

O filme nas telas

Cíntia Langie

Nos últimos anos, vem surgindo uma série de pesquisas sobre a área de mercado de cinema, sobre distribuição de filmes e sobre economia da cultura. Alguns desses estudos, de grande importância para o meio cinematográfico, transformam-se em livros, como é o caso de *O filme na tela: a distribuição do cinema nacional*, da pesquisadora Hadija Chalupe da Silva.

O livro é resultado de sua pesquisa de Mestrado no programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense (UFF), onde a autora hoje realiza o Doutorado, pesquisando co-produção no cinema brasileiro, mantendo assim o foco de seus estudos no mercado do audiovisual de nosso país.

O livro *O filme nas telas: a distribuição do cinema nacional* foi lançado pela editora *Ecofalante* em 2010 e apresenta uma série de apontamentos sobre o espaço audiovisual brasileiro, focando seu ponto de análise sobre as diferentes categorias de distribuição do filme nacional, sem deixar de abordar as características do parque exibidor brasileiro e os mecanismos de fomento para o audiovisual.

Portanto, trata-se de uma leitura obrigatória aos envolvidos com cinema no Brasil, pois o livro auxilia na compreensão a respeito das duas etapas da cadeia do cinema que ocorrem depois da produção. Na grande maioria das vezes, os estudos da área audiovisual e as disciplinas das faculdades de cinema estão focados nas etapas de produção de filmes (roteiro, direção, fotografia, análise fílmica, etc). E é por debruçar-se sobre o outro lado da realidade cinematográfica – a comercialização do filme – que a obra se destaca. Sendo hoje a difusão das obras o gargalo na disseminação de conteúdos audiovisuais, não só no Brasil como em diversos países da América do Sul e da Europa, livros como este tornam-se verdadeiros guias para quem quer se aprofundar no assunto.

Durante as 176 páginas do livro, a autora esclarece distintos aspectos desse tema. Inicialmente, ela declara haver diversas categorias de lançamento e comercialização utilizadas por diferentes empresas brasileiras, possuindo cada filme sua particularidade de “atração” para o público.

De acordo com a pesquisa de Hadija, cada empresa distribuidora, dependendo de seu porte e de sua constituição empresarial, possui uma maneira de divulgar e comercializar o filme. Para ser organizado o plano de distribuição, é feito inicialmente um planejamento de lançamento estimado, com base no público que se espera alcançar com a produção. A partir dessa iniciativa, o distribuidor passa a ter parâmetros para determinar os custos de propaganda e o número de cópias, sabendo que o resultado final poderá ou não atingir as expectativas almejadas.

A grande contribuição do livro é a categorização elaborada pela autora a respeito dos diferentes modos de se lançar um filme no Brasil. Para tanto, Hadija criou uma metodologia de análise, que consiste em verificar quatro pontos principais de cada obra cinematográfica: o número de cópias estabelecido por lançamento; as estratégias de divulgação que sustentam o lançamento de cada filme (estratégias de marketing), que conseqüentemente implicam no montante a ser investido no filme; as parcerias estabelecidas (co-produções nacionais e internacionais, patrocínios, apoios) e também os “elementos de prestígio” de cada filme (notoriedade dos atores, da equipe técnica, do tema, entre outros).

Partindo desse método, o livro descreve quatro categorias de filmes do cinema brasileiro. A primeira delas é o **Filme para Grande Escala**, que seriam aquelas obras no estilo *blockbuster*, com atores conhecidos da televisão, lançadas com muitas cópias e com uma propaganda massiva. A segunda categoria seria o **Filme de Nicho**: filmes lançados com poucas cópias visando a uma fatia específica do público. São obras geralmente realizadas com menor orçamento, e lançadas com uma campanha publicitária mais humilde, que ficam mais tempo em cartaz, em poucas salas de cinema do país.

A terceira categoria elencada pela autora seria o **Filme Médio**, tipo mais difícil de definir, pois mistura em seu lançamento as duas formas anteriores. São aqueles filmes lançados com um número médio de cópias (de 15 a 100), que investe em agregar valor à obra (festivais) antes do lançamento. A quarta e última categoria seria o **Filme para Exportação**: produções que planejam atingir, inicialmente, excelência internacional, antes de iniciar sua carreira comercial no mercado nacional. São as obras que tentam obter sucesso nos principais festivais e mostras internacionais, como o Festival de Cannes ou de Berlim, para

depois entrar no circuito de salas.

Além de dividir em quatro categorias, relacionando as principais características de cada uma, o livro traz exemplos de filmes brasileiros, dando a conhecer uma série de dados numéricos e informativos a respeito da carreira de distribuição e exibição de cada um. E é por apresentar, além de informações atualizadas e úteis, uma análise criativa sobre a etapa de distribuição, tudo isso em uma linguagem acessível e gostosa de ler, que o livro se torna uma importante obra para os interessados em compreender o que está além da obra cinematográfica, imergindo nos meandros do jogo político e econômico da distribuição, adquirindo subsídios para tentar compreender de forma mais abrangente a dificuldade ainda existente de fazer o filme nacional atingir maior público dentro de seu próprio país.

**O filme nas telas: a distribuição
do cinema nacional**
Hadija Chalupe da Silva
Ecofalante, 2010.



Animação Digital

Carla Schneider

Em 2011 o mercado editorial brasileiro trouxe uma grata surpresa para os interessados em compreender um pouco mais sobre os aspectos técnicos e históricos da animação. Trata-se da coleção “Animação Básica” que conta com dois livros traduzidos para o português: “Stop-motion” (Barry Purves) e “Animação Digital” (Andrew Chong) – livro que é destacado nesta resenha.

Já foi dito que para entendermos o presente precisamos olhar para o passado. O presente, no campo da animação, é a adoção de tecnologias digitais como parte indispensável em pelo menos alguma etapa dos modos de produção e, portanto, é relevante a proposta de Chong: “discutir como a digitalização, as novas tecnologias e a animação combinam para dar origem aos produtos finais que conhecemos como animação digital”.

Para dar conta desse objetivo, o autor estrutura o livro em seis partes: (1) Fundamentos – estabelece relações entre os primeiros filmes animados com os primórdios da computação moderna pois “as raízes da animação digital se encontram no trabalho experimental dos pioneiros do cinema”; (2) Pioneiros – aborda a convergência entre computação e cinema, como estes meios se influenciam mutuamente; (3) Desenvolvimento – avalia o impacto que evolução dos computadores e das tecnologias da computação que tornam-se cada vez mais um meio acessível para um maior número de pessoas; (4) Maturidade – pondera os elementos que propiciaram facilidades nas condições gerais necessárias para a realização de um projeto de animação viável; (5) Integração – analisa a animação digital como o diferencial que viabiliza a integração entre vários meios; (6) Previsões – o autor assume o risco de exercer a futurologia refletindo sobre a animação digital de 2007 em diante.

Nas páginas finais do livro, Chong apresenta dois itens preciosos para os estudantes e profissionais da área da animação: glossário e cronologia. Mais do que “saber fazer” é necessário ter uma compreensão geral e isso envolve desde o domínio do significado de termos técnicos, bem como o conhecimento sobre acontecimentos marcantes que geraram