



PC Siqueira. Fonte: <http://www.youtube.com/maspoxavida>

Novos caminhos para exibição de cinema/vídeo independente no Brasil

Josias Pereira¹

Cineasta e Professor do curso de cinema e audiovisual da UFPEL
Doutorando em Educação e Tecnologia UFPEl

“Se se ganha dinheiro, o cinema é uma indústria.
Se se perde, é uma arte.”
(Millôr Fernandes)

Resumo: Este artigo apresenta as dificuldades que o diretor independente tem para exibir seu filme nas salas de cinema tradicionais. Quando consegue, a exibição fica limitada a uma sala de cinema com poucos dias em cartaz. Em um segundo momento, apresentamos como os diretores da nova geração estão distribuindo o seu material audiovisual de uma forma diferenciada, aproveitando a nova configuração social e os sites de exibição.

Palavras Chave: Cinema, exibição, YouTube

Realizar um longa-metragem é o sonho de vários estudantes de cinema, aspirantes a diretores cinematográficos e apaixonados pela sétima arte. Teoricamente o caminho mais natural seria primeiramente a realização de curta metragem. Nesta realização o estudante adquire experiência, participa de festivais e concorre a prêmios, principalmente de direção e de júri popular.

Depois de trabalhar em algumas produtoras, para tornar-se conhecido na área, o próximo passo do aspirante a diretor seria participar de algum edital ou tentar fazer o seu filme com patrocínio. Porém, captar dinheiro com as leis e editais não é fácil, já que os editais funcionam tanto para os diretores já reconhecidos no mercado como os “novatos”.

¹ erdfilmes@gmail.com

Segundo dados da Ancine², a média de custo de um filme nacional, está entre 3 a 10 milhões de reais, então a realização sem apoio do Estado requer uma mudança na planilha de orçamento, o que resulta em mudança na linguagem.

Em 2006 é instituído o Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) que é uma categoria específica do Fundo Nacional da Cultura, destinada ao desenvolvimento da indústria audiovisual no Brasil. Os recursos são oriundos da arrecadação da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional (Condecine) e do Fundo de Fiscalização das Telecomunicações (Fistel). O FSA é diferente das leis Rouanet e da Lei do Audiovisual, onde o proponente precisa captar o valor obtido. No FSA o produtor recebe um valor em dinheiro. O que seria ideal para os produtores independente que não conseguem arrecadar, porém o que vemos são produtoras e diretores reconhecidos comercialmente recebendo o FSA.

Nos últimos anos produtoras como Conspiração Filmes, Casa de Cinema de Porto Alegre, Europa Filmes, TV Zero, Vídeofilmes, Le-reby Produções Ltda etc³ receberam apoio do FSA o que faz parte da reclamação dos produtores independentes⁴ que realizam seus filmes mesmo sem apoio financeiro.

Depois que o filme independente fica pronto é preciso exibi-lo. Aqui, começam novos desafios. Dados da Ancine mostram que em 2012 o público do cinema no Brasil foi de 146.462.972, deste total 10,62% foi à participação do público nos filmes brasileiros. Foram lançados 325 títulos no cinema e 83 filmes eram brasileiros.

2 <http://www.ancine.gov.br/> - acesso em 10 de julho 2013.

3 <http://www.kinoforum.org.br/guia/2013/noticia/604>, http://www.ancine.gov.br/media/Resultados_LinhasBeD.pdf

4 O termo produtora independente no Brasil é algo complicado, já que os diretores de modo geral têm suas produtoras para realizar seus filmes e concorrer em editais públicos e exibição em emissoras. Na década de 1990 surgiu um termo que era usado pelos alunos de cinema e comunicação que realizavam vídeo e que estavam fora das produtoras e fora dos editais éramos os "off2" (fora ao quadrado do sistema comercial). Para este artigo usarei a definição de produtor independente os que realizam filmes e curtas geralmente com custos próprios sem apoio de edital ou apoio financeiro das leis Rouanet ou do audiovisual.

A arrecadação das salas em 2012 foi de R\$ 1,6 bilhão, alta de 12,13%. O público alcançou o maior patamar das últimas duas décadas, 146,4 milhões de espectadores, posicionando o Brasil entre os dez maiores mercados de cinema do mundo. (ANCINE, 2013, p.8)

O mercado de exibição é um monopólio, mesmo os diretores que realizam filmes com apoio do poder público sofrem com a exibição. Filmes como *Expedicionários* (Otavio Cury) obteve um público de 104 pessoas e foi exibido em apenas uma sala. Segundo dados da Ancine foi aprovado a captação de 480 mil reais e captados 340 mil⁵. Já o filme *Até que a Sorte nos Separe* (Roberto Santucci), foi exibido em 425 salas de cinema para um público total de 3.324.727⁶ e foi aprovada a captação de 7 milhões de reais.

A maioria das cidades brasileiras apresenta problemas quanto à distribuição dos aparelhos culturais. O Brasil possui 5.564 municípios, e, segundo dados do IBGE⁷, a maioria dos municípios brasileiros reúne até 30 mil habitantes (75%), ou seja, uma população de 33,9 milhões de pessoas. Segundo dados do governo federal⁸ apenas 21,20% dos mais de 5 mil municípios, contam com teatros, em 91% dos municípios não há cinema, e em 72% dos municípios, ainda predomina a cultura acoplada a outras pastas, tais como: turismo, educação e o esporte. Segundo o Ministério da Cultura⁹, apenas 5% da população entrou alguma vez em um museu, 13% dos brasileiros vão ao cinema, 17% compram livros, 53% da cultura no país se realiza na informalidade, menos de 15% da população possui nível superior e que 60% dos jovens entre 15 e 29 anos nunca foram ao

5 <http://sif.ancine.gov.br/projetosaudiovisuais/ConsultaProjetosAudiovisuais.do?method=init>

6 <http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/Informes/2012/Informe-anual-2012-preliminar.pdf> - acesso em 15 de julho 2013.

7 <http://www.ibge.gov.br/home/> acesso em: 29 de Agosto 2013.

8 <http://www2.cultura.gov.br/site/2010/06/30/90-das-cidades-do-pais-nao-tem-cinema/> acesso 30 de setembro 2013.

9 <http://www.cultura.gov.br/> acesso 09 de julho 2013.

cinema, em 60% das cidades não há shopping. Talvez estes dados refaçam a necessidade de se democratizar a cultura no país, existe uma demanda reprimida que deseja “consumir” cultura.

Os gastos familiares em produtos e serviços relacionados à cultura representaram, em média, 8,6% de seu orçamento mensal (equivalente a R\$ 184,57), abaixo apenas dos três principais grupos de despesas: habitação (30,8%), alimentação (19,8%) e transporte (19,6%). (Ministério da Cultura, 2013)¹⁰

Dentro desta visão de um público reprimido que deseja consumir cultura, diretores da nova geração conseguiram, de certa forma, realizar seu sonho de fazer e exibir seu filme ou curta. Para isso, abriram mão da forma tradicional de exibição em sala comercial.

Para o presidente do CBC (Congresso Brasileiro de Cinema), João Baptista Pimentel Neto, a maior dificuldade de fazer um filme independente, é realizá-lo verdadeiramente de forma independente, ou seja, sem qualquer financiamento público. Depois de pronto, de maneira geral, um dos maiores problemas, senão o maior problema do cinema e audiovisual brasileiro hoje, diz respeito à distribuição, afinal, as telas e janelas estão praticamente “ocupadas” pela produção estaduniense, sendo assim, resta aos independentes, buscar distribuir de forma alternativa, cineclubes, via web, enfim. E é justamente a web que está sendo bem explorada pela nova geração de diretores independentes.

O que alguns diretores independentes defendem, é que o governo deveria apoiar a distribuição independente em circuitos culturais, bibliotecas, escolas públicas, dentre outros espaços. Outra exigência é a volta de editais específicos, de baixo orçamento, para os iniciantes. Enquanto isso não acontece diretores independentes buscam alternativas de exibição. Existe uma mudança ocorrendo e, até o momento, os órgãos públicos não estão dando a devida atenção a este fenômeno.

¹⁰ <http://www.cultura.gov.br/noticias-destaques>

No nordeste brasileiro, o filme piauiense “*Ai Que Vida*”, do jornalista e cineasta Cícero Filho (segundo a direção do Cine Riverside), alcançou a marca de 1.000 espectadores em menos de uma semana. O filme fez em 7 dias, o que o americano Harry Potter não fez em um mês de exibição¹¹. No fim da temporada, o filme obteve 5 mil espectadores, isso, depois do maior distribuidor da cidade, ter rejeitado a exibição do filme. Em vez de desistir da exibição, o diretor procurou o segundo maior exibidor da cidade, o Riverside, que aceitou exibir o filme.

O longa metragem em digital fez tanto sucesso, que os camelôs das referidas regiões, copiaram o filme e, devido a sua aceitação, inventaram o “*Ai Que Vida 2*”, para poder lucrar com a popularidade do filme, que custou para seus realizadores 30 mil reais.

Já na região sul, o filme “*Eu Odeio o Orkut*”, dirigido por Evandro Berlesi e Rodrigo Castelhana, ajudou a mudar a visão que os moradores tinham da própria cidade. As filmagens foram feitas na cidade de Alvorada / Rio Grande do Sul¹², que fica a 16 km de Porto Alegre. O filme teve um custo de 10 mil reais, e, é uma adaptação do livro de Berlesi, O filme narra a história de um viciado virtual que é internado em uma clínica de reabilitação para dependentes virtuais. Segundo Berlesi, os empresários que apostaram no filme viram nele uma forma de amenizar a má fama da cidade, pois Alvorada só aparecia na mídia por questões negativas¹³. O filme teve participação especial de Luana Piovani.

Para estes diretores, a pirataria até ajudou a divulgar o filme, que não apresenta um DVD original. Não há números oficiais sobre a comercialização das cópias, mas Evandro afirmar que o filme já teve mais de um milhão de espectadores, pois está sendo exibido por todo o Brasil desde 2008, somente na cidade de Alvorada, o

¹¹ Dados do site <http://www.overmundo.com.br/overblog/filme-piauiense-ai-que-vida-e-sucesso-de-publico>. Acesso 20 de março 2013.

¹² Segundo dados do IBGE 2010 a cidade apresenta 210 mil habitantes. Acesso 21 de março 2013.

¹³ <http://www.overmundo.com.br/overblog/alvorocando-o-cinema> - acesso 12 de março de 2013.



Figura 1 - O site interfilmes



Figura 2 - O site interfilmes

filme teve 25 mil espectadores¹⁴. Outro exemplo vem do Rio de Janeiro: o filme *Dia de Preto*¹⁵, de Marcos Felipe e Daniel Mattos. Com o custo de 150 mil reais em investimento direto, o filme foi realizado de forma independente e tem sido exibido em diversos festivais, recebendo alguns prêmios, dentre eles: Melhor Trilha Musical (Sunset Film Festival), Melhores Efeitos Especiais (Maverick Movie Awards) e Award of Merit (The Accolade Awards Los Angeles). O filme também recebeu os prêmios de Melhor Fotografia (Festival Guarnice), Palma de Bronze (México Int's Filme). Agora, os diretores estão negociando com distribuidores e agentes de vendas. Segundo estes diretores, as melhores conversas para aquisição do filme têm sido com estrangeiros, pois, eles têm uma visão muito mais afinada com a linguagem do filme que os brasileiros. Para Marcos Delfino, os distribuidores brasileiros só querem saber do dinheiro público, e de fazer grandes gastos em publicidade. Delfino acredita que a tendência é fazer negócio com agentes internacionais, e partir para distribuição própria no Brasil, o que aumentaria as chances de atingir o *break-even-point*¹⁶ do projeto.

Segundo o diretor, a maior dificuldade é o dinheiro, pois, “estamos em um mercado distorcido pela dependência em relação ao dinheiro público”. Se nos Estados Unidos, o produtor independente está “independente” de 4 ou 5 opções de *majors*, pelo menos tem mais uma centena de opções de parceiros menores.

Já no Brasil, o governo federal é o único mecenas. Isso cria um ambiente de ausência total de alternativas de financiamento. Distribuidores, bancos, TV, ninguém coloca dinheiro num projeto que não seja 100% dedutível. Resta ao produtor brasileiro, duas opções: patrocínio público ou autofinanciamento. E, é aí que mora o lado mais perverso do nosso mercado. Nos EUA, se o diretor não tem amigos na Warner, talvez os tenha na Universal, ou num selo pequeno, ou talvez faça uma venda antecipada. No Brasil, se você não tem amigos nos editais



Figura 3 - Divulgação

públicos ou nas grandes empresas que recolhem imposto de renda, você não produz cinema. Simples assim, finaliza Delfino.

Em São Paulo, o filme “*Quarta 4B*” do diretor Marcelo Galvão, foi lançado em 2005 em uma sala de cinema. A distribuição, segundo o diretor, foi realizada “no peito” sem distribuidora. O filme custou 30 mil reais e seu diretor o adaptou à realidade de realizar um filme (o primeiro longa metragem) sem dinheiro. As dificuldades foram várias: atores que desistiram da filmagem, problemas com diretor de fotografia, tempo para gravação de sete dias, que depois teve que ser feito em seis para liberar o estúdio, a chuva que fez o diretor ter que improvisar o diálogo, para os atores falarem dela por causa do barulho dentro do estúdio, etc.

Fazia filmes de publicidade e fazia filmes de um milhão de reais para 30 segundos. Então achei que seria fácil conseguir 6 milhões de dinheiro de incentivo, porém, vi que era muito difícil. Por isso escolhi este filme “*Quarta B*” por ser apenas uma locação¹⁷. (Marcelo Galvão, entrevista Determinação e Criatividade)

Os sacrifícios valeram a pena, o filme “*quarta B*”, foi escolhido como o melhor filme pelo público da 29ª Mostra Internacional de Cinema de São Paulo. A escolha foi feita pelos espectadores, por meio de notas, sendo que a nota máxima era 5, e o filme *Quarta B* obteve nota 4,42, acima da nota 4,28 do filme *Cinema, Aspirinas e Urubus*, escolhido pelo júri internacional como melhor filme da competição. Recebeu o prêmio Bombril, na categoria de melhor filme brasileiro de ficção de 2005, na mesma mostra¹⁸.

É claro que há salas de exibição voltadas para a produção independente, como, por exemplo, o trabalho realizado no cinema “Ponto Cine”, que foi idealizado por Adailton Medeiros. O ponto cine é um

¹⁴ <http://www.overmundo.com.br/overblog/alvorocando-o-cinema> - acesso 20 março 2013.

¹⁵ <http://www.diadepreto.com.br/> acesso 01 de Maio 2013.

¹⁶ Ponto de equilíbrio.

¹⁷ <http://www.youtube.com/watch?v=bAyhXigMRV8> acesso 20 de Setembro 2013.

¹⁸ <http://matilhacultural.com.br/index.php/component/k2/itemlist/user/642-superuser?start=30> acesso 18 de março 2013

cinema diferenciado, pois não fica na zona sul carioca. Está localizado, na zona norte do Rio de Janeiro, no bairro de Guadalupe; conhecido apenas nas reportagens policiais. Foi a primeira sala popular de cinema digital do Brasil, criado em 2006. O cinema possui 76 lugares, tecnologia digital de ponta e enfatiza a exibição de filmes brasileiros a preços populares. O Ponto Cine é o maior exibidor de filmes brasileiros no país, em número de títulos e dias de exibição.

Conta com patrocinadores e apoiadores como a Petrobrás, o Operador Nacional do Sistema Elétrico (ONS) e a Vale. Desde a inauguração, a sala já ultrapassou a marca dos cem mil espectadores.

As potencialidades do cinema como ferramenta de comunicação e educação, são muitas, entretanto, ainda pouco exploradas no Brasil, comenta Adailton. Porém, este tipo de sala, ainda é muito rara no Brasil. O Ponto Cine, recebe visita de escolas municipais e estaduais, e são exibidos aos alunos filmes nacionais seguidos de debates, alguns deles, com a presença dos atores que participaram do filme exibido.

Segundo Marco Aurélio da Costa Sant'Anna, produtor independente e aluno do curso de Audiovisual da CUFA, a produção de Audiovisual independente vem ganhando nos últimos anos um fôlego sem precedentes na história mundial. Quando os executivos, das indústrias de máquinas fotográficas, filmadoras e telefones celulares viram o quanto “um simples vídeo” fatura nas redes sociais, perceberam o potencial que as pessoas representam para os seus negócios. As pessoas gostam de produzir vídeos, e estão dispostos a pagar para vê-los. Essa percepção levou a um “boom” de produções independentes. O Brasil seria um mercado para o audiovisual independente? O que se vê é despontar uma geração de gente ousada, decidida a apostar nessa vertente, o que nos leva a cogitar se estaremos vivendo a gênese do cinema independente Nacional.

Na cidade de São João de Meriti/RJ, situado na baixada fluminense surge o cinema de guerrilha, idealizado por Ricardo Rodrigues. Seu curta “*O Mendigo*”, participou de 50 festivais e mostras de cinema por todo o mundo, o curta foi criado e realizado com ajuda de amigos da cidade. As locações usaram o estabelecimento (açougue) do bairro para realizar as filmagens.

Segundo Rodrigues, o primeiro filme de guerrilha “*A dona Irosnildes*”, foi feito num bar, num dia de domingo, numa brincadeira. O custo deste filme, por exemplo, foram: duas cervejas e um refrigerante. Geralmente o custo para se fazer um filme independente é baixo e tem a cotização de todos que participam dele. A dificuldade maior são as cenas externas porque lidamos com adversidades como iluminação, tempo, sons ao redor, transeuntes, carros, chuva, cachorro latindo etc.

Rodrigues atenta para o fato de que no cinema independente os atores iniciantes trabalham em busca de vitrine, muitos ganharam prêmios em festivais e conseguiram se profissionalizar depois de passar pelos curtas. A linguagem em um filme independente, muda em função da limitação financeira. Conforme diz Cacá Diegues, “é o cinema de guerrilha que reinventa o próprio cinema, com suas dificuldades e suas limitações, utilizando da criatividade para superar tudo isso”. Um bom exemplo de criatividade e economia é o curta “*Pesque e Pague*”, onde a luz do poste da rua, embaixo do buraco da pescaria serviu de luz para o curta, que aliás, está virando game. Um poste, uma luz, um cenário e a linguagem adaptada a nossa realidade.

O diretor e produtor Cavi Borges, é idealizador da locadora Cavídeos, que desde 1996, é especializada em filmes brasileiros, europeus, documentários e curtas. Borges produziu 12 longas e 58 curtas, quase todos sem patrocínios oficiais. Em 2007, foi premiado como “Jovem Empreendedor do Cinema do Brasil”, em 2008, lançou seu primeiro longa, o documentário L.A.P.A, o filme ficou em cartaz por 8 semanas nos cinemas do Rio de Janeiro. O filme “*Vida de Balconista*”, de 2009, custou 12 mil reais e contou com a presença de atores como: Mateus Solano, Paula Braun, Miguel Thiré e Gregório Duvivier. O diretor acredita na prática, no fazer para aprender.

Sei que nossos filmes têm muitas falhas, muitos defeitos. Eu leio as críticas. Mas não vejo como algo negativo, vejo como uma evolução. Acredito no aprendizado pela prática. Meu curta, ‘A Distração de Ivan’ [codirigido por Gustavo Melo, em 2009], foi para Cannes, mas tive que fazer 15 curtas antes disso. No longa ‘Vamos Fazer um Brinde’ [exibido no 15º Cine-PE] tem muito da codiretora Sabrina Rosa. Ela é atriz, nunca tinha escrito

e dirigido nada. Agora está muito mais madura com toda a experiência”, (CAVI, 2011, Revista de Cinema)¹⁹.

Cavi acredita na produção independente e a exibição dos produtos na TV a cabo e na internet sendo uma alternativa de renda para a equipe.

Em 2010, por exemplo, a série “Mateus, o Balconista” e o longa “Vida de Balconista”, derivado da série, ambos feitos originalmente para celular, sustentaram a produtora. A série, feita para a OiTV com orçamento de R\$ 2 mil para uma hora de conteúdo e gravada durante uma noite, foi vendida para dois canais televisivos, entre eles, a Mix TV, que pagou R\$ 3 mil por cada um dos 60 episódios. (CAVI, 2011, Revista de Cinema)²⁰.

Para Cavi o maior empecilho ainda é conseguir verbas para produzir e depois fazer o filme chegar ao maior número de pessoas. O diretor já consegue retorno financeiro e diz que a lei da TV paga tem ajudado neste momento. Quando questionado sobre a vantagem em fazer filmes independentes, ele aponta a liberdade na escolha do tema e o fato de poder filmar com seus amigos da forma como gosta e deseja, sem a pressão de um estúdio.

Erico Alessandro é um dos poucos diretores independentes de Maringá/Paraná a realizar longa metragem sem apoio do poder público. Aos 12 anos de idade já fez seu primeiro filme. Trabalhou em publicidade, realizou vários curtas e em 2000 rodou seu primeiro longa profissional intitulado “Quando O Amor Decide”. Em 2010 rodou o enigmático longa “Escolha Única” e no momento finaliza o longa “O Grande Sonho” enquanto pré-produz o longa “Círculo De Ouro”.

¹⁹ <http://revistadecinema.uol.com.br/index.php/2011/10/cavi-borges-louco-por-cinema/> acesso 15 Outubro 2013.

²⁰ <http://revistadecinema.uol.com.br/index.php/2011/10/cavi-borges-louco-por-cinema/> acesso 15 outubro 2013.

Segundo Erico, foi a revolução digital que permitiu ao produtor independente rodar sem dinheiro ou com baixíssimo orçamento e é preciso aproveitar o momento para firmar o nome no mercado nacional e internacional. Pensando nisso, o diretor prima pela qualidade técnica em seus filmes. Erico reconhece as dificuldades em se fazer um filme sem apoio público, mas ressalta que é fundamental ter coragem para começar e buscar novas alternativas de se fazer cinema.

É bem provável que vão lhe desencorajar dizendo que cinema é coisa de outro mundo. Mas tem que ter coragem, vencendo esse obstáculo tudo ficará mais fácil. Não se pode ter medo de errar e embora seja preciso preparar-se, não é preciso virar um expert teórico senão acabará virando crítico de cinema. É preciso meter a cara e fazer seus curtas para errar errar e ir aprendendo. Não existe nada melhor que a prática e o google junto ao youtube para aprender todos os módulos do cinema em tutoriais que poucos anos atrás não existiam. Hoje só não faz cinema que não quer. (Erico, 2013)²¹

Erico ainda salienta que a linguagem de um filme independente muda pela falta de recursos, pois isto também limita a contratação de bons profissionais para o filme. Mas é possível ter uma boa linguagem artística e comercial, no mesmo nível dos estúdios de Hollywood e dos principais filmes nacionais. Isto vai depender da perícia dos parceiros envolvidos na produção, profissionais habilitados para isso estão no mercado publicitário em geral, nas produtoras de vídeos e agências.

NOVAS FORMAS DE EXIBIÇÃO

O cinema trabalha em um tripé bem simples: produção, distribuição e exibição. Os filmes independentes sempre sofreram com esse tripé, pois, não conseguiam espaço para a distribuição e exibição, ficando o trabalho muitas vezes exibido apenas em cineclubes ou festivais.

²¹ Entrevista ao autor.

As novas tecnologias digitais, principalmente de produção e de finalização, fizeram mais pela democratização do cinema e pela produção independente no Brasil nos últimos 10 anos do que todas as políticas públicas somadas fizeram nos últimos 50 anos. Estas tecnologias foram direto à questão mais crítica: o custo de produção. Os filmes foram possíveis, graças a tecnologia digital (DV), às câmeras DSLR, e ao Cine Alta, que permitem uma qualidade de imagem profissional, que há 10 anos custariam um preço acima do que os produtores independentes poderiam pagar. Os editores de imagem também passam por mudanças. Programas como Premiere, Final Cut e Avid, são os mais utilizados no momento e a finalização ganha espaço com softwares como o Colorista.

Em termos de exibição, a grande mudança ocorre em 2005, graças ao desenvolvimento do download progressivo²², que possibilitou o surgimento dos sites de exibição de vídeos, onde o cidadão comum pode postar vídeos de graça. Chad Hurley e Steve Chen, sem querer deram início a uma revolução silenciosa chamada *YouTube*. No início do site, a exibição dos vídeos era com uma qualidade técnica baixa (144p), 8 anos depois, a configuração se modificou e hoje, filmes são exibidos em alta qualidade, inclusive da TV digital brasileira. Ainda assim, a exibição na internet sofre com o mesmo problema dos cineclubes, ou seja, a falta de reconhecimento dos órgãos oficiais. Segundo Cezar Migliorin²³, essa é uma questão interessante, porque a Ancine não reconhece os cineclubes. Para o pesquisador, se o diretor exibir o filme em mil cineclubes, não é contado pela Ancine, pois não é pago. No momento o mesmo acontece com a exibição na internet.

22 Download progressivo é a tecnologia que permite o envio de informação multimídia através de pacotes, assim, para assistir um vídeo ou ouvir uma música não há necessidade de baixar todo o programa para o seu computador. A imagem ou o som são gravados em uma memória, o buffer, e o usuário pode ouvir e ver o filme enquanto o programa ainda está baixando os "pacotes".

23 Entrevista cinema brasileiro em curso - <http://www.youtube.com/watch?v=-qjMymAOMok> - acesso em 18 de Outubro 2013.

YOUTUBE, A REVOLUÇÃO

Com a exibição garantida, surgem novas possibilidades para o cinema independente conversar com o público. A nova geração cresceu com a câmera digital (década de 1990) e a possibilidade de assistir filmes locando em videolocadoras, assistindo TV a cabo; acompanhou o desenvolvimento do *YouTube* exibindo vídeos com qualidade de 144p até chegar ao full HD (1080p). Em 2000, o número de brasileiros com acesso a internet era de 18%. Em 2013, segundo dados do CGI, o número de brasileiros com acesso a internet chega a 46%, graças ao 3G, e aos aparelhos móveis como celulares e tablets.

Esta geração viu no site *YouTube*, um espaço para apresentar suas ideias, ganhar dinheiro e viver fazendo cinema, produzindo vídeos. Hoje, quem possui uma TV de plasma e um computador, consegue assistir em casa filmes com qualidade SD e HD, como se fosse o filme de uma locadora. A TV a cabo perde espaço para a internet. Bons diretores investem neste espaço para exibir o seu filme e ser conhecido.

Dentro do *YouTube*, dois tipos de produtores independentes desponta: os Vlogs e os *YouTubers*. Na prática, os dois têm vídeos semanais para a internet, usam o espaço para divulgar seu trabalho como ator, falar de sua vida, seus medos, debater problemas sociais ou simplesmente entreter.

O Vlog é uma referência a videoblog, é como um blog, um diário eletrônico, porém, realizado em vídeo. A maior parte dos vlogs abriga diários pessoais. Geralmente é feito com uma câmera parada, e a pessoa fazendo um depoimento ou comentário sobre algo. Dentre os Vlog brasileiros, destacamos PC Siqueira, com o seu canal "Mas Poxa vida"²⁴, com 150 milhões de acessos, a atriz Kéfera, com dois links, "5inco minutos"²⁵, com 130 milhões de acesso, e o Kefera²⁶, com 11 milhões de acessos.

24 <http://www.youtube.com/user/maspoxavida> - acesso 15 outubro 2013.

25 <http://www.youtube.com/user/5incominutos> - acesso 15 outubro 2013.

26 <http://www.youtube.com/user/keferavlog> - acesso em 15 outubro 2013.

Estas pessoas possuem em média mais de um milhão de seguidores, ou seja, quando postam um vídeo, um milhão de pessoas são avisadas e podem assistir. Um público deste é o sonho de qualquer diretor independente.

Os “*youtubers*”, se diferenciam do vlog, pois não fazem um diário ou um depoimento para a câmera. Existe um roteiro, atores, cenários diversos. O ponto alto ainda é a comédia, porém, vemos *you tubers* realizando vídeos com temáticas sobre educação e debates sociais. Estes diretores ganham dinheiro com a exibição de seus filmes no site.

Dos “*youtubers*”, destacamos o *Coletivo Parafernália*²⁷, com 230 milhões de acessos e o *Porta dos Fundos*²⁸, com 500 milhões de acessos. Dentre os independentes destacamos um jovem de 20 anos que vem chamando a atenção pela qualidade técnica de seus filmes, e pelos roteiros, que se dividem entre a comédia e o social. Gustavo Horn apresenta 19 milhões de acessos em seus curtas.

Horn é de uma nova geração de cineastas que aprende sozinho. Desde os 13 anos realiza seus vídeos e agora, aos 20 anos, não deseja fazer faculdade. Com amigos, alugou uma casa onde realiza as produções de vídeos para a internet. É lá que ele escreve, dirige e atua.

Questionado sobre a importância de fazer faculdade e se atualizar, o diretor diz que aprende na prática, e que o maior professor é a internet. Curtas como *O Livro*²⁹, e *O garoto do Balão Vermelho*³⁰, apresentam uma linguagem audiovisual diferenciada dos curtas normais da internet. Além da parte técnica dos vídeos serem de alta qualidade, observa-se a influência de pensadores como Bourdieu, Althusser, Foucault e outros pensadores da atualidade.

O filme *Tropa de Elite II* (2010) teve um público de 11 milhões de espectadores. Já os curtas de Gustavo Horn têm 19 milhões de aces-

27 <http://www.youtube.com/user/canalparafernalia> acesso em 15 outubro 2013.

28 <http://www.youtube.com/user/portadosfundos> acesso em 15 outubro 2013.

29 <http://www.youtube.com/watch?v=76t2u1rikKw> acesso em 15 outubro 2013.

30 <http://www.youtube.com/watch?v=BG8186mLILY> acesso em 15 outubro 2013.

so no seu canal. Sabemos que são ações diferenciadas, a exibição na sala de cinema presencial e a sala virtual, mas os números de acessos aos filmes virtuais nos faz perceber que estamos diante de um novo público, um fenômeno a ser considerado.

Em 1999 André Parente no seu texto “Cinema e Tecnologia Digital” já apresentava o início desta mudança, segundo o autor “atualmente, há uma tendência a que as pessoas assistam aos filmes por meio da imagem eletrônica, seja a do vídeo ou da televisão. Assim, já não se pode mais pensar o cinema, na relação com o espectador, apenas em função de um aspecto técnico.” (p1). Penafria diz que

Hoje, o cinema, o “efeito cinema” (Baudry), está por todos os lados, na sala e fora dela, em espaços outros como a televisão, a internet, o museu e a galeria de arte, mas também em outras mídias como a pintura icônica pós-modernista dos anos 1970 e 1980, a fotografia, a história em quadrinho etc. (PENAFRIA, 2007, p.16)

A entrada da internet como espaço de exibição também trouxe a possibilidade de ganho real, não apenas de exibição. O que resolve também o dilema dos diretores independentes de como se sustentarem através de sua arte. O *YouTube Partner*, é um programa do *YouTube* que funciona em parceria com o Google AdSense, permite monetizar vídeos na conta do perfil do *YouTube*, que em média paga R\$ 0,0045 centavos por visualização, ou seja, R\$ 1,125 (1 real e 12 centavos) a cada 250 visualizações³¹.

O pagamento é feito por meio do Google AdSense e é necessário ter mais de 18 anos de idade e possuir conta corrente para receber. Os valores são pagos em dólares americanos, por meio de transferência internacional de fundos, diretamente para sua conta corrente. O Google AdSense emite pagamentos a cada mês desde que o valor acumulado seja superior a US\$ 100,00. Qualquer tipo

31 Essa seria uma média, mas depende do tipo de contrato, do acesso, do número de inscritos no canal CPM custo por 1000 exibições, e CPC custo por clique nos anúncios etc - acesso em 15 Setembro 2013.

de vídeo pode ser capitalizado no you tube, desde vídeo-aulas, tutoriais, humor, religião, entretenimento, e etc. O importante é que os vídeos tenham conteúdo livre (ou seja, não pode ser conteúdo impróprio para menores de idade). Pode ser realizado por CPM custo por 1000 exibições, e CPC custo por clique nos anúncios. O fenômeno da internet mundial ainda é do americano Ray William Johnson³², com dois bilhões de acessos em seus vídeos.

Mesmo que os mais saudosos ainda prefiram a exibição em um clube, em cinema independente, não podemos deixar de fora exibição virtual. Hoje no Brasil segundo a revista Exame³³, 72% das pessoas assistem a vídeos em dispositivos móveis. O *YouTube* chega a um bilhão de acessos ativos por mês³⁴. Não tem como desconsiderar a visibilidade que o meio proporciona e as possibilidades que ele aponta.

CONCLUSÃO

Vivemos um momento de diferenciação para a arte do cinema.

A disputa entre a produção independente e a grande máquina de produção (no caso brasileiro, estatal) e exibição, continua presente. Entretanto o que se percebe, com o advento e proliferação da tecnologia digital e da Rede de computadores (internet) é que as relações de força vem se reconfigurando.

Esta reconfiguração tem se mostrado favorável à democratização do cinema e à produção independente ao permitir formas de produção e filmagem mais acessíveis e a possibilidade de exibição em sites como o youtube. O produtor independente não necessita mais do espaço físico para exibir suas ideias nem buscar espaço na TV Comunitária, ou a TV Universitária, com audiência abaixo de 1%.

³² <http://www.youtube.com/user/RayWilliamJohnson> acesso em 15 setembro 2013.

³³ <http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/72-das-pessoas-assistem-a-videos-em-dispositivos-moveis> acesso em 15 outubro 2013.

³⁴ <http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2013/03/youtube-chega-1-bilhao-de-acessos-ativos-por-mes.html> acesso em 15 outubro 2013.

Outro aspecto é que com o avanço tecnológico, jovens diretores fazem seus vídeos como profissão, podendo ser remunerados por isto. Muitas vezes, produzem vídeos de qualidade duvidosa e depoimentos de senso comum. Todavia, são vistos e comentados nas redes sociais.

Como diretor independente, ajudei na consolidação da TV comunitária do Rio de Janeiro (dirigindo um programa na emissora), participava de debates sobre democratização da mídia. Andávamos com copias dos curtas, para tentar exibi-los em festas ou eventos. Para ter acesso à câmera (filmadora), tínhamos que pegar emprestada, ou trabalhar em uma produtora e usar a câmera depois. Hoje, a nova geração possui câmeras que gravam em alta qualidade, exibem os curtas ou depoimentos na internet, através do seu próprio computador. Muitos destes jovens têm audiência invejada por programas de TV aberta.

Entretanto, esta nova configuração traz alguns aspectos que devem nos deixar atentos a sua análise. Vivemos uma nova realidade onde filmes independentes, em que produtores e diretores gastam dinheiro pessoal para realizá-los, e muitos, não chegam nem a ser exibidos no cinema, convivem com vídeos feitos por jovens diretores, *YouTubers*, que não desejam, em um primeiro momento, fazer vídeos para ser exibido em festivais, mas que ao mesmo tempo, ganham dinheiro com sua realização e vivem fazendo vídeos para a internet, recebendo as críticas e elogios do público do mundo todo. Dessa nova configuração, certamente nascerá uma nova linguagem cinematográfica, um novo viés para esta arte. Uma linguagem que, assim como os filmes independentes, inove e que como a Rede, democratize a arte.

BIBLIOGRAFIA

AUMONT, Jacques. A estética do filme. São Paulo: Papirus, 2007.

BERNARDET, Jean-Claude. O que é cinema. São Paulo: Brasiliense, 1985.

RAMOS, Fernão. Cinema Marginal (1968/1973) - São Paulo, Brasiliense / Embrafilme, 1987.

SIMIS, Anita. Estado e cinema no Brasil. São Paulo, Annablume / Fapesp, 1996.

BERNARDET, Jean-Claude. O autor no cinema. São Paulo, Brasiliense / Edusp, 1994.

PARENTE, André. O Cinema e a Tecnologia Digital. Juiz de Fora. Lumina/Facom. 1999

SITES ONLINE

<http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/72-das-pessoas-assistem-a-videos-em-dispositivos-moveis>.

<http://g1.globo.com/minas-gerais/noticia/2012/01/cineasta-cavi-borges-abandonou-os-tatames-para-se-dedicar-setima-arte.html>.

<http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/Informes/2012/Informe-anual-2012-preliminar.pdf>.

<http://revistadecinema.uol.com.br/index.php/2011/10/cavi-borges-louco-por-cinema/>.

<http://www.ancine.gov.br/>.

<http://www.cultura.gov.br/>.

<http://www.diadepreto.com.br/> acesso em: 01 de Maio 2013.

<http://www.gramadocinevideo.com.br/noticia/82>.

<http://www.ibge.gov.br/home/>.

<http://www.overmundo.com.br/overblog/alvorocando-o-cinema> Acess em: 12 março 2013.

<http://www.overmundo.com.br/overblog/alvorocando-o-cinema> acessado 20 março 2013.

<http://www.overmundo.com.br/overblog/filme-piauiense-ai-que-vida-e-sucesso-de-publico>.

<http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2013/03/youtube-chega-1-bilhao-de-acessos-ativos-por-mes.html>.

<http://www.videoguru.com.br/videoguru-entrevista-cavi-borges-diretor-e-produtor-parte-1.html>.

<http://www.youtube.com/user/5incominutos>
- Acesso em: 15 out 2013.

<http://www.youtube.com/user/canalparafernilha>.

<http://www.youtube.com/user/keferavlog>.

<http://www.youtube.com/user/maspoxavida>
- Acesso em: 15 Out 2013.

<http://www.youtube.com/user/portadosfundos>.

<http://www.youtube.com/watch?v=76t2u1rikKw>.

<http://www.youtube.com/watch?v=bAyhXigMRV8>.

<http://www.youtube.com/watch?v=BG8186mLILY>.

<http://www.youtube.com/watch?v=-qjMymAOMok> - Acesso em: 18 de Out 2013.

<http://www2.cultura.gov.br/site/2010/06/30/90-das-cidades-do-pais-nao-tem-cinema/>.

<https://support.google.com/adwords/answer/2375464?hl=pt-BR>.

ENTREVISTAS REALIZADA COM

Cavi Borges

Erico Alessandro

Gustavo Horn

Joao Batista Pimentel Neto

Marco Aurelio Costa

Ricardo Rodrigues