nacional de Desestatização (PND) do Governo Collor de Mello.

⁵ “Cinemão” era o termo usado para se referir aos filmes herdeiros do Cinema Novo, mais ‘cultos’ e financiados pela Embrafilme, em contraposição ao “Cineminha”, referência aos filmes de produtoras independentes, sem o financiamento do Estado. “As pornochanchadas na década de 1970 são exemplos dessa produção que existiu à margem da Embrafilme”. (MARSON, 2009, p. 19)

Acha-se de extrema relevância para o campo da produção cultural a compreensão quanto ao uso das novas tecnologias digitais no quesito democratização da cultura, tema tão discutido no curso de Produção Cultural/UFF. Pretende-se entender de que forma essa democratização tem acontecido e quais os benefícios desse novo formato para os profissionais do audiovisual e para o público. Pretende-se ainda que o trabalho colabore e enriqueça as discussões sobre o tema dentro do curso. Além disso, a intenção é que esta pesquisa tenha continuidade no mestrado e doutorado.

2 BREVE HISTÓRICO DO CINEMA

Há mais de um século o cinema vem sofrendo inovações em todo o mundo. Muitos foram os cineastas que contribuíram para mudanças no modo de fazer filmes. Portanto, falar sobre cinema é falar de um universo muito amplo que inclui, além de características desta arte, a forma como o público se relaciona com ela, as questões mercadológicas, legislação e tantos outros aspectos. O que se pretende neste capítulo é fazer uma breve introdução e um resumo do avanço da arte cinematográfica para que, mais adiante, possamos compreender algumas das questões relacionadas ao cinema digital. Sendo assim, alguns aspectos desse avanço histórico e tecnológico serão apenas citados, mas sem aprofundamento.

Antes de se discorrer sobre os estudos científicos e as inovações tecnológicas que permitiram a criação do *cinematógrafo*, vale pensar que a “ideia de cinema” é tão antiga quanto o homem - que há muito tempo tenta criar imagens em movimento. O ser humano, antes de desenvolver todo o seu potencial intelectual e construir máquinas, já tinha em mente a “ideia de cinema”. Um bom exemplo disso é o “*Mito da Caverna*”⁶, desenvolvido por Platão. Alguns cientistas vão ainda mais longe e comprovam que o homem pré-histórico já se aventurava no fundo das cavernas para fazer sessões de cinema, conforme afirma Arlindo Machado (1997, p. 13 et seq):

Muitas das imagens encontradas nas paredes de Altamira, Lascaux ou Font-de-Gaume foram gravadas em relevo na rocha e os seus sulcos pintados com cores variadas. À medida que o observador se locomove nas trevas da caverna, a luz de sua tênue lanterna ilumina e obscurece parte dos desenhos: algumas linhas se sobressaem, suas cores são realçadas pela luz, ao passo que outras desaparecem nas sombras. Então, é possível perceber que, em determinadas posições, vê-se uma determinada configuração do animal representado [...], ao passo que, em outras posições, vê-se configuração diferente do mesmo animal [...]. E assim, à medida que o observador caminha perante as figuras parietais, elas

⁶ Platão, no Livro VII de *A República*, imaginou algumas pessoas presas, desde a infância, ao fundo de uma caverna, por correntes, imobilizados e obrigados a olharem sempre à parede em frente a eles. Ele supôs existir, por trás do muro onde os outros estavam acorrentados, alguns prisioneiros, carregando sobre suas cabeças, de um lado a outro, estatuetas de homens, de animais, vasos, bacias e outros vasilhames. Havia uma escassa iluminação vinda do fundo do subterrâneo e os habitantes daquele local só poderiam enxergar as sombras daqueles objetos, que surgiam e sumiam diante deles.

parecem se *movimentar* em relação a ele [...] e toda a caverna parece se agitar em imagens animadas. [...]

Com o tempo, o homem evoluiu e desenvolveu pesquisas para desvendar os mistérios do mundo à sua volta. Ele queria compreender o funcionamento de coisas que não eram visíveis a olho nu e facilitar a prática de certas atividades cotidianas. Foi dessa maneira que vários equipamentos, hoje de uso comum em nossa sociedade, como a agulha, o avião, o chuveiro, o microscópio, o martelo, a película fotográfica, a máquina de fotografar e tantos outros, foram inventados. Para se chegar até a fabricação deles foi necessária muita pesquisa.

É interessante ressaltar que cada pesquisador é motivado por algo específico de sua área de conhecimento, sem imaginar que seus estudos possam ser utilizados por estudiosos de outras áreas, os quais usufruem dos resultados das pesquisas já realizadas. Foi desse modo, com pesquisas de áreas diversas se complementando de alguma forma que se chegou à invenção do que hoje conhecemos como cinema.

Ao longo dos séculos, diversos experimentos feitos por cientistas de áreas variadas foram necessários para que os Irmãos Lumière pudessem desenvolver, no século XIX, o *cinematógrafo* e ficarem famosos no mundo. Pesquisas feitas nas áreas da ótica, engenharia, matemática, eletricidade, mecânica e outras contribuíram para o desenvolvimento do cinema. Podemos afirmar que o cinema foi “descoberto” praticamente ao acaso e antes de chegar ao que André Parente (2007) chama de “Forma Cinema”, com projeção em um telão dentro de uma sala escura para várias pessoas, outros equipamentos foram criados para mostrar imagens em movimento.

O cinema, enquanto sistema de representação, não nasce com sua invenção técnica, pois leva algo em torno de uma década para se cristalizar e se fixar como modelo. O cinema é, a exemplo do livro contemporâneo, um dispositivo complexo que envolve aspectos arquitetônicos, técnicos e discursivos. Cada um desses aspectos é, por si só, um conjunto de técnicas, todos eles voltados para a realização de um espetáculo que gera no espectador a ilusão de que ele está diante dos próprios fatos e acontecimentos representados. (PENAFRIA, 2007, p. 05)

Os estudos sobre movimento desenvolveram-se nos meios científicos durante o século XIX. Pesquisas como as de Joseph Plateau, Pierre Janssen, Muybridge e Étienne-Jules Marey foram essenciais para o desenvolvimento do

“cinema”. Joseph Plateau, em sua tese de doutoramento intitulada *Dissertation sur quelques propriétés des impressions produits par La lumière sur l’organe de La vue*, publicada em 1829, na qual relacionou o fenômeno da *persistência da retina*⁷ à síntese do movimento, teve papel decisivo para o desenvolvimento do dispositivo cinematográfico. Em 1873, Pierre Janssen criou uma “câmara-revólver” para registrar a passagem de Vênus pelo Sol. Mais para o final do século, Muybridge foi o responsável pela montagem de um complexo equipamento com vinte e quatro câmaras para analisar o galope de um cavalo. Marey, com o intuito de fotografar e analisar o voo de um pássaro, criou o “fuzil fotográfico”, capaz de tirar doze fotos por segundo. Tais experiências eram meramente científicas e apenas procuravam fixar movimentos rápidos que não podiam ser analisados a olho nu. No início do século XX, Marey manifestou seu desprezo pelo cinema de espetáculo, afirmando que não achava interessante projetar na tela o que podia ser visto melhor com os nossos próprios olhos. (MACHADO, 1997)

Utilizando-se de todos estes estudos anteriores, os irmãos Lumière inventaram o *cinematógrafo*, aparelho que servia para captar e projetar imagens.

[...]parte do sucesso do cinematógrafo Lumière deve-se a suas características técnicas[...]a máquina dos Lumière podia funcionar como câmera ou projetor, e ainda fazer cópias a partir dos negativos. Além disso seu mecanismo não utilizava luz elétrica e era acionado por manivela. Por seu pouco peso, o cinematógrafo podia ser transportado facilmente e assim filmar assuntos mais interessantes que os de estúdio⁸ [...] Além disso, os operadores do cinematógrafo Lumière atuavam também como cinegrafistas e multiplicavam as imagens de vários lugares do mundo para fazê-las figurar em seus catálogos. (COSTA, 2008, p. 20)

A primeira exibição pública e paga de imagens em movimento, famosa como marco inicial das atividades cinematográficas, ocorreu no dia vinte e oito de dezembro de 1895. Não se tratava de um “espetáculo”, era apenas uma demonstração e apresentação do funcionamento do *cinematographo*. Para os Lumière, naquele momento, o aparelho era apenas um instrumento científico de pesquisas sobre o movimento. Bernadet afirma que quem realmente teve a ideia

⁷ Trata-se de um “defeito” que os olhos têm de reter durante algum tempo a imagem que é projetada diante deles.

⁸ Antes da invenção dos irmãos Lumière, existia o *quinetoscópio*, aparelho inventado por Thomas Edison, que possuía um visor individual, através do qual podia se assistir a exibição de uma pequena tira de filme em *looping*. Esses filmes eram produzidos em um pequeno estúdio, apelidado de *Black Maria* – como se designava os camburões da polícia na época – onde se assistia dançarinas, acrobatas e até mesmo as palhaçadas dos técnicos de Edison que eram filmados contra um fundo preto, iluminados pela luz do sol.

inicial de utilizar o *cinématographe* para produzir filmes de entretenimento foi Georges Méliès⁹.

No dia da primeira exibição pública de cinema - 28 de dezembro de 1895, em Paris -, um homem de teatro que trabalhava com mágicas, Georges Méliès, foi falar com Lumiere, um dos inventores do cinema; queria adquirir um aparelho, e Lumiere desencorajou-o, disse-lhe que o "*Cinématographe*" não tinha o menor futuro como espetáculo, era um instrumento científico para reproduzir o movimento e só poderia servir para pesquisas. Mesmo que o público, no início, se divertisse com ele, seria uma novidade de vida breve, logo cansaria. (BERNADET, 1980, p. 05)

Tudo indica que foi após essa breve conversa com Méliès que os Lumière perceberam a novidade trazida junto com o *cinématographe* - a ilusão de movimento criada por ela. A partir de 28 de dezembro de 1895, eles continuaram captando imagens em movimento e cobrando ingressos para exibi-las nos cafés parisienses. Essa fase ficou conhecida como "*Cinema de Atrações*", representada por filmes curtíssimos, mudos, com imagens em preto-e-branco filmadas com a câmera estática, sem variação de planos. Mas a característica principal é que não narravam nenhuma história, eram apenas imagens de situações do cotidiano.

Alguns filmes dessa fase são conhecidos e comentados ainda hoje devido à sua importância para a história do cinema, como, por exemplo, "*A Saída dos Operários da Fábrica*"¹⁰ (ver Figura 1) e "*A Chegada de Um Trem à Estação*"¹¹ (ver Figura 2). A história da exibição deste último pode ser usada para demonstrar a novidade trazida pelo *cinématographe* (a ilusão de movimento). O filme, que mostra um trem chegando à estação, teve a imagem captada de tal forma que a locomotiva vinha vindo de longe e enchia a tela, como se fosse projetar-se sobre a platéia. De tão real que a locomotiva parecia, o público levou um susto e correu do local. Com certeza, todas aquelas pessoas já haviam visto um trem e não havia dúvida de que não se tratava de um trem de verdade, pois a imagem era em preto-e-branco e sem ruídos. Mas elas se assustaram por conta da ilusão de movimento que tiveram naquele instante. Era aí que estava a novidade: na ilusão. (BERNADET, 1980, p. 5)

⁹ Foi um ilusionista francês e o precursor do cinema de ficção e do uso de "efeitos especiais" no cinema. Também foi o primeiro cineasta a usar desenhos de produção e *storyboards* para projetar suas cenas.

¹⁰ *La Sortie des Usines Lumière* (The Lumière Brothers, 1895)

¹¹ *Arrival of a Train at La Ciotat* (The Lumière Brothers, 1895)



Figura 1: "A Saída dos Operários da Fábrica" (Lumière Brothers, 1895)



Figura 2: "A Chegada de Um Trem à Estação" (Lumière Brothers, 1895).

Com o tempo, os equipamentos evoluíram e, conseqüentemente, os filmes. Novas lentes foram desenvolvidas, permitindo o surgimento dos vários planos. A câmera foi se tornando mais leve, permitindo sua movimentação. Os vários cineastas que surgiram foram desenvolvendo suas técnicas para tornar seus filmes mais criativos e empolgar o público. Assim foi criada o que hoje é chamada de linguagem cinematográfica. Portanto, o que havia surgido ao acaso se tornou um dos mais importantes meios de entretenimento e, muito mais que isso, um importante mecanismo de dominação cultural e ideológica.

1

2

2.1 O avanço do cinema no mundo

Durante a fase do “Cinema de Atrações” não existiam salas de cinema nos moldes que conhecemos hoje, os filmes eram apresentados em cafés. Por serem curtíssimos - “os primeiros filmes duravam menos de um minuto” (DANCYGER, 2003, p. 3) - não tinham como ser a única atração da noite, sendo, então, apresentados juntamente com shows de dança, apresentações de acrobatas, de mágicos e animais amestrados.

Apenas com a inovação dos equipamentos a qualidade dos filmes melhorou, chamando a atenção de um público maior. Um dos motivos da necessidade de criar espaços adequados para a exibição dos filmes, que também começaram a ficar mais longos e com narrativas mais complexas.

Os primeiros filmes não retratavam nenhuma história com início, meio e fim. Eram apenas imagens do cotidiano, ou seja, eram mais factuais, documentais. Nem se pensava em ficção nessa época. Segundo Dancyger (2003, p. 3)

Quando o primeiro filme foi realizado, a montagem não existia. Tanta era a novidade de ver imagens em movimento que nem mesmo uma história roteirizada era necessária. [...] A montagem era inexistente ou, no melhor dos casos, mínima, no caso de Méliès.

Foi o dramaturgo e mágico George Méliès quem criou, sem intenção, o filme ficcional, quando teve a ideia de filmar a sua peça teatral “*Viagem à lua*”. Sem perceber, ele também inseriu o tempo dramático¹² no cinema. Ele foi o precursor da montagem cinematográfica e o primeiro a aumentar o tempo de duração dos filmes. Mas, “embora os filmes de Méliès alcançassem a duração de 14 minutos, eles ainda eram uma série de planos simples: quadros filmados de uma encenação. Todos os planos eram enfileirados. A câmera estava sempre parada e distante da ação.” (DANCYGER, 2003, p. 3 et seq)

Quando o cinematógrafo foi inventado as lentes usadas nas câmeras não dispunham da capacidade de aproximação. Isto obrigava os cineastas a filmarem com a câmera parada e a certa distância da cena para a imagem não ficar desfocada. Além disso, os negativos usados naquela época tinham pouca sensibilidade, o que dificultava no ganho de profundidade. Tais fatores não

¹² Quando vemos um filme com duração de duas horas, vivemos outro tempo que, evidentemente, não é real, mas sim mágico, de ficção, que nos faz condensar em apenas duas horas toda uma tarde, uma vida inteira ou até dois séculos.

permitted the cinematographers to film a scene with various different planes, the whole film was in general¹³.

[...]Pesquisou-se bastante no campo da ótica. Criaram condições para o desenvolvimento de novas lentes que supriam as necessidades dos cineastas: novos enquadramentos. As lentes passaram a ter uma qualidade invejável. A química viabilizou novos filmes, mais sensíveis às luzes artificiais e naturais. Com isso, progressivamente, criam-se novos enquadramentos = planos. (MONCLAR, 2009, p. 11)

As primeiras câmeras eram muito pesadas, dificultando seu movimento. A evolução das lentes, das câmeras e a criação de diversos outros aparelhos, como o *travelling*¹⁴, por exemplo, permitiram o surgimento não só dos planos (close up, médio, geral, detalhe, americano, etc.), mas dos ângulos de câmera (zenital, *over the shoulder*, *plongé*, *contra-plongé*, etc.).

A partir de então, tornou-se possível o uso de enquadramentos diferentes para mostrar os detalhes importantes da cena. A intenção era tornar melhor a compreensão das histórias. Por isso, novas posições de câmera começaram a ser testadas, colocando o espectador em locais diferentes do que normalmente estava habituado a ficar ao assistir um espetáculo.

Inicialmente, os filmes e os projetores eram fabricados pela mesma empresa. Mas, na virada do século XIX para o século XX, quando os filmes começaram a ficar mais elaborados, surge a figura do exibidor que compra os equipamentos e os filmes dos produtores para explorar economicamente a exibição deles. A partir dessa época começa o processo de industrialização do mercado cinematográfico.

No período compreendido entre 1907 e 1913 os cineastas começam a experimentar várias técnicas. Os filmes passam a contar histórias mais complexas, tornam-se mais longos e usam mais planos. A duração média aumenta para 15 minutos. Somente após a Primeira Guerra Mundial eles começam a exceder uma hora de duração.

Com todas essas inovações, o cinema se popularizou de tal forma que foi preciso uma maior produção para atender a demanda cada vez mais crescente.

¹³ Mostra uma paisagem ou um cenário completo.

¹⁴ Nesse caso, estou utilizando o termo para me referir ao equipamento sobre trilhos, usado para o deslocamento da câmera. Entretanto, o mesmo termo é utilizado para designar o plano em que a câmera se desloca, horizontal ou verticalmente, aproximando-se, afastando-se ou contornando os personagens ou objetos enquadrados. Para isso, é utilizado algum tipo de veículo (carrinho), sobre rodas ou sobre trilhos, ou com a câmera na mão, ou ainda com algum tipo de estabilizador.

Começam, então, a surgir os estabelecimentos permanentes de cinema, o que ajuda na racionalização da distribuição e exibição. Surgem também as primeiras convenções de linguagem.

Nessa fase inicial de industrialização, os filmes europeus dominam o mercado mundial. Grande parte dos filmes exibidos nos EUA era de origem europeia. Porém, “[...] com as dificuldades que surgiram em consequência da Primeira Guerra Mundial, o fluxo de produção mudou para os Estados Unidos” (BUTCHER, 2005, p. 10). Nesse mesmo período, devido à complexidade que as histórias vão adquirindo, o modo de se fazer filme também se modifica e se inicia a divisão do trabalho e a especialização de funções. Aparecem os diretores, roteiristas, figurinistas, cenógrafos, maquiadores e tantos outros que eram supervisionados pelo produtor.

Os cineastas e técnicos de cinema do início do século XX [...] muito pesquisaram e experimentaram para melhorar a sua narrativa. [...] O cinema não pertencia mais apenas aos franceses. Era da Europa e do mundo inteiro. Em toda parte do planeta desejava-se captar imagens em movimento, criar histórias, registrar fatos e fazê-las circular pelo mundo. A máquina dos irmãos Lumière foi copiada, modificada, espalhando-se pelos países. (MONCLAR, 2009, p. 11)

Com o advento da Primeira Guerra, em 1914, o EUA passa a dominar o mercado cinematográfico no mundo, em especial na Europa, que estava devastada com as lutas. No pós-guerra, o EUA foi quem mais investiu e desenvolveu o fazer fílmico, período em que “Nascia Hollywood, ‘fábrica de sonhos’, pólo cinematográfico encravado na Califórnia, costa oeste do país. Uma indústria que, desde seu início, se pretendeu universal” (BUTCHER, 2005, p. 10). O cinema americano se industrializou e nasceram os grandes estúdios de produção, verdadeiras fábricas cinematográficas.

Os executivos dos estúdios de Hollywood passaram a ser os responsáveis pelo planejamento dos filmes e pela contratação de roteiristas, diretores, elencos, montadores, cada um para executar uma função específica. Tal organização era diferente do sistema anterior, em que o realizador executava a maioria das funções na produção do filme.

Meliza Marson (2009, p. 24) afirma que

A hegemonia global do cinema norte-americano é resultado de determinados fatores históricos que fizeram com que a cinematografia dos EUA conquistasse as telas dos cinco continentes. [...] No início do século

XX o cinema norte-americano sofreu um processo de industrialização radical, através de mudanças estruturais no modo de produção dos filmes, mudanças essas que fizeram com que a nova forma de fazer cinema dos estúdios americanos fosse comparada ao fordismo, um sistema de produção industrial utilizado em fábricas de automóveis. O cinema norte-americano se industrializou, e os estúdios tornaram-se verdadeiras fábricas de filmes, trabalhando com linhas de produção e uma consistente divisão de trabalho.

Outro fator importante que contribuiu para o sucesso e consolidação da indústria cinematográfica norte-americana foi a implantação do *star system*. Os estúdios contratavam atores e atrizes e investiam pesadamente em publicidade para transformar esse elenco em “*estrelas*”, através de divulgação da vida particular em revistas de fofoca, promoção de festas, eventos, participação em campanhas publicitárias, políticas etc. (MARSON, 2009). Nessa fase, o cinema de Hollywood passou a ser conhecido como “*cinema clássico*”¹⁵, ou seja, um produto da indústria cultural, totalmente voltado para a lógica do mercado, concebido como forma de entretenimento e não como forma artística. Com o Cinema Clássico Americano surgiram os gêneros (comédia, drama, policial, suspense etc), cada um com uma linguagem própria.

Esse modelo de produção criado pelos EUA consolidou-se e tornou-se extremamente lucrativo. “Em pouco tempo, ele foi exportado para o mundo todo através de estratégias de marketing das *majors*¹⁶ e do próprio governo norte-americano” (MARSON, 2009, p. 26), que encontrou no cinema um importante meio de domínio cultural. Acabou se transformando em um modelo mundial de industrialização cinematográfica.

Mas acreditando no cinema como arte e não como uma simples mercadoria industrial, cineastas de diversos países do mundo resolveram não se render ao cinema comercial norte-americano e contribuíram para o desenvolvimento do “cinema de arte”¹⁷. Foi assim que surgiram os vários estilos e movimentos como a

¹⁵ No final da primeira década do século XX, Hollywood chegava à liderança do mercado mundial com um novo sistema de produção. Trabalhava os filmes numa escala industrial para serem distribuídos e exibidos mundialmente. Criou o sistema de empréstimo de filmes (anteriormente pertenciam a quem os comprasse e os projetasse), a padronização da película (35 mm) e os gêneros (fórmulas próprias e cultivo de público). E é assim até hoje com os famosos Blockbusters.

¹⁶ Grandes distribuidoras norte-americanas, a exemplo da Universal, Miramax, Warner, entre outras.

¹⁷ O termo “Cinema de arte” é utilizado para designar filmes que foram produzidos sem que a preocupação em ter um retorno financeiro influenciasse nas escolhas dos planos, dos ângulos de câmera, escolha de atores, etc. Todo filme ao ser produzido tem a pretensão de chegar às salas de cinema e obter lucro, ou seja, se torna uma mercadoria, porém, diferente de Hollywood que os produz pensando exclusivamente no sucesso comercial, os “filmes de arte” são produzidos pensando-se na

Vanguarda Francesa, Neo-realismo Italiano, Expressionismo Alemão, Dogma 95, *Nouvèlle Vague*, Cinema Novo, entre outros.

A Rússia se destacou pelas inovações nas técnicas de montagem. O cineasta Serguei Eisenstein foi o criador da montagem intelectual, também chamada de montagem dialética. Seu filme de maior destaque foi "O Encouraçado Potemkin" (1919). Na França os cineastas começaram um movimento que propunha uma experimentação acerca das possibilidades estéticas e visuais do cinema. Tal movimento ficou conhecido como *Avant Garde* ou Cinema de Vanguarda Francês, no qual se destacou Abel Gance com seu filme épico "J'Accuse" (1919). Na Alemanha surgiu o Expressionismo Alemão, com destaque para o cineasta Robert Wiene e seu filme "O gabinete do doutor Caligari" (1920). A Espanha se destacou com o Cinema Surrealista, melhor representado pelo filme "Um Cão Andaluz" (1928) de Luis Buñuel.

Mas André Parente (2008, p. 11 et seq.) lembra que

Há, entretanto, uma outra história do cinema, geralmente marginal à história do modelo N.R.¹⁸, na qual o cinema de invenção e de experimentação de outras formas é o personagem principal, e para a qual a contribuição dos artistas é fundamental. Os artistas desde sempre fizeram cinema, seja porque integraram o cinema em suas experiências visuais, a exemplo dos futuristas, dadaístas e surrealistas, seja porque se tornaram cineastas. Mais recentemente, os cineastas (Peter Greenaway, Abbas Kiarostami, Agnes Varda, Chantal Ackerman, Alexandr Sokurov, Chris Marker, Raymond Depardon, Raul Ruiz, Harun Farocki, só para citar alguns) se puseram a fazer arte, fenômeno este que se vem intensificando, na medida em que o cinema vem ganhando espaço nos templos da arte, em um movimento novo chamado "cinema de museu" ou "cinema de artista".

A partir da década de 1990, as tecnologias digitais passam a ser utilizadas no desenvolvimento de novas ferramentas e suportes para o conteúdo audiovisual de origem cinematográfica, dando origem ao conceito de cinema digital. Atualmente, além dos cinemas que fazem a exibição "convencional" em película, existem as salas que projetam filmes digitais, em terceira dimensão (3D), IMAX¹⁹ e até filmes 4D. Este, na verdade, são pequenas salas, geralmente instaladas em parques de diversão, que combinam a exibição de filmes 3D com efeitos físicos que

melhor maneira de contar a história que está sendo filmada e deixa as questões comerciais para o momento da comercialização.

¹⁸ Modelo narrativo-representativo-institucional: refere-se ao modelo convencional de projeção de filmes em uma sala escura com duração média de duas horas.

¹⁹ Estas salas de exibição tem a capacidade de mostrar imagens com tamanho e resolução muito maiores do que os sistemas convencionais de exibição de filmes. Uma tela padrão IMAX tem 22 metros de largura e 16,1 metros de altura.

ocorrem em sincronia com o filme, como o tremer das cadeiras em uma sequência de terremoto, por exemplo. (SILVA, 2009)

2

3

2.1

2.2 O mercado cinematográfico no Brasil

O cinema chegou ao Brasil em 1896, quase meio ano depois da primeira sessão patrocinada pelos irmãos Lumière, em Paris (SIMIS, 2008, p. 17). As primeiras imagens aqui exibidas focalizavam a Baía de Guanabara e algumas embarcações nela ancoradas. As imagens foram registradas por Afonso Segreto²⁰, chegando da Europa com sua câmera Lumière.

Apesar de o Brasil ter começado suas atividades cinematográficas pouco tempo após a descoberta dos irmãos Lumière, o país levou muito tempo até que a atividade fosse regulamentada. No ano de 1966 foi criado o Instituto Nacional de Cinema (INC), com o objetivo de agenciar e incitar o incremento das atividades de produção, distribuição e exibição. Este órgão era vinculado ao Ministério da Educação e Cultura e não obteve sucesso, sendo criado em seu lugar a Embrafilme²¹. (MARTINS, 2009, p 15)

Durante muito tempo foi a Embrafilme que contribuiu para o crescimento da atividade cinematográfica no Brasil. Era ela quem controlava a distribuição e fazia a divulgação de filmes brasileiros, tanto dentro do país como fora dele. Durante seus anos de existência, muitas medidas foram tomadas para fortalecer e proteger o mercado nacional do filme estrangeiro que estava dominando as salas de exibição do Brasil. Uma delas foi o estabelecimento da cota de tela para o filme nacional. Nesse período, a atividade cinematográfica brasileira foi intensa, muitos filmes

²⁰ Primeiro cinegrafista e diretor de cinema do Brasil. Nasceu em San Martino de Cileno, na Itália e em 1897 mudou-se para o Brasil. Em 19 de junho de 1898, retornando de uma viagem à Itália, registrou as primeiras imagens do Brasil em movimento: tomadas das fortalezas e de navios de guerra na Baía de Guanabara, feitas a bordo do navio francês Brésil.

²¹ Foi uma empresa estatal brasileira produtora e distribuidora de filmes cinematográficos. A Embrafilme foi criada em 12 de setembro de 1969 e extinta em 16 de março de 1990, pelo Programa Nacional de Desestatização (PND) do governo de Fernando Collor de Mello.

foram produzidos e fizeram sucesso entre o público, como, por exemplo, “*Dona flor e seus dois maridos*”²², que atingiu a marca de 10 milhões de espectadores.

Contudo, no início da década de noventa, o então presidente do Brasil, Fernando Collor de Mello, promoveu uma reforma econômica que, simplesmente, dizimou o cinema brasileiro, liquidando com os anos de luta e de conquista dos cineastas. Martins (2009, p. 16) afirma que a era Collor

[...] Foi caracterizada por um retrocesso do setor, desintegração das leis de proteção ao cinema brasileiro e dos mecanismos de controle de distribuição e exibição de filmes, abrindo um generoso espaço de atuação para os grandes estúdios norte-americanos. O Ministério da Cultura – Minc foi rebaixado à condição de secretaria. Diversas produtoras faliram ou migraram para outros setores, especialmente a televisão e o mercado publicitário. Um dos poucos aspectos positivos foi a criação da Lei nº 8.313/1991 (Lei Rouanet), em 1991.

O cinema brasileiro sempre teve que lutar por espaço nas salas de exibição com o cinema estrangeiro, em especial o norte-americano. Mas, depois deste aniquilamento provocado por Collor ao cinema nacional, a situação ficou ainda pior e o filme nacional, quando conseguia ser produzido, ficou sem espaço para sua exibição, cabendo essa função aos festivais de cinema espalhados pelo país e aos projetos alternativos de exibição, geralmente realizados em DVD.

Durante os anos de funcionamento da Embrafilme, o cinema nacional conseguiu atingir a marca de 30% do *market share*, em 1978, que corresponde à parcela de participação do filme brasileiro no mercado cinematográfico nacional. Com o fim da estatal, nunca mais se conseguiu atingir essa marca. (MARSON, 2009, p. 18)

Vários fatores contribuíram para isso. Um deles é que o Brasil não conseguiu acompanhar o desenvolvimento tecnológico dos Estados Unidos, que já na década de setenta produzia filmes como *Star Wars*. Além disso, com o fim da Embrafilme, os donos de salas de cinema não tinham mais a obrigação de cumprir a lei de cota de tela para o cinema nacional. Assim, ficou fácil para Hollywood conseguir conquistar o público brasileiro com seus filmes cheios de efeitos especiais e seu formato comercial. O público brasileiro perdeu o hábito de ouvir a sua língua nas salas de cinema e se acostumou com o modelo de filme estadunidense.

²² Filme brasileiro, do gênero comédia, lançado em 1976 e dirigido por Bruno Barreto. O roteiro, baseado no livro homônimo de Jorge Amado, foi adaptado para o cinema por Bruno Barreto, Eduardo Coutinho e Leopoldo Serran.

Os anos logo após o fim da Embrafilme foram marcados por um grande vazio institucional e pela disseminação da idéia de que os filmes feitos no Brasil seriam de baixa qualidade. Era preciso provar capacidade competitiva com o produto estrangeiro, este sim o “verdadeiro” cinema. “Nem parece filme brasileiro” passou a ser uma frase corrente na saída das sessões de tantos filmes da retomada. (BUTCHER, 2005, p. 32 et seq.)

O cinema brasileiro só voltou a se reerguer com a criação das Leis Rouanet, e da Lei do Audiovisual após o processo de *impeachment* que levou à saída de Collor do governo. Essas medidas possibilitaram aos cineastas o retorno à atividade. Pedro Butcher (2005, p. 19) afirma que

[...]em 1992, uma nova fase da política cultural se iniciou. Na verdade, sua base foi definida ainda na administração Collor, tendo ganhado contornos mais nítidos no governo de Itamar Franco (vice que assumiu a Presidência) e sendo aperfeiçoada nos dois mandatos do sucessor de Itamar, Fernando Henrique Cardoso (1995-98; 1999-2002).

A criação das leis de incentivo à cultura foi de extrema importância para a “retomada” da atividade cinematográfica brasileira durante a década de noventa. É importante esclarecer que o termo “retomada” não se refere a nenhum movimento cinematográfico brasileiro, ele apenas faz referência a um período em que a produção de filmes voltou a ser possível no Brasil. O grande marco da retomada foi o filme “Carlota Joaquina, Princesa do Brazil” (1995), de Carla Camurati por ter sido o primeiro filme, desde o fim da Embrafilme, a ter se reencontrado com o público.

Em pouco tempo, *Carlota Joaquina* começou a lotar os cinemas e a ganhar ampla divulgação espontânea. Donos de cinemas de todo o país requisitaram cópias do filme, o que garantiu sua permanência em cartaz por um tempo prolongado. Em alguns meses, *Carlota Joaquina* havia se tornado o primeiro filme dessa nova fase a vender mais de 1 milhão de ingressos. A partir desse fenômeno, os profissionais de cinema no Brasil perceberam que havia espaço para crescimento e a imprensa começou a se referir à “retomada” da produção nacional. (BUTCHER, 2005, p. 24)

Durante o período da “Retomada” o cinema brasileiro conseguiu grande destaque mundial, tendo filmes indicados em importantes premiações dedicadas ao cinema, no exterior, como o Urso de Ouro, no Festival de Berlim e diversas categorias do Oscar, nos Estados Unidos. “O Quatrilho” (1995), de Fábio Barreto; “Central do Brasil” (1998), de Walter Salles e “Cidade de Deus” (2003), de Fernando Meirelles, são alguns exemplos.

Mas desde o fim da Embrafilme o Brasil ficou sem nenhum órgão que regulamentasse a atividade cinematográfica no país. Então, como forma de sanar

este problema, foi criada no dia 6 de setembro de 2001, através da Medida Provisória 2228, a Agência Nacional de Cinema (Ancine), órgão oficial de fomento, regulação e fiscalização das indústrias cinematográfica e videofonográfica.

De acordo com dados da Ancine, pode-se concluir que, após o estabelecimento da nova política de fomento, baseada nas leis de renúncia fiscal, o número de filmes produzidos teve um aumento relevante, passando de 14 filmes, em 1995, para 75, em 2010, (ver Tabela 1). Porém, segundo afirma João Matta (2010, p. 47), o desempenho de mercado desses filmes não tem crescido de forma correspondente, permanecendo a hegemonia do cinema norte-americano e o histórico problema da ineficiência na distribuição do cinema nacional.

Tabela 1 - Total de filmes nacionais lançados por ano no Brasil (1995 - 2010)

Tabela 1 - Série Histórica - Filmes Nacionais Lançados - 1995-2010

Total de Filmes Lançados por Ano	
Ano de Lançamento	Total de filmes
1995	14
1996	18
1997	21
1998	23
1999	28
2000	23
2001	30
2002	29
2003	30
2004	49
2005	45
2006	72
2007	78
2008	79
2009	84
2010	75
Total	698

Fonte: SALIC, Sistema de Acompanhamento de Distribuição (SADIS) – ANCINE, Filme B, Sedcmrj e Empresas Distribuidoras.

Atualmente o Brasil passa por um período que compreende a tentativa de consolidar a atividade cinematográfica no país. Após obter o incentivo à produção dos filmes por meio do Estado, através das leis de incentivo fiscal, até o momento,

pouca atenção foi dada às atividades de distribuição e de exibição, tornando necessária a tomada de medidas que as recuperem e regularizem. (DA SILVA, 2010, p. 14)

1

2

3 O CINEMA DIGITAL

Ao longo de sua história o cinema apresentou diversos avanços tecnológicos que priorizavam o melhor entendimento por parte do público ao objeto apresentado. Tais avanços causaram furor em suas apresentações. O som, as câmeras e os efeitos especiais se constituíram como elementos agregadores de conteúdo que expandiam a experiência de se viver e fazer cinema.

Mas o caminho percorrido para chegar ao cinema digital foi longo. Durante mais de um século, utilizou-se a película fotográfica como principal captador de imagens, pois muitos cineastas resistem à tecnologia digital por acharem que ela não substituíria a contento a película em termos de qualidade de imagem.

Graças ao desenvolvimento de novas tecnologias houve significativa melhora na qualidade dos filmes e o próprio fazer cinematográfico também evoluiu. No entanto, algumas dessas tecnologias foram questionadas quanto à sua necessidade, sendo incorporadas apenas depois que alguns cineastas decidiram experimentá-las. Tais experimentações permitiram a criação da linguagem cinematográfica²³ e esta foi evoluindo ao longo do tempo, permitindo que os filmes progredissem do “cinema de atrações”²⁴ para o “cinema moderno”²⁵ atual.

O desenvolvimento de novas lentes fez surgir os vários planos, usados para dar ênfase às cenas. Com o uso de *travellings*²⁶, *dollys*²⁷, *steadcams*²⁸ e *gruas*²⁹, a câmera pode ser locomovida com facilidade, permitindo cenas mais elaboradas e complexas. A inclusão do som foi muito questionada no início; tão questionada

²³ A expressão *linguagem cinematográfica* foi usada pela primeira vez em 1927 por Ricciotto Canudo e Louis Delluc para criar um conceito que levasse à reflexão sobre as maneiras utilizadas pelo cinema para tornar-se apto a contar histórias, através de uma linguagem universal.

²⁴ Primeira fase do cinema, caracterizada pela documentação de situações comuns do dia a dia, como a saída de operários de uma fábrica e a chegada de um trem à estação. Nesta fase os filmes eram curtíssimos e não apresentavam uma evolução narrativa.

²⁵ Tem início nos anos 50 com a explosão da Nouvelle Vague francesa que traz filmes com temas mais livres e renovam a linguagem cinematográfica clássica dando mais liberdade aos diretores na produção de seus filmes sem se prender às estéticas usadas até aquele momento.

²⁶ Suporte móvel que permite o movimento de câmera num eixo horizontal e paralelo ao objeto filmado. Este movimento pode ser lateral ou frontal (se aproximando ou afastando do objeto filmado).

²⁷ Veículo que transporta a câmara e o operador, para facilitar a movimentação durante as tomadas.

²⁸ Equipamento que serve para estabilizar as imagens produzidas, dando a impressão de que a câmera flutua. Consiste em um sistema onde a câmera é acoplada ao corpo do operador através de um colete.

²⁹ Consiste em um sistema de guindaste onde a câmera é instalada em uma extremidade e na outra é inserido um peso que serve para equilibrar a câmera, criando-se um sistema de gangorra. Equipamento utilizado para elevação e movimentação da câmera.

quanto a utilização do *cinematógrafo* para se exibir imagens de coisas que podiam ser vistas melhor com nossos próprios olhos. Mas a inclusão do som enriqueceu bastante os filmes. Graças a ele existem filmes com diálogos riquíssimos e filmes baseados apenas no diálogo de personagens. O uso do som passou a exigir muito mais dos roteiristas, atores e diretores, pois estes precisavam saber o que era realmente essencial nos diálogos e o que ficaria mais bem explicado apenas com as imagens.

Com o Cinema Digital não seria diferente. Ele não passaria despercebido, sem causar uma ampla e enriquecedora discussão entre os profissionais do cinema. São esses debates que tornam enriquecedor o acréscimo de inovações e sua utilização melhor aplicada.

3.1 Cinema, vídeo e cinema digital.

Desde o surgimento do cinema ficcional com o uso de efeitos especiais por Melière, novos equipamentos e outras tecnologias foram agregadas à atividade filmográfica, tornando os filmes mais ricos em detalhes e agilizando algumas etapas do processo, como a edição em computador, no lugar da montagem manual em *moviola*³⁰.

Mas antes de se chegar à edição em computador, o cinema enfrentou muitas dificuldades para se manter em atividade. As pesquisas e invenções evoluíram tanto que começaram a surgir outras formas de entretenimento, as quais deram mais opções para o lazer dentro de casa. Videogame, televisão, TV por assinatura, antenas parabólicas, videocassete e, até mesmo, o aumento da violência urbana fizeram com que as pessoas saíssem menos de casa para ir ao cinema. Além disso, os valores do ingresso também aumentaram, levando ao afastamento de parte da população com menor poder aquisitivo. A partir de então, os cineastas iniciaram um processo de repensar a atividade cinematográfica e inserir novos “conceitos” em seus filmes. Isso foi possível com o surgimento do vídeo, nos anos sessenta.

³⁰ É uma marca de equipamento de montagem cinematográfica que se tornou sinônimo de mesa de montagem. É constituído de dois rolos (um de entrada e um de saída), uma manivela para movimentá-los, uma série de engrenagens por onde passa o filme e um visor, que permite ao montador ver o filme em movimento para selecionar, cortar e colar pedaços de filme.

Antes do vídeo se relacionar com o cinema, ele tinha como principal objetivo destruir a televisão através da denúncia de seu dispositivo. Somente em meados dos anos setenta é que os cineastas começam a perceber os potenciais do vídeo para produzir filmes experimentais. A partir daí, eles começam a incorporar o vídeo em seus filmes, o que foi facilitado pela criação da filmadora *Sony Portapak*, mais portátil e financeiramente mais acessível que as câmeras *Super-8*.

Os anos 70 são particularmente interessantes por desenharem um trajeto ao mesmo tempo coerente (finalizado) e completo (acabado) nas relações que o cinema quis entreter com a imagem e o dispositivo eletrônicos. História de uma descoberta, de algumas experiências sempre singulares, de sonhos utópicos e, no final das contas, de uma decepção geral. (DUBOIS, 2004, p. 121)

Alguns cineastas, a exemplo de Andy Warhol e Jean-Luc Godard³¹, aventuraram-se na hibridização entre vídeo e cinema, e ficaram famosos com isso. Andy Warhol fez mais de 60 filmes entre 1963 e 1968, alguns deles se tornaram clássicos do *underground*³²: *Sleep* (Dormir), de 1963, onde o ator John Giorno aparece dormindo durante seis horas diante de uma câmera. Warhol traduziu para as telas as técnicas cinematográficas de edição, repetição de fotogramas e tensão estrutural. (RUSH, 2006, p. 23).

Em "*Numero deux*", Godard faz uma tentativa de hibridizar o cinema e o vídeo. Neste filme, ele mostra as coisas através de várias telas de vídeo refilmadas, que são literalmente embutidas, incrustadas no quadro negro da imagem de cinema (DUBOIS, 2004, p. 125). Em "*Acossado*", um dos primeiros da *Nouvelle Vague*³³, ele filmou com a câmera na mão e adotou inovações narrativas, rompendo uma regra até então inviolável.

Depois das experiências citadas, a tendência era o uso do vídeo no cinema se tornar algo natural. Os cineastas dos anos oitenta se habituaram a utilizar certas técnicas de vídeo no processo de produção de seus filmes. Nas décadas seguintes, isso se tornou parte essencial do processo, como os *castings*³⁴ em vídeos. Há

³¹ Cineasta franco-suíço, vanguardista e polêmico. Um dos principais nomes da "Nouvelle Vague". Usava como temas, de modo quase sempre provocador, os dilemas e perplexidades do século XX. Godard questionou várias vezes, em seus mais de 70 filmes e vídeos longa-metragem, a natureza do cinema.

³² O termo Underground é usado para designar um ambiente cultural que está fora da mídia e que foge aos padrões comerciais, dos modismos.

³³ Movimento que pretendia renovar a cinematografia francesa e reabilitar o filme dito de autor através da revalorização da direção.

³⁴ Testes com atores e atrizes para atribuir os personagens.

também o uso do *videoassist*³⁵, as filmagens em vídeo das prováveis locações e os diversos tipos de conversão (*transfer*) entre o suporte película e a banda magnética. Todas essas experiências e usos do vídeo contribuíram para o surgimento do que hoje é chamado de cinema digital.

A chegada do cinema digital é considerada o maior acontecimento da história do cinema desde o advento do som, pois se apresenta como a oportunidade mais real de democratização do cinema em sua arte e concepção. Na sua arte, novas formas de ver as imagens se materializam aos olhos do público. E, nessa perspectiva, promoveria um melhor ganho de tempo e custos na sua produção, viabilizando o fazer cinema para as produtoras independentes e novos diretores, impedidos muitas vezes de realizar projetos financeiramente dispendiosos.

O termo “*cinema digital*” é utilizado para definir os processos de produção de filmes que utilizam equipamentos digitais durante, pelo menos, uma de suas fases de produção, desde a captação de imagens até a finalização. Ou seja, o termo acaba englobando todos os filmes atuais, uma vez que a edição atual é toda feita em ilhas digitais. Conforme destaca Penafria (2007, p. 01):

A expressão “cinema digital” é usada para designar os filmes que utilizam as novas tecnologias, trate-se quer de filmes realizados no suporte tradicional, a película, e que usam recursos digitais na pós-produção; quer de filmes que usam aparelhos digitais na captação de imagens e sons; quer, ainda, de filmes que utilizam a computação gráfica em todas as suas etapas de concepção. À partida, e pela diversidade de aspectos a que se refere, essa expressão sugere que o cinema mudou e que essa mudança se deve, sobretudo, ao suporte.

Tecnologias digitais são usadas no cinema para se fazer a captação, edição e mixagem, porém, a exibição continua sendo prioritariamente em película. As imagens captadas em formato digital, após terem sido editadas, precisam passar por um processo denominado quinescopagem³⁶, quando se fazem as cópias em película, pois, além de serem poucas as salas que proporcionam a exibição digital, ainda não se chegou a um consenso sobre qual a melhor tecnologia a ser usada para este tipo de exibição. É preciso que haja uma padronização de equipamentos para facilitar a reprodução de cópias e a circulação dos filmes.

³⁵ Pequeno monitor de TV acoplado à câmera. É usado para ver as imagens que serão captadas pela câmera de cinema.

³⁶ Transferência das imagens do digital para película cinematográfica. Este processo é realizado em laboratórios específicos e costumam ter um custo bastante elevado.

Os estúdios norte-americanos sofriam de dois grandes temores: a não padronização dos sistemas de projeção, que criaria grandes dificuldades na circulação dos filmes, e a entrada de novos fornecedores tecnológicos, como as empresas voltadas à informática (mais precisamente, a MICROSOFT, que criara uma supremacia em diversas atividades mediante práticas predatórias) e, ainda, das empresas de comunicações, como aquelas voltadas à telefonia ou aos serviços de transmissão de dados. Pouco afeitas às regras da indústria cinematográfica, essas empresas eram agressivas em aspectos bastante sedimentados das relações entre as três partes da economia do setor: produção, distribuição e exibição. (LUCA, 2009, p. 65 e 66)

Conforme a afirmação de Luca fica claro o medo de Hollywood em perder seu mercado com a falta de padronização da projeção. Além disso, eles não têm nenhum interesse em ter a Microsoft como fornecedora tecnológica. Tendo em vista essas questões, foi criado o DCI (*Digital Cinema Initiatives*) como forma de dar uma referência às fabricantes de equipamentos.

Mas o que poucos sabem é que, antes da padronização sugerida pelas *majors*, houve outras tentativas de exibição digital. Algumas empresas criaram aparelhos que permitiam a exibição de filmes no formato digital, com uma qualidade boa. Uma dessas empresas foi a brasileira *Rain Network*, responsável pela criação do *Kinocast*.

3.2 O modelo DCI e o poder das *majors*

Já há algum tempo que o cinema utiliza equipamento digital em sua produção. Porém, os setores da distribuição e exibição demoraram a sentir o impacto dessa tecnologia. Ainda é raro se falar em distribuição de conteúdo digital, pois são poucas as empresas que trabalham com este tipo de serviço, visto que a maioria das salas de cinema ainda faz uso de projetores 35mm para exibir filmes. Isto porque a indústria cinematográfica ainda não chegou a um consenso sobre qual o melhor equipamento para exibir filmes em formato digital.

Segundo Luca (2009), as primeiras experiências com exibição digital em salas de cinema datam do ano 2000, com o lançamento do filme "*Fantasia 2000*", dos estúdios Disney. O filme foi uma homenagem aos sessenta anos do clássico

“*Fantasia*”, que deu origem ao sistema *Fantasound*³⁷, precursor dos sistemas surround.

A Disney pretendia causar um impacto tão forte quanto o seu antecessor. Para isso, era necessária a criação de uma tecnologia que fosse tão importante e impactante quanto o *Fantasound*. Foi então que o estúdio firmou contrato com a *Texas Instrument*, para fornecimento de aparelhos DLP CINEMA, e com a QUVIS, fabricante de provedores digitais, com o modelo QuBit, operando no sistema de compressão MPEG-2, para serem instalados em cerca de 100 salas nos EUA e 50 em outros países do mundo. (LUCA, 2009, p. 100). A Disney bancou 50% dos custos e o restante ficou por conta dos exibidores.

Apesar do fracasso do filme, a tecnologia desenvolvida e utilizada para sua exibição foi reconhecida como uma projeção capaz de substituir aquelas realizadas com película 35 milímetros.

Em abril de 2002, com o intuito de criar parâmetros para o que viria a ser o futuro cinema digital, as sete grandes *majors* norte-americanas se juntaram para formar uma comissão, o DCI (*Digital Cinema Initiative*). A comissão seria responsável por tomar medidas que permitissem a tão falada padronização da projeção e diminuir as especulações através da criação de condições para a transição tecnológica. No dia 20 de julho de 2005, os membros desta comissão divulgaram um documento denominado “*Digital Cinema System Specification*”³⁸ com as especificações do padrão estabelecidas por eles. Esse documento sofreu várias alterações e somente em março de 2008 foi apresentada a versão definitiva.

3.3 Rain Networks, Circuito Digital e Moviemobz: democratização na exibição.

No mesmo ano do lançamento de “*Fantasia 2000*”, dos estúdios Disney, a *Teleimage* (pertencente ao Grupo Casablanca) reproduziu no Brasil a mesma configuração utilizada nas instalações feitas para o lançamento deste filme. Duas

³⁷ Sistema de som, desenvolvido entre 1938 e 1940, por William E. Garity e John N. A. Hawkins. Consistia em três canais de áudio e um de controle, cuja função era comandar os níveis dos outros três. Graças a este quarto canal, três canais extras eram simulados. Os falantes correspondentes a estes seis canais eram dispostos por trás da tela, nas laterais e fundo da platéia, para simular uma movimentação sonora condizente com a imagem projetada.

³⁸ Disponível em <http://www.dcinovies.com/>

salas foram equipadas com os projetores *Christie*, modelo DCP – I, e o servidor EVS, para exibição de filmes no padrão MPEG-2.

Durante mais de dois anos os cinemas da UCI e algumas salas do Grupo Severiano Ribeiro exibiram filmes nacionais e dos estúdios norte-americanos, através de matrizes produzidas pela *Teleimage*. As salas com os projetores digitais tinham uma frequência média quase 35% superior quando o mesmo filme era projetado em outras salas do mesmo multiplex. Porém, após a criação do DCI, o fornecimento de filmes de selos internacionais foi diminuindo, ficando a exibição da *Teleimage* restrita aos filmes nacionais.

Foi nesse contexto que surgiu o sistema de projeção digital da *Rain Networks*³⁹, empresa ligada aos estúdios MEGA, concorrente da *Teleimage*. No ano de 2002, a *Rain Networks* divulgou no Festival do Rio de Janeiro a plataforma criada por eles para projeção digital, a qual utiliza um software de fabricação própria, denominado *Kinocast* (ver Figura 3). Este software utiliza como fonte principal o programa *Windows Media Player 9*, da *Microsoft*, e o formato de compressão MPEG-4.

O sistema de projeção digital desenvolvido pela *Rain Networks* é composto pelo *Kinocast Web*, que possibilita gerenciar a mídia e a programação, e pelo *Kinocast Player*, instalado nas salas de cinema para receber o sinal transmitido pelo *Kinocast Web*, permitindo a exibição do conteúdo digital e a criação de relatórios das exibições.



Figura 3: Kinocast – equipamento para salas digitais: em cima está o projetor, embaixo o servidor e um notebook mostrando a interface do software de gerenciamento de arquivos.

³⁹ Criada em 2002, a Rain Network trabalha com 149 salas de cinema no Brasil que possuem projetores digitais. Além de outras 32 salas nos Estados Unidos e uma operação na Inglaterra.

Para o desenvolvimento deste sistema, a *Rain* precisou fazer parcerias com a empresa japonesa Panasonic e a norueguesa *Projection Design*, ambas fabricantes de projetores de alta definição. Foi assim que eles conseguiram desenvolver projetores 75% mais baratos do que os utilizados pela sua concorrente *Teleimage*.

A ideia da *Rain* era se tornar uma alternativa aos caros e sofisticados sistemas de projeção digital, que estavam sendo apresentados nos EUA e na Europa, e, assim, expandir o mercado exibidor brasileiro, tão carente de salas de cinema. O modelo apresentado por eles foi bem aceito no Brasil. É o que afirma Luca:

Como o Brasil é carente em números de salas, o sistema foi bem aceito: tinha uma boa qualidade técnica e se propunha ser adotado por um grande número de exibidores gerando a redução de seus custos. Contava-se com a adesão dos grandes estúdios a esta proposição que resultaria numa expansão econômica do mercado exibidor brasileiro, à época, com 1.817 telas. O sistema RAIN NETWORKS representava um serviço propenso a expandir o circuito exibidor brasileiro. (DE LUCA, 2009, p. 103)

O modelo da *Rain* parecia se encaixar perfeitamente à realidade do mercado brasileiro, podendo contribuir para a expansão do mercado exibidor devido à junção de dois pontos primordiais: boa qualidade técnica e baixo custo.

Porém, a parceria com a *Microsoft* afastou a possibilidade de trabalhar com os filmes das *majors*, pois elas pretendiam manter a empresa de Bill Gates o mais longe possível do mercado cinematográfico. Foi então que a *Rain* se viu obrigada a direcionar seus trabalhos aos “filmes de arte” e às produções nacionais.

O objetivo deles passou a ser a “democratização do acesso”, através da distribuição de filmes de produção independente e de conteúdos alternativos. Sua viabilização econômica se baseia na veiculação publicitária nas telas dos cinemas e em monitores instalados nos *foyers*, responsáveis pela quase totalidade do faturamento da empresa, bancando diretamente o financiamento da cara operação de digitalização e projeção dos filmes de longa-metragem. (DE LUCA, 2009, p. 104)

Para atender ao mercado publicitário foi instalada uma extensa rede de comunicações e transmissões de sinais por satélite e projetores nas salas de cinema que aderiram ao sistema. Esses projetores são monitorados a distância por uma central de operações instalada em São Paulo (ver Figura 4). Com isso, eles quebraram a política de exibição publicitária, que vigorou por muitos anos, ao

possibilitarem aos anunciantes fazer uma veiculação apenas nas sessões desejadas por eles, pois bastaria uma autorização com poucas horas de antecedência. Isso só se tornou possível porque a entrega do material é feita por transmissões a distância, dispensando toda a logística de distribuição de material até as salas de cinema.



Figura 4: Sala de controle da Rain, onde os operadores monitoram todas as salas ligadas à rede e de onde são enviados os filmes.

A implantação desse sistema tornou possível a exibição de um mesmo filme em várias salas, localizadas em cidades diferentes, sem a necessidade de várias cópias. Com o uso de uma única cópia digital, o filme é rodado na sede da empresa, em São Paulo, e transmitido via satélite para os aparelhos instalados nessas salas, o *Kinocast Player*.

Para a exibição de “filmes de arte” no Brasil, eram necessárias até seis cópias em 35 milímetros, sendo que nossa legislação autoriza que elas sejam feitas no exterior e importadas pelas distribuidoras brasileiras. Isso encarece os custos para esse tipo de lançamento devido aos altos valores cobrados pelos laboratórios estrangeiros, em especial os europeus, cuja tabela de preços de serviços pune a reprodução em baixa escala. Mas, por se tratar de filmes com um público limitado, torna-se um benefício para as produtoras estrangeiras. Portanto, os primeiros cinemas a aderirem ao sistema da *Rain* foram aqueles que seriam beneficiados pela maior disponibilidade de “filmes de arte”, pois estes passariam a ter um custo menor.

Com a utilização do sistema da *Rain*, a negociação dos filmes para exibição precisou ser alterada. Os distribuidores independentes de filmes estrangeiros adotaram um regime que prevê o pagamento da exibição de seus filmes conforme o número de sessões efetivas, ou seja, a tabela de preços dos serviços de exibição varia conforme o número de sessões contratadas, sendo 100 o número mínimo (ver Tabela 2). Estabelece-se, também, um limite de cobrança do número de sessões, que é calculado pelo número máximo de salas simultâneas durante toda a carreira do filme. Esse regime incentiva a contratação de um número maior de sessões.

Tabela 2 – Preços cobrados pela Rain Network conforme o número de sessões contratadas.

NÚMERO DE SESSÕES		VALOR POR SESSÃO
DA	ATÉ	
01	100	R\$ 22,00
101	600	R\$ 18,00
601	1.200	R\$ 15,00

Fonte: (GOULART, 2010, p. 28)

Com a possibilidade de uma diminuição dos custos com cópias e o consequente aumento nos lucros, os cinemas do circuito *Espaço Unibanco*, *Arteplex* e *Grupo Estação* não tardaram a instalar o *Kinocast* em suas salas, sendo os primeiros a utilizar as projeções digitais da *Rain*, tanto no que se refere à publicidade quanto à exibição de filmes longa-metragem.

Em seguida foram os exibidores de médio e grande porte, localizados na periferia das capitais e em cidades médias, que aderiram ao sistema da *Rain* para participar dos grandes lançamentos de filmes nacionais. Os produtores destes filmes não tinham cópias suficientes e preferiam fazer o lançamento simultâneo em salas de maior rentabilidade, deixando de fora estas salas.

Com a implantação do *Kinocast* nessas salas, os filmes nacionais puderam ser lançados simultaneamente nas salas dos grandes centros. Além disso, esses exibidores puderam antecipar a chegada de filmes, que, devido ao baixo número de

cópias, demoravam meses para chegar e passaram a lançar concomitantemente os “filmes de arte” nas localidades que tinham público.

Logo, os produtores brasileiros também perceberam que o *Sistema Rain* de transmissão dos sinais representava a possibilidade de redução de custos na produção e distribuição de cópias de filmes, além de permitir um alcance maior de público.

Outro aspecto que deve ser ressaltado é que, além da *Rain Network*, outra empresa responsável por trazer o modelo de exibição digital para o país foi a *Circuito Digital*, que juntamente com a primeira conta com algo em torno de 250 salas equipadas com a tecnologia.

Ambas trabalham com sistema similar de envio de arquivos digitais, via satélite ou banda larga, o que permite a flexibilidade na troca da programação das propagandas nos cinemas. A *Circuito Digital* produz ainda projetos especiais, como o resultante de uma parceria com o IG para veiculação do jornal eletrônico *Ultimo segundo* em uma centena de salas do Grupo Severiano Ribeiro. (RUY, 2008)

A exibição digital da *Rain* e da *Circuito Digital* permitiu a criação do “*sistema on demand*” em que os espectadores podem escolher, entre filmes inéditos, raros ou clássicos, qual será exibido. A empresa *MovieMobz*⁴⁰ é a precursora deste tipo de distribuição no Brasil. Ela desenvolveu um site no modelo de uma “rede social” onde as pessoas fazem seu perfil e votam nos filmes de seu interesse. Os mais votados têm seus ingressos colocados à venda no próprio site. Dependendo da quantidade de ingressos vendidos, a empresa negocia com os cinemas locais a exibição destes.

Tal fator permite que os exibidores programem suas salas de acordo com a demanda de seus consumidores, melhorando a taxa de ocupação, o aumento da receita e a fidelidade do público. A *MovieMobz* adquiriu os filmes em película e trabalhou em parceria com a *Rain*, que ficou responsável em transformá-los em arquivo digital para posterior exibição dos títulos nas salas digitais.

Através da união com a *Circuito Digital* a *MovieMobz* inovou a utilização das salas de cinema digitais oferecendo diferentes tipos de exibição como transmissões ao vivo de eventos, shows, filmes 3D, filmes sob demanda em sessões especiais, mídia e até games.

⁴⁰ <http://www.mobz.com.br/>

1

2

3

4 CINEMA DIGITAL E DEMOCRACIA DA PRODUÇÃO NA SÉTIMA ARTE

Desde seus primórdios, o mercado cinematográfico brasileiro tenta se firmar como uma atividade industrial e economicamente rentável. Porém, sempre foi marcado por momentos de euforia e crise, que culminaram na quase estagnação da produção.

Assim que Hollywood se consagrou como a maior indústria cinematográfica do mundo, as demais cinematografias têm tido dificuldades em colocar seus filmes nas salas de exibição nos próprios territórios de origem, o que diminui o retorno financeiro para a continuidade da produção.

No Brasil, por exemplo, nos últimos cinco anos houve um número razoável de produções. Em 2010, foram produzidos 75 filmes (ver Tabela 1, na p. 28), segundo dados da ANCINE, mas poucos chegaram ao público. A culpa não é apenas da concorrência com os *blockbusters* americanos, mas da própria dinâmica do mercado que exige altos investimentos, principalmente no que diz respeito à distribuição.

Para um filme chegar às salas de exibição, é necessário mais que ser produzido. O passo seguinte é bastante complexo e requer, além da contratação de uma boa distribuidora, com profissionais qualificados em comercialização cinematográfica, a produção de várias cópias em película 35 milímetros, bitola da grande maioria das salas de exibição. Essa etapa exige alto investimento financeiro, visto que os gastos para fazer as cópias e pagar a distribuidora responsável pela comercialização do filme são altíssimos.

Assim, a circulação do filme cinematográfico depende da montagem do negativo, da confecção das cópias e da sua distribuição física às salas de exibição. No caso de um longa-metragem, cada cópia consiste num conjunto de dez ou mais rolos de filmes, com duração média de 20 minutos cada, que deve ser transportado até as salas de exibição. (SILVA, 2009, p. 56)

Mesmo as produtoras independentes, que conseguem ter seus filmes exibidos no circuito comercial, não têm nenhuma garantia de retorno financeiro, pois é necessário que um número suficiente de espectadores vá ao cinema e se interesse por seu filme. Para isso, elas precisam ter um filme atraente

comercialmente e uma boa campanha de marketing que estimule o espectador a sair de sua casa e ir a uma das salas onde o filme está sendo exibido.

Parece muito simples, mas para cineastas e produtores independentes, que produzem filmes com preocupação mais artística que comercial, e em um país dominado por grandes redes americanas de salas de exibição, cujos cinemas estão localizados nas grandes capitais e centros urbanos, e a maioria da população não têm acesso a eles, não é tarefa fácil.

O Brasil possui 2.206 salas de cinema, distribuídas em apenas 8,7% dos municípios (Ministério da Cultura, 2010)⁴¹. Nos 91,3 restantes, a população depende exclusivamente de cineclubes, festivais e de projetos de exibição alternativa (quando estas opções existem) para ter acesso às produções cinematográficas nacionais e/ou estrangeiras. A distribuição dessas salas também é desigual (ver Mapa 1), com a maioria delas concentrada na região Sudeste. Através do mapa abaixo, pode-se observar que São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais concentram o maior número de cinemas no país.

Salas de Exibição no País - 2010



Fonte: IBGE 2010; Sistema de Registro - ANCINE; SICOA e levantamento próprio.

Mapa 1: Distribuição das salas de exibição no Brasil em 2010. A maioria das salas está concentrada nos Estados do Rio de Janeiro, São Paulo e Minas Gerais.

⁴¹ Cultura em números: anuário de estatísticas culturais - 2ª edição, Brasília: MinC, 2010. p. 44.

Por causa desta realidade, mesmo nas capitais e grandes metrópoles, que possuem um vasto número de salas de cinema, muitos cineastas brasileiros não conseguem ter seus filmes exibidos. Um dos motivos é o fato da exibição ainda ser feita em película na maioria das salas, excluindo os filmes captados em formato digital, geralmente produzidos de forma independente e sem capital para produzir cópias em 35 milímetros. Com isso, o entrave à produção cinematográfica digital se instala no cenário brasileiro, pois não basta produzir, é necessário que o filme chegue ao público.

Atualmente, graças às tecnologias digitais, muitos cineastas, principalmente os estreantes, caso de Matheus Souza, conseguem produzir seus filmes de forma independente e com poucos recursos financeiros. No entanto, filmes desse tipo têm sua exibição restrita aos festivais e às formas alternativas de apresentação, pois não possuem capital para custear os gastos com os laboratórios, que fazem as cópias em película, e com as distribuidoras, responsáveis pela comercialização com os exibidores.

Nas grandes redes de cinema, a exemplo do *Cinemark*, são priorizados os *blockbusters*, tanto hollywoodianos quanto brasileiros, pois são filmes de forte apelo comercial, que atraem um número bem maior de espectadores, o que lhes garante retorno rápido de investimento.

Uma das causas desses cinemas darem preferência a esses filmes é que as empresas de exibição, diferente das produtoras, não recebem investimento do governo para que se mantenham no mercado. Elas necessitam de um número grande de pagantes para que possam custear todas as suas despesas. E atrair público em uma era dominada pela violência urbana, levando as pessoas a optarem por ficar em casa vendo DVD, televisão, jogando videogame ou vendo TV por assinatura, é bastante complicado. Acrescenta-se a isso os gastos com estacionamento (ou transporte público), pipoca e refrigerante, e os altos preços dos ingressos, que a tarefa se torna ainda mais complicada.

Com tantos aspectos dificultadores e altos custos, parece ser difícil para um cineasta iniciante produzir um filme e vê-lo exibido nas salas de cinema. Mas, com os recursos advindos da evolução tecnológica e o surgimento de equipamentos digitais, qualquer pessoa que possua equipamentos básicos de filmagem e um programa de edição em seu computador pessoal pode fazer um filme. Estas

produções não necessitam de toda essa lógica de distribuição e comercialização para chegar ao público, pois existem festivais específicos para filmes produzidos via celular, máquina fotográfica ou webcam, inclusive festivais on line: *Fluxus*, *Olympikus.mov*, *Claro Curtas* etc.

Assim, se até bem pouco tempo o cinema era realizado somente por uma elite por meio da possibilidade de uma quantia considerável de recursos financeiros, considerando os altos custos de equipamento, equipe técnica e processos de finalização, hoje qualquer indivíduo pode se autointitular realizador: basta ter uma câmera ou outro instrumento de captação de imagens para fazê-lo, considerando a internet como um meio alternativo e eficaz para promover a circulação deste conteúdo. (NUDELINA & PFEIFFER, 2010, p. 108)

São esses os avanços que permitem a cineastas estreantes, como o Matheus Souza, produzirem seus filmes e entrarem no mercado com a possibilidade de ter seus produtos exibidos em festivais do mundo inteiro. Segundo Matheus⁴² foram os recursos digitais que possibilitaram a produção de “Apenas o fim”, pois ele não tinha condições de produzir um filme em película. O digital deu ao diretor a oportunidade de experimentar tudo o que queria, além da praticidade de filmar tudo em duas semanas e editar com o computador na casa de um amigo.

Outro ponto interessante a ser destacado é que mesmo com a nova possibilidade de barateamento dos custos de produção, proporcionada pela tecnologia digital, sua exibição nesse formato ainda não proporcionava uma porcentagem de desconto atrativa para os distribuidores. Assim, o número de cópias por lançamento de filme ainda seria um dos principais motivos do sucesso ou fracasso da carreira comercial de um filme nas salas de cinema. (DA SILVA, 2010, p. 18)

Diferente do que aconteceu com a implementação do som, da cor e da exibição em 3D, a projeção digital não traz nenhuma novidade na experiência cinematográfica. Apesar de possibilitar uma variedade maior de filmes para exibição, a projeção digital não garante ao exibidor um aumento de público, nem de faturamento. Este se torna um dos principais motivos para a resistência dos exibidores em trocar os projetores 35 milímetros pelos caros equipamentos de projeção digital. Outro motivo é que as instituições envolvidas na transição digital ainda não chegaram a um consenso quanto ao melhor equipamento para tal projeção.

⁴² Respostas de Matheus Souza a questionário enviado a ele e que se encontra em anexo.

Mas é relevante pensar que a exibição digital permite vida mais longa às obras cinematográficas, pois não causa o mesmo desgaste nas mídias que os projetores analógicos causam nas películas. Os filmes 35 milímetros estão sujeitos à deterioração, tanto pelo desgaste do processo mecânico para a confecção das cópias, quanto pela ação do tempo e das condições de armazenamento. Portanto, são necessários critérios rigorosos de conservação para preservar tais obras e de grandes espaços físicos que comportem as latas onde são armazenados.

As tecnologias digitais no cinema também possibilitam o resgate de obras já deterioradas pelo tempo, permitindo que sejam exibidas novamente. É o que afirma João Guilherme (SILVA, 2009, p. 58)

Igualmente importante é a contribuição das tecnologias digitais no resgate do patrimônio audiovisual da humanidade, ao possibilitar a restauração de obras ameaçadas de comprometimento pela existência em suportes fotoquímicos deteriorados e perspectiva de maior durabilidade e permanência. Ao mesmo tempo, proporcionam uma redução significativa dos espaços necessários ao arquivamento.

A MovieMobz é um bom exemplo deste trabalho de resgate de obras e exibição de clássicos em formato digital.

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

5. “APENAS O FIM”

Produção realizada com recursos próprios, sem nenhum patrocínio ou dinheiro público advindo de leis de incentivo à cultura, “Apenas o fim”, do cineasta estreante Matheus Souza⁴³, é um filme universitário de baixo orçamento, totalmente filmado em formato HD (*High Definition*) digital. Segundo entrevista à Camilla Passetti⁴⁴, o diretor afirma que o filme “era pra ter sido apenas um experimento [...], o clássico ‘aprender-fazendo’” (SOUZA, 2009), ou seja, sem nenhuma preocupação comercial.

Escrito e dirigido pelo próprio cineasta, o filme narra o fim do relacionamento entre um jovem universitário, Antonio (Tom), e sua namorada, Adriana. Decidida a ir embora para recomeçar a vida em outro lugar, Adriana, convence Tom, a passar ao seu lado a próxima hora juntos antes de sua partida. Enquanto a hora passa, ambos imaginam o futuro, questionando como serão suas vidas daqui para frente. Durante a caminhada permeada por diálogos que apresentam uma série de medos e questões típicas da geração anos 90 da qual fazem parte, o casal relembra momentos marcantes do passado vivido por eles.

Em “Apenas o Fim”, os personagens conversam o tempo todo, lembrando o relacionamento que tem hora para acabar e, embora rumando para um triste desenlace, é tratado com dignidade. “Com humor refinado, tendo como bússola o estilo de Domingos de Oliveira⁴⁵, *Apenas o fim* resvala na antecipação da turbulência da meia-idade, impondo ao casal protagonista ‘uma crise de um quarto de idade’”. (DAEHN, 2009)

Na execução de *Apenas o fim*, o diretor assume nítidas influências de Richard Linklater (de *Antes do amanhecer* e *Antes do pôr do sol*) e de Kevin Smith (*O Balconista*), isso além de abertamente explorar Woody Allen, de um plano alegórico que remete a Federico Fellini, do compromisso com a simplicidade, que esbarra em Roberto Rossellini e dos “planos simétricos abertos”, que reclamam a assinatura de Wes Anderson. (DAEHN, 2009)

⁴³ Cineasta brasileiro. Nasceu em Brasília e aos sete anos de idade se mudou com a família para o Rio de Janeiro.

⁴⁴ Disponível na seção “Entrevistas” do site Bradesco Universitário: <http://www.bradescouniversitario.com.br/>

⁴⁵ Ator, dramaturgo e cineasta brasileiro. Nasceu em 1936 e começou no cinema como assistente de direção. Diretor de “*Todas as mulheres do mundo*” (1966), filme que ajudou a tornar Leila Diniz um mito nacional. (Filme B)

5.1 A produção do filme

Pensando nas limitações que teria para as filmagens, como o baixo orçamento para aluguel de equipamentos, transporte e contratação da equipe, Matheus Souza escreveu um roteiro simples, possível de ser filmado e por isso centrado nos diálogos dos protagonistas.

Eu já estava fazendo algo pretensioso, um longa aos 20 anos de idade. Sabendo disso, resolvi falar de um assunto que sei falar: do universo da minha vida, meus relacionamentos, conversas com amigos. Com base nisso, criei o roteiro. Nunca passei por um término como o do filme, mas claro que já passei por um término. (SOUZA, 2009)

Matheus começou a escrever o roteiro quando ainda estava no 3º período do curso de cinema da PUC, no Rio de Janeiro, e só o concluiu em 2008, quando estava no 5º período. Nesse mesmo ano começou a buscar ajuda para tirar o filme do papel e transformá-lo em seu primeiro longa-metragem e o primeiro de sua carreira. Tratando-se de um filme universitário, alguns professores o ajudaram na revisão e aprovação do roteiro.

Para dar vida ao texto, o cineasta reuniu alguns amigos do curso de cinema da PUC e do “Tablado”, onde estudava teatro. A seleção, assim como aconteceu com o roteiro, foi feita com a ajuda de alguns de seus professores. Ao todo, foram selecionados 25 alunos para fazer parte da equipe que lhe ajudaria a produzir o filme.

O espírito do filme era produzi-lo por acreditar que valia a pena. Nenhum dos alunos envolvidos na produção trabalhou por dinheiro, mas para aprender a produzir um longa-metragem através da prática que ele permitira. Sobre isso, Matheus (SOUZA, 2009) afirma:

Nós dividíamos tudo. Cada dia, um pagava o pão na chapa. Mas acho que o pessoal acreditou muito no projeto e no roteiro, que podia dar certo. Nós filmamos nas férias com uma galera que podia ter ido para Búzios, mas preferiu ficar para fazer o que mais gostariam, um longa-metragem. Todo mundo ali é apaixonado por cinema e queria muito fazer isso.

Selecionada a equipe, iniciaram a etapa de captação de recursos, que começou com a rifa de uma garrafa de uísque e com doações de amigos, parentes e principalmente da Vice-Reitoria de Desenvolvimento da PUC, que financiou boa parte do filme.

Para levantar a verba do filme - cerca de R\$ 8 mil reais -, conseguimos metade com a vice-reitoria de desenvolvimento da faculdade e a outra metade juntando uma grana para comprar um uísque e fazer a rifa. Como o curso de cinema na PUC é muito novo, tentei convencer a faculdade de que, se desse certo, seria a melhor forma de propaganda para o curso. Felizmente, deu certo. (SOUZA, 2009)

O projeto também contou com o apoio do Departamento de Comunicação Social da universidade e da *Atitude Produções*, empresa comandada pela renomada produtora de cinema brasileiro, Mariza Leão⁴⁶, também professora do curso de cinema da PUC Rio. Ela contribuiu com a finalização de som e imagem, permitindo a boa qualidade para exibição do filme.

Gravamos no início de 2008 e em duas semanas editamos. Mas, quando estava pronto, percebemos que não tínhamos a menor ideia do que fazer com ele. Decidi mostrar para a Mariza Leão, produtora de grandes filmes, como "Meu nome não é Johnny" (direção Mauro Lima), que também é professora do curso na PUC. Ela adorou e me chamou para conversar. Foi ela quem nos ajudou no caminho final das pedras, que era justamente o que não sabíamos fazer, como finalização de som e imagem (digitalização para cinema), entre outras coisas. (SOUZA, 2011)⁴⁷

Além do financiamento em dinheiro, a universidade emprestou a câmera digital que foi utilizada para captar as imagens. Também foram usadas uma *Steadycam* e uma mini-grua emprestadas por amigos. O equipamento de som pertencia ao técnico contratado para fazer a captação.

Outros equipamentos necessários também foram disponibilizados pela universidade e por isso não podiam ser retirados dos limites do Campus. As filmagens tiveram a duração de doze dias e foram realizadas durante as férias, pois a câmera só estaria disponível neste período.

Segundo Matheus (SOUZA, 2011), foram as tecnologias digitais que tornaram a produção do filme possível:

Não tínhamos condições de produzir um filme em película. [...] O digital me deu a oportunidade de experimentar tudo o que eu queria, a praticidade de filmar tudo em duas semanas e de editar na casa de um amigo com o computador dele.

⁴⁶ Produtora de cinema, atual presidente do Sindicato Interestadual da Indústria do Audiovisual do Rio de Janeiro (SICAV) e está à frente da Morena Filmes, em sociedade com o cineasta Sérgio Rezende. É também uma das profissionais mais empenhadas na formulação de políticas para o cinema brasileiro. Foi a primeira diretora-presidente da distribuidora Riofilme, cargo que ocupou em 1992. (Filme B)

⁴⁷ O questionário com as respostas encontra-se em anexo

Em relação ao uso dessa tecnologia no cinema, Matheus (SOUZA, 2011) afirma que ela “torna a produção independente possível”, uma vez que possibilita a diminuição nos gastos com algumas despesas:

Não é necessário alugar uma ilha de edição se você tiver um Final Cut em casa. Nem gastar dinheiro com filme, é só descarregar os arquivos em um computador. As câmeras também, em geral, são pequenas e leves, facilitam o transporte.

Os recursos digitais foram utilizados em todas as etapas da produção. Para a gravação das cenas foi usada uma câmera digital da Panasonic, modelo HVX200 (ver Figura 5). A edição foi feita em computador, através do Final Cut⁴⁸. A finalização digital ficou por conta da Atitude Produções.



Figura 5 - Câmera PANASONIC HVX200. Modelo usado por Matheus Sousa para a gravação de “Apenas o fim”.

Além disso, o diretor diz que o digital lhe “deu a oportunidade de experimentar tudo o que [...] queria, a praticidade de filmar tudo em duas semanas e de editar na casa de um amigo com o computador dele.” (SOUZA, 2011)

Foi a mesma tecnologia que também permitiu a exibição do filme nos cinemas. “Apenas o fim” foi exibido em 11 salas que dispunham dos projetores digitais *Kinocast Players* da Rain Network. Para a divulgação, a internet foi o principal meio utilizado.

⁴⁸ *Software* profissional de edição de vídeo não linear desenvolvido pela *Apple Computer*.

1

2

3

4

5

5.1

5.2 Exibição em Festivais de cinema, salas comerciais e a divulgação.

Depois de produzido e finalizado, Matheus Souza inscreveu “Apenas o fim” no Festival do Rio, em 2008. O filme foi selecionado para a *Mostra Première Brasil*⁴⁹, sendo exibido em outubro do mesmo ano.

Eu queria que fosse para o Festival do Rio, mas é um filme que fiz com meus amigos [...]. Nunca imaginei que fosse passar na seleção, ganhar e entrar em cartaz. Se eu soubesse de tudo isso, acho que teria feito ainda melhor. (SOUZA, 2009)

Após a notícia da seleção na *Mostra Première Brasil* do Festival do Rio 2008, “Apenas o fim” chamou a atenção da crítica especializada e do público, que compareceu expressivamente à sessão de estréia. O longa recebeu muitos elogios e conquistou o prêmio de *Melhor Filme de Longa Metragem* pelo júri popular, além de levar *Menção Honrosa*. Tal fato provocou o início de uma série de debates sobre a forma de se fazer filmes no Brasil.

Além do Festival do Rio, “Apenas o fim” também foi selecionado para a Mostra de São Paulo, Festival Internacional de Rotterdam (IFFR); Festival Internacional de Miami (Competição Ibero-Americana); Festival Off Camera, em Cracóvia, Polônia; Festival de Cinema Brasileiro em Paris e na *Première Brazil*, no MoMA, Nova Iorque.

Mesmo não levando os prêmios de todos os festivais onde foi selecionado, “Apenas o fim” chamou atenção por onde passou, recebendo boas críticas. A melhor delas foi ter sido selecionado em diversos festivais importantes no Brasil e no exterior. Isso mostra a universalidade do tema do filme, o fim de um relacionamento, que conseguiu dialogar com o público de diferentes idades e países.

Muitos são os fatores que contribuíram para Matheus Souza ter deixado tantos cineastas perplexos com seu filme. Um jovem de apenas 20 anos que, até aquele momento, nunca havia feito um curta-metragem, ou seja, sem prática cinematográfica, conseguiu fazer um filme sincero, com ritmo adequado ao tema,

⁴⁹ Mostra competitiva do Festival do Rio, é a principal vitrine do cinema brasileiro no mundo. Os filmes competidores concorrem ao “Troféu Redentor” em nove prêmios distribuídos entre longas-metragens de ficção, longas-metragens documentários, e curtas-metragens. A *Première Brasil* também é composta da Mostra Retratos, cujos filmes traçam perfis originais de personagens brasileiros, e da Mostra Novos Rumos, apresentando os primeiros longas de uma nova safra de diretores.

boa qualidade fotográfica, boa trilha sonora. Tudo isso com um orçamento de oito mil reais (valor considerado baixíssimo pelos profissionais para fazer um filme de qualidade), conseguidos com esforços de toda a equipe (universitários), sem prática, mas com muita vontade de ver seu filme nas telas.

Com tanto sucesso, o Grupo Estação, em parceria com a Rain, decidiu investir na distribuição, pois viram no filme um potencial comercial agregado ao seu valor artístico. “*Apenas o fim*” chegou às salas de exibição comerciais brasileiras no dia 12 de junho de 2009, nas cidades do Rio de Janeiro, São Paulo e Brasília e “depois, aos poucos, foi se espalhando para o resto do país.” (SOUZA, 2011)

Julia Ramil e Mariza Leão, produtoras do filme, utilizaram as redes sociais como principal meio de divulgação. Os personagens e o próprio diretor do filme estão inseridos nesse contexto do mundo virtual, em que todos têm perfil no Orkut, twitter e facebook. As produtoras aproveitaram esse gancho para se aproximar do público de forma mais direta, fazendo que eles contribuíssem com a divulgação. Apesar do público do filme fazer parte de diferentes gerações, “*Apenas o fim*” tem uma linguagem mais próxima do público jovem por tratar de um universo do qual eles fazem parte.

Quanto ao uso da internet para a divulgação Matheus Souza afirma: “Tentamos utilizar ao máximo as redes sociais a nosso favor. Fizemos campanhas virais⁵⁰ através do Twitter, vídeos no Youtube e matérias em grandes sites de cultura pop brasileiros, como o Omelete, o Judão e o Jovem Nerd.” (SOUZA, 2011)

Além das redes sociais, foi criado um blog permitindo que o público desse conselhos ao Tom – interpretado por Gregório Duvivier – sobre como ele poderia superar a ausência da namorada. Os internautas podiam criar vídeos com os conselhos e envia-los ao blog. Alguns famosos como Regina Casé, Marcelo Adnet e Fernando Caruso deram sua contribuição gravando seus conselhos para o personagem.

O uso do marketing viral na divulgação foi positivo. Segundo dados do Guia Kinoforum (2010, p. 164 et seq.), “*Apenas o fim*” ocupou a vigésima sexta posição na lista dos filmes nacionais mais vistos em 2009, levando um total de 25.052

⁵⁰ Técnicas de marketing que exploram ao máximo os recursos da internet, em especial as redes sociais existentes, para divulgar uma marca ou produto.

pessoas aos cinemas e arrecadando R\$ 212.000,04 em bilheteria. O sucesso foi tanto que em 2010 a Paris Filmes fez a distribuição do filme em DVD.

Para as produtoras profissionais que “filmam” em digital, ainda há a necessidade de produzir cópias em película 35 milímetros, pois esse ainda é o formato de projeção da maioria das salas de cinema. No caso do filme “Apenas o fim”, que não foi produzido com o intuito de obter lucro com a exibição comercial, os recursos digitais facilitaram tanto a sua produção, quanto a distribuição e a exibição, que ficou restrita às salas equipadas com os projetores digitais da Rain.

Em relação ao lançamento de “Apenas o fim” no circuito comercial, Matheus comenta:

O meu filme teve um lançamento pequeno, não sei se é o melhor caso para se analisar diante da esfera comercial. Mas o fato de não termos uma cópia em filme limitou ainda mais esse lançamento às salas que continham o sistema de projeção Rain. O esquema do filme pequeno digital funciona bem para o formato de festival, mas para a exibição comercial ainda é complicado diante do alto preço de se fazer uma cópia em película e do baixo número de salas com projeção digital no país. (SOUZA, 2011)

O cineasta acredita que seu filme poderia ter tido um desempenho comercial muito maior caso tivesse sido exibido em película nos *multiplex*, mas concorda que a projeção digital possibilitou que seu filme ultrapasse as barreiras do “aprender-fazendo” e chegasse ao circuito comercial.

Acredito que o filme tenha certo potencial comercial que poderia ter sido bem aproveitado em cadeias multiplex. Acabou não acontecendo, mas pra quem fez um filme achando que só os nossos pais assistiriam, o público que acabou vendo nos cinemas foi mais do que o suficiente. (SOUZA, 2011)

Fica claro que o uso das tecnologias digitais tem permitido o aumento da produção, mas para que ela chegue ao público há a necessidade de um número maior de cinemas equipados com projetores digitais. Somente assim os filmes independentes, sem recursos para produzir cópias em película, podem ter um desempenho comercial melhor, trazendo lucros aos produtores, distribuidores e exibidores.

Contudo, Matheus lembra que o digital permite outros meios de exibição, principalmente pela internet. Segundo ele, “Qualquer um pode exibir seu trabalho no

“*Youtube*”. Não é uma sala de cinema, mas é uma janela⁵¹. Sem contar com sites como o “*PortaCurtas*”, que fazem um excelente trabalho nesse campo.” (SOUZA, 2011)

1

2

3

4

5

⁵¹ Termo usado para designar as várias formas de circulação de um filme: salas de cinema, televisão, home vídeo, internet, etc.

6 CONCLUSÃO

Com esse trabalho pretendeu-se levantar uma reflexão crítica sobre a utilização da tecnologia digital na cinematografia brasileira, assim como apresentar uma visão dos seus benefícios num mercado ávido não somente por renovação, mas por um real barateamento de seus custos em todas as etapas do processo: produção, distribuição e exibição.

Sabe-se que mesmo em grandes metrópoles como Rio de Janeiro e São Paulo, estados que mais produzem filmes no país, muita dessa produção não chega às salas de cinema, sendo exibidos pontualmente em festivais e pequenas mostras alternativas. São vários os motivos dificultadores da circulação dessas obras, sendo um deles a falta de capital para fazer cópias em película, além de poucas salas de exibição para filmes digitais.

Conforme foi apresentado no trabalho, o cinema digital traz uma série de benefícios tanto a produtores quanto a distribuidores e exibidores. Produtores podem ter seus filmes exibidos nos cinemas, mesmo sem cópias em película, diminuindo despesas com laboratórios. Distribuidores economizam com o transporte e exibidores ganham com a publicidade, além de poderem ter uma maior variedade de filmes em exibição. Tal formato ajuda a expandir o mercado cinematográfico, pois se torna uma alternativa quando não há dinheiro para produzir cópias suficientes em película.

De acordo com o exposto, percebe-se que o cinema digital está em fase de expansão no Brasil e no mundo e, embora as exibições ainda sejam feitas basicamente em película, alguns exibidores brasileiros, como o *Grupo Severiano Ribeiro* e *Unibanco Arteplex*, já disponibilizam aos anunciantes a possibilidade de inserir comerciais a partir de arquivos digitais antes das sessões.

No que tangencia a produção propriamente dita do fazer cinema, deve-se concluir também que a chegada do cinema digital está permitindo que os cineastas produzam seus filmes de forma mais independente, sem esperar exclusivamente pelo modelo de fomento instituído pelo Estado. Além disso, apesar de ser um processo ainda em consolidação, nota-se que o uso de tecnologias digitais no cinema tem possibilitado a ampliação do acesso aos produtos audiovisuais, a partir da diversificação das formas de circulação e consumo destes via internet, telefones

celulares, DVDs, etc. Produtores independentes e cineastas estreantes passam a não depender exclusivamente das formas tradicionais de distribuição e divulgação.

Foi o que se tentou mostrar neste trabalho através do filme “Apenas o fim”, produção universitária exibida em Brasília, Rio de Janeiro e São Paulo, graças às salas de cinema equipadas com projetores digitais da *Rain*, e divulgada através das redes sociais (*Orkut, Facebook, Twitter e Youtube*).

Nas cidades onde o filme não foi exibido de forma convencional, o acesso à obra tem sido por meio de cineclubes e outros projetos alternativos que fazem exibição em DVD ou mesmo através da compra do filme em DVD. Segundo o diretor (SOUZA, 2011), “o filme também é encontrado de forma ‘não-oficial’ para download em alguns sites da internet”, inclusive no Youtube.

Portanto, todo “produto cultural” não depende apenas do talento de seus “produtores”; é necessário que haja um mercado que possibilite tanto a produção, como a circulação e o consumo de tais produtos pela população brasileira nos quatro cantos do país. Entende-se que a arte deve chegar a todos os lugares, ser praticada, realizada por todos para haver o encontro com seus “consumidores”, tornando possível a democratização máxima da arte.

Sendo assim, o cinema digital é uma excelente alternativa para democratizar a produção, distribuição e exibição de filmes nacionais, em especial os independentes, uma vez que o mercado brasileiro encontra-se dominado pelas *majors* norte-americanas. Havendo um maior domínio dos recursos digitais em nossa cinematografia, em todos os seus campos, muitos cineastas estreantes teriam maior chance de ver seus filmes exibidos, com probabilidade de amplo circuito de divulgação/distribuição.

REFERÊNCIAS

Obras Citadas

- BERNADET, Jean-Claude. (1980). *O que é Cinema?* São Paulo, Brasil: Brasiliense.
- BUTCHER, Pedro. (2005). *Cinema Brasileiro Hoje*. São Paulo: Publifolha.
- BUTCHER, Pedro. (maio de 2008). *Cinema Digital em 20 perguntas e respostas*. Acesso em 10 de Novembro de 2011, disponível em Site da Filme B: <http://www.filmeb.com.br/portal/html/materia1.php>
- COSTA, Flávia Cesarino. (2008). Primeiro Cinema. In: Fernando Mascarello (org.), *História do cinema mundial* (4ª ed., p. 20). Campinas, São Paulo: Papyrus.
- DA SILVA, Hadija Chalupe (2010). *O filme nas telas: a distribuição do cinema nacional*. São Paulo: Ecofalante.
- DAEHN, Ricardo. (12 de Junho de 2009). Síndrome de adulto. (C. Arreguy, Ed.) *Correio Braziliense*, p. 1.
- DANCYGER, Ken. (2003). *Técnicas de edição para cinema e vídeo: história, teoria e prática*. (Maria Angélica & Marques Coutinho, Trads.) Rio de Janeiro: Elsevier.
- DE LUCA, Luiz Gonzaga Assis. (2009). *A hora do cinema digital: a democratização e globalização do audiovisual*. São Paulo, Brasil: Imprensa Oficial do estado de São Paulo.
- DUBOIS, Philippe. (2004). *Cinema, Vídeo, Godard*. São Paulo: Editora Cosac & Naify.
- Filme B. (s.d.). *Quem é quem*. Acesso em 20 de Novembro de 2011, disponível em Site da Filme B: http://www.filmeb.com.br/quemequem/html/QEQ_profissional.php?get_cd_profissional=PE114
- GOULART, Clarisse. (Dezembro de 2010). Estudos de viabilidade: cinemas digitais em Moçambique. Brasil.
- KINOFORUM. (2010). *Guia Kinoforum: Festivais de Cinema e Video 2010*. São Paulo: Kinoforum.
- LOPES, Denise Costa. (Agosto de 2001). O Cinema Brasileiro Pós-Collor. *Dissertação de mestrado em comunicação social da UFF*. Niterói, Rio de Janeiro, Brasil.
- MACHADO, Arlindo. (1997). *Pré-cinemas & pós-cinemas*. Campinas, São Paulo, Brasil: Papyrus.

MARSON, Melina Izar. (2009). Preparando o terreno do Cinema da Retomada (1990 - 1994). In: M. I. Marson, *Cinemas e Políticas de Estado, da Embrafilme à Ancine* (Vol. 01). São Paulo, Brasil: Escritura.

MARTINS, Vinícius. (2009). *Fundamentos das Atividades Cinematográficas e Audiovisuais: teoria e questões*. Rio de Janeiro: Campus.

MATTA, João Paulo Rodrigues. (2010). Políticas públicas federais de apoio à indústria cinematográfica brasileira: um histórico de ineficácia na distribuição. In: (Alessandra Meleiro, *Cinema e Mercado* (Vol. III, pp. 37 - 52). São Paulo: Escrituras.

Ministério da Cultura. (2010). *Cultura em números: anuário de estatísticas culturais*. Brasília: MinC.

MONCLAR, Jorge. (2009). *Linguagem Cinematográfica, Narrando com imagens*. Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil: Jorge Monclar.

NUDELINA, Sabrina. & PFEIFFER, Daniela. (2010). Novas Janelas. In: Alessandra Meleiro, *Indústria Cinematográfica e Audiovisual Brasileira* (Vol. 3, pp. 103 - 117). São Paulo: Escrituras.

PARENTE, André. (2007). Cinema em trânsito: do dispositivo do cinema ao cinema do dispositivo. In: Manuela Penafria & Índia Mara Martins, *Estéticas do digital, cinema e tecnologia* (pp. 3 - 31). Covilhã, Portugal: Livros LabCom.

PARENTE, André. (2008). Cinema de artista: cinema de atrações, cinema expandido, cinema de exposição. *Poiesis*, 11-13.

RUSH, Michael. (2006). *Novas Mídias na Arte Contemporânea*. São Paulo, São Paulo, Brasil: Martins Fontes.

RUY, Luciana Dalla Colletta. (07 de julho de 2008). *Negócio de cinema: No escurinho do cinema digital*. Acesso em 14 de Maio de 2011, disponível em Site Cinema em cena:
http://www.cinemaemcena.com.br/Coluna_Detalhe.aspx?ID_COLUNA=251

E SILVA, João Guilherme Barone Reis. (2009). *Comunicação e indústria audiovisual: cenários tecnológicos e institucionais do cinema brasileiro na década de 90*. Porto Alegre: Sulina.

SIMIS, Anita. (2008). *Estado e cinema no Brasil*. (2ª ed.). São Paulo: Annablume; Fapesp; Itaú Cultural.

SOUZA, Matheus. (Dezembro de 2009). Entrevistas. (C. Passetti, Entrevistador)

SOUZA, Matheus. (10 de Outubro de 2011). Questionário sobre a produção do filme "Apenas o fim". (A. TAUNAY, Entrevistador)

Obras Consultadas

- AMANCIO, Tunico. (2011). *Artes e manhas da Embrafilme: Cinema estatal brasileiro em sua época de ouro (1977 - 1981)* (2ª ed.). Niterói: EdUFF.
- BERTINI, Alfredo. (2008). *Economia da cultura: A indústria do entretenimento e o audiovisual no Brasil*. São Paulo: Saraiva.
- CALDAS, Ricardo Wahrendorff. & MONTORO, Tânia. (2006). *A evolução do cinema brasileiro no século XX*. Brasília: Casa das Musas.
- FELINTO, Erika. & BENTES, Ivana. (2010). *Avatar: o futuro do cinema e a ecologia das imagens digitais*. Porto Alegre: Sulina.
- GOMES, Paulo Emílio Salles. (1996). *Cinema: trajetória no subdesenvolvimento*. São Paulo: Paz e Terra.
- GOULART, Clarisse. (Dezembro de 2010). Estudos de viabilidade: cinemas digitais em Moçambique. Brasil.
- KINOFORUM. (2010). *Guia Kinoforum: Festivais de Cinema e Video 2010*. São Paulo: Kinoforum.
- LOPES, Denise Costa. (Agosto de 2001). O Cinema Brasileiro Pós-Collor. *Dissertação de mestrado em comunicação social da UFF*. Niterói, Rio de Janeiro, Brasil.
- MARSON, Melina Izar. (2009). *Cinema e políticas de Estado: da Embrafilme à Ancine*. (Vol. I). São Paulo: Escrituras.
- MARTINS, Vinícius. (2009). *Fundamentos das Atividades Cinematográficas e Audiovisuais: teoria e questões*. Rio de Janeiro: Campus.
- MELEIRO, Alessandra (org.). (2007). *Cinema no mundo: Indústria, política e mercado*. (Vol. II). São Paulo: Escrituras.
- MELEIRO, Alessandra (org.). (2009). *Cinema e economia política*. São Paulo: Escrituras.
- Ministério da Cultura. (2010). *Cultura em números: anuário de estatísticas culturais*. Brasília: MinC.
- PENAFRIA, Manuela; MARTINS, Índia Mara. (2007). *Estéticas do digital, cinema e tecnologia*. Covilhã, Portugal: Livros LabCom.
- RAMOS, Fernão Pessoa.; MIRANDA, Luiz. Felipe. (2000). *Enciclopédia do Cinema Brasileiro* (2ª ed.). São Paulo: Senac.
- RUSH, M. (2006). *Novas Mídias na Arte Contemporânea*. São Paulo, São Paulo, Brasil: Martins Fontes.

XAVIER, Ismail. (2001). *Cinema brasileiro moderno*. (3ª ed.). São Paulo: Paz e Terra.

Sites visitados:

Ancine: <http://www.ancine.gov.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?tpl=home>

Bradesco Universitário: <http://www.bradescouniversitario.com.br/>

Cena Cine: <http://www.cenacine.com.br/wp-content/uploads/mocambique-estudo-final.pdf>

Cinema em cena: http://www.cinemaemcena.com.br/Coluna_Detalhe.aspx?ID_COLUNA=251

Filme B: <http://www.filmeb.com.br/portal/html/portal.php>

APÊNDICE

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO AO DIRETOR DO FILME “APENAS O FIM”, MATHEUS SOUZA

1. “APENAS O FIM” FOI PRODUZIDO NO FORMATO DIGITAL? PORQUE?

Matheus - Porque era a ferramenta que eu tinha nas mãos naquele momento. Eu queria fazer um filme com meus amigos da faculdade e poderia contar com a câmera da faculdade caso não saísse do campus. E o curso da PUC-Rio é focado apenas no formato digital.

2. AS TECNOLOGIAS DIGITAIS FACILITARAM A PRODUÇÃO DO FILME? PORQUE?

Matheus - Claro, foi o que tornou tudo possível. Não tínhamos condições de produzir um filme em película e, no fundo, aquilo era pra ter sido apenas um experimento. Acabou, felizmente, dando certo, mas a ideia era experimentar fazer um filme, o clássico "aprender-fazendo". O digital me deu a oportunidade de experimentar tudo o que eu queria, a praticidade de filmar tudo em duas semanas e de editar na casa de um amigo com o computador dele.

3. QUE TIPO DE CÂMERA FOI UTILIZADA PARA AS “FILMAGENS” ?

Matheus - Uma HVX200 da Panasonic.

4. QUAIS OS OUTROS EQUIPAMENTOS UTILIZADOS EM TODO O PROCESSO DE PRODUÇÃO E COMO ELES FORAM ARRANJADOS?

Matheus - Uma Steadycam emprestada por um amigo e uma mini-grua emprestada pela avó de outro amigo. O equipamento de som era do próprio técnico que chamamos para fazer a captação.

5. VOCÊ ACHA QUE AS TECNOLOGIAS ATUAIS UTILIZADAS NO CINEMA FACILITAM A ENTRADA NO MERCADO DE NOVOS CINEASTAS? DE QUE FORMA?

Matheus - Acredito que sim. Depois do lançamento do "Apenas o fim" fiquei sabendo de vários outros grupos de amigos que gostariam de trabalhar com cinema que estavam se unindo para fazer seus filmes em um esquema parecido. Esse mês fui jurado da mostra Novos Rumos do Festival do Rio, onde são apresentados primeiros filmes de novos cineastas, e a maioria se utilizou dos mesmos recursos do meu filme.

6. O FATO DE O FILME SER DIGITAL AJUDOU OU DIFICULTOU A ENTRADA DELE NO MERCADO COMERCIAL? PORQUE?

Matheus - O meu filme teve um lançamento pequeno, não sei se é o melhor caso para se analisar diante da esfera comercial. Mas o fato de não termos uma cópia em filme limitou ainda mais esse lançamento às salas que continham o sistema de projeção Rain. O esquema do filme pequeno digital funciona bem para o formato de festival, mas para a exibição comercial ainda é complicado diante do alto preço de se fazer uma cópia em película e do baixo número de salas com projeção digital no país.

7. NO ANO EM QUE "APENAS O FIM" FOI EXIBIDO EM FESTIVAIS, MUITOS DELES, A EXEMPLO DO FESTIVAL DE BRASÍLIA, AINDA NÃO ACEITAVAM INSCRIÇÃO DE FILMES DIGITAIS OU OS EXIBIAM EM UMA MOSTRA À PARTE. FOI DIFÍCIL A INSERÇÃO DO FILME NOS FESTIVAIS DE CINEMA? EM ALGUM DELES ELE CONCORREU EM MOSTRA ESPECÍFICA PARA FILMES DIGITAIS?

Matheus - Não me lembro de termos enfrentado algum problema do tipo. O Festival do Rio contava com as salas do circuito Estação, que são equipadas com o sistema da Rain. E todos os festivais internacionais para os quais o filme foi convidado já sabiam de tal condição e tudo foi tranquilo.

8. CASO O FILME TIVESSE SIDO EM PELÍCULA 35mm, VOCÊ ACHA QUE ELE TERIA TIDO EXIBIÇÃO SIMULTÂNEA EM VÁRIAS SALAS DIFERENTES?

Matheus - Por causa do "fator digital" o filme acabou restringido ao circuito alternativo dos cinemas. Acredito que o filme tenha certo potencial comercial que poderia ter sido bem aproveitado em cadeias multiplex. Acabou não acontecendo, mas pra quem fez um filme achando que só os nossos pais assistiriam, o público que acabou vendo nos cinemas foi mais do que o suficiente.

9. VOCÊ ACHA QUE O CINEMA DIGITAL DEMOCRATIZA TANTO A PRODUÇÃO DE FILMES QUANTO O ACESSO AO PÚBLICO A FILMES NESSE FORMATO?

Matheus - A produção sim, com certeza. A exibição em salas de cinema é algo mais complicado. Mesmo que supere as questões por mim levantadas anteriormente e chegue nas salas de cinema, o filme ainda tem que ir bem no primeiro final de semana para se manter em cartaz. O circuito exibidor é cruel para os filmes pequenos. Mas existem, é claro, meios alternativos de exibição em número cada vez maior. Qualquer um pode exibir seu trabalho no Youtube. Não é uma sala de cinema, mas é uma janela. Sem contar com sites como o PortaCurtas que fazem um excelente trabalho nesse campo.

10. A EXIBIÇÃO DIGITAL AJUDA QUE CINEASTAS ESTREANTES TENHAM SEUS FILMES EXIBIDOS NAS SALAS COMERCIAIS?

Matheus - Bom, isso é um processo em evolução. Tende a ajudar, mas os casos ainda são raros. O próprio "Apenas o fim", mesmo com tanta exposição, não teve um circuito tão grande. E os outros longas que vejo sendo produzidos no mesmo esquema ainda não alcançaram as salas fora de festivais.

11. HÁ UM BARATEAMENTO NOS CUSTOS PARA PRODUÇÃO, DISTRIBUIÇÃO E EXIBIÇÃO? O QUE BARATEIA EXATAMENTE?

Matheus - Distribuição e exibição não são minhas áreas, não sei falar com precisão. Mas, bom, torna a produção independente possível. Não é necessário alugar uma ilha de edição se você tiver um Final Cut em casa. Nem gastar dinheiro com filme, é só descarregar os arquivos em um computador. As câmeras também, em geral, são pequenas e leves, facilitam o transporte.

12. COMO FOI O PROCESSO DE NEGOCIAÇÃO PARA A EXIBIÇÃO DO FILME NAS SALAS DE CINEMA?

Matheus - Isso quem cuidou foram as produtoras, Mariza Leão e Julia Ramil. Elas podem te responder melhor.

13. E COMO FOI A NEGOCIAÇÃO PARA A PRODUÇÃO DO FILME EM DVD?

Matheus - Isso quem cuidou foram as produtoras, Mariza Leão e Julia Ramil. Elas podem te responder melhor.

14. "APENAS O FIM" ENTROU EM CARTAZ EM QUANTAS SALAS DE CINEMA? QUAIS? FICOU QUANTOS DIAS EM CARTAZ?

Matheus - Não sei o número exato, a Julia deve saber melhor. Sei que a estreia foi em São Paulo, Rio e Brasília. Depois, aos poucos, foi se espalhando para o resto do país.

15. COMO FOI FEITA A DISTRIBUIÇÃO DO FILME?

Matheus - Isso quem cuidou foram as produtoras, Mariza Leão e Julia Ramil. Elas podem te responder melhor.

16. COMO FOI FEITA A DIVULGAÇÃO DE “APENAS O FIM”?

Matheus - Através das ferramentas que tínhamos nas mãos. Esse sempre foi nosso lema desde a pré-produção. Tentamos utilizar ao máximo as redes sociais ao nosso favor. Fizemos campanhas virais através do Twitter, vídeos no Youtube e matérias em grandes sites de cultura pop brasileiros como o Omelete, o Judão e o Jovem Nerd.

17. A QUE VOCÊ ATRIBUI O SUCESSO DO FILME?

Matheus - Acho que todos os envolvidos queriam muito estar ali, independente do resultado final. Isso criou um clima bacana no set que se traduz no filme. Além disso acho que ele é bem simples, despretensioso e simpático. Além do conteúdo, todo o processo de criação pelo qual o filme ficou conhecido gerou muita simpatia nas pessoas.

18. APÓS TER SIDO EXIBIDO EM FESTIVAIS, NAS SALAS DE CINEMA E DISTRIBUIDO EM DVD, “APENAS O FIM” AINDA TEM SIDO EXIBIDO? ONDE?

Matheus - O filme ainda é exibido em alguns cine-clubes e sessões em universidades pelo Brasil. Além das sessões no Canal Brasil e de ser possível

achá-lo para download não-oficial na Internet. Um amigo dia desses disse que o filme estava completo no Youtube. Que coisa, né?

APÊNDICE B – CARTAZ DO FILME “APENAS O FIM”

mariza leão apresenta um filme de matheus souza

MELHOR FILME
Juri Popular
Festival
do Rio 2009

MELHOR FILME
Juri Popular
32ª Mostra
de São Paulo

FESTIVAL
DE ROTTERDAM
Selecção Oficial

FESTIVAL DE MIAMI
Selecção Oficial

.apenas o fim.

erika mader
gregorio duvivier

direção e roteiro MATHEUS SOUZA
produção JULIA RAMIL e MARIZA LEÃO com ERIKA MADER, GREGÓRIO DUVIVIER,
MARCELO AGNET, NATHALIA DILL, ANNA SOPHIA FOLCH,
ÁLAMO FACÓ e JULIA GORMAN fotografia JULIO SECCHIN
direção de arte GABRIEL CABRAL e JULIA GARCIA figurino TATIANA PONAR
montagem JULIO SECCHIN trilha sonora PEDRO CARNEIRO
www.apenasofimfilme.com.br

verifique a classificação indicativa do filme

produção: **atitude** **PC** **RAIN** **DELÍRIO** **Estação**

realização: **PC** **RAIN**

apoiado por: **DELÍRIO**

distribuição: **Estação**

site desenvolvido por Bernardo Bachat