



Elena (2012). Direção de Petra Costa. Fonte: divulgação.

Apontamentos sobre mercado e público para o documentário no novíssimo cinema brasileiro

Cíntia Langie¹

Cineasta e Professora dos cursos de Cinema da UFPel

Resumo: Em 2013, o cinema brasileiro bateu importantes recordes, tanto no número de longas-metragens nacionais lançados em salas (127 títulos) como em público (27 milhões de ingressos vendidos para obras brasileiras). Destes 127 filmes, 50 são documentários e o objetivo do presente trabalho é lançar um olhar sobre essa safra documental do novíssimo cinema brasileiro, no que se refere a tendências narrativas e relações com o mercado.

Palavras-chave: Cinema brasileiro, documentário, mercado audiovisual

Abstract: In 2013, Brazilian cinema broke important records regarding both the number of national feature films released in rooms (127 titles) and the audience (27 million tickets sold to Brazilian titles). Of these 127 films, 50 are documentaries and the aim of this work is to have a look at this documentary crop of the brand new Brazilian cinema, with regard to narrative trends and market relations.

Keywords: Brazilian cinema, documentary, audiovisual Market

Em 2013, o Brasil bateu um importante recorde no que se refere à performance dos filmes brasileiros nas salas de cinema. Foram 127 títulos lançados em salas comerciais, entre ficções e documentários. Desde a década de 1980, o cinema brasileiro não passava da centena no número de longas que chegavam à tela grande. Esse número não representa a totalidade de obras realizadas no país, pois alcançar a sala de cinema é um grande feito para o produto nacional. Muitos outros longas-metragens foram feitos em 2013, porém, ficaram restritos a outras janelas, como os festivais, mostras, cineclubes e, em alguns casos, a televisão.

¹ cintialangie@gmail.com

Além do número de filmes, o recorde se estende para a fatia de mercado conquistada: 18,6% do que os brasileiros assistiram em salas de cinema no ano de 2013 foram obras nacionais, número expressivo tendo em vista os 10,6% de 2012. Em 2013, os filmes brasileiros atraíram 27,8 milhões de espectadores para os cinemas de todo o país, melhor resultado das últimas duas décadas².

Inicialmente, associa-se esse crescimento a dois fatores principais: o barateamento da produção devido à revolução digital e o aumento significativo de incentivo público à produção cinematográfica brasileira. Recentemente, o FSA - Fundo Setorial do Audiovisual - anunciou que planeja investir mais de R\$ 400 milhões nessa indústria em 2014, o dobro investido em 2012. Com este artigo, não se objetiva buscar as explicações para esse crescimento de filmes brasileiros lançados em salas, mas sim refletir sobre a relação entre os documentários brasileiros e seu espaço no mercado. Dessa importante safra de filmes lançados em 2013, tivemos 75 ficções, 50 documentários e duas animações. Isso significa que quase 40% eram narrativas documentais.

O foco desse texto recai nos documentários nacionais de longa-metragem e na sua performance nas salas de cinema não por ignorar que o campo audiovisual é bem mais vasto, havendo inclusive uma tendência para o envolvimento de profissionais e produtoras na confecção de séries para TV, devido à nova lei 12.485/2011. Tampouco por desconhecer as diversas janelas para o audiovisual que se tornam cada dia mais comuns e mais rentáveis, como o VOD - vídeo por demanda. Por que, então, focar em longas e na sua chegada às salas de cinema quando a tendência audiovisual leva a outros caminhos? Porque o ponto de análise perpassa os conceitos de mercado e indústria audiovisual (pelo menos a tentativa de pensar em uma indústria brasileira) e, segundo João Guilherme Barone, o filme de longa-metragem como produto cultural “é o bem que fundamenta, organiza e legitima o mercado audiovisual, originando a indústria cinematográfica e os padrões específicos de um sistema simbólico audiovisual” (2009, p. 24). O mesmo autor também define:

² Dados obtidos no OCA - Observatório do Cinema e Audiovisual da ANCINE.

No campo da exibição, tomando como referência o produto cinematográfico no suporte fílmico tradicional, o mercado de salas permanece como um segmento importante para a indústria, ainda, respondendo pelo início da trajetória comercial do filme de longa-metragem (2009, p. 28).

É por isso, então, que o ponto de partida do presente estudo está no fato de que 50 filmes documentários de longa-metragem brasileiros chegaram às salas de cinema em um único ano³. De acordo com Carlos Augusto Calil, em seu artigo “A conquista da conquista do mercado”, publicado no livro *O cinema do real* (Mourão e Labaki [org], 2005) “os documentários conquistaram uma janela do mercado até então interdita a esse gênero: a tela grande” (2005, p. 159).

O grande número de documentários em salas reforça a tradição desse gênero no Brasil, tradição esta que vem sendo cultivada ao longo da história do cinema no país. De acordo com Paulo Emílio Sales Gomes “todas as filmagens brasileiras até 1907 limitavam-se a assuntos naturais. A ficção cinematográfica, ou melhor, a fita de enredo, o ‘filme posado’, como se dizia então, só apareceu com o surto de 1908” (1996, p. 24-5). Essa tendência brasileira de produção de documentários é apontada também por Frantjesco Balzerini em seu livro *Cinema brasileiro no século 21* (2012), quando o autor retoma os primórdios do cinema no Brasil, na década de 20:

Com a predominância absoluta do cinema americano no circuito nacional, os cineastas brasileiros partiram para uma área na qual não havia tal concorrência avassaladora, a produção de cinejornais e documentários (2012, p. 20-21).

Essa tradição passou de geração a geração e, hoje, a produção continua intensa por uma série de fatores. Um deles é, de certa forma, a maior “facilidade de produção” e o menor custo de um

³ No ano anterior, 2012, foram 34 obras documentais que atingiram as salas, número que vem crescendo ano a ano.

filme documental. Um roteiro de documentário é “mais simples” de se fazer que o de ficção (e o mais simples aqui usado entre aspas para não provocar erro de entendimento: não mais simples de pensar ou ter ideias criativas, mas é menor em número de páginas, é mais flexível em termos de formatação e em alguns editais é substituído pelo argumento ou por um pré-roteiro). Os documentários, em geral, são mais baratos de se fazer e permitem grande exploração da linguagem audiovisual, de forma livre.

Para o documentarista João Moreira Salles (*Santiago*, 2007), o gênero tem sido o de maior inventividade e de despontar de criatividade do cinema brasileiro. “O documentário sempre experimentou mais, pela simples razão de que temos muito menos a perder, seja em termos financeiros, seja em simbólicos. Há menos dinheiro, menos expectativa e menos prestígio em jogo” (*Folha on line*, 2010). A intensa e criativa produção de filmes desse gênero está estampada na evolução do festival “É Tudo Verdade”, evento idealizado por Amir Labaki em 1995 e hoje considerado o maior festival de documentários da América Latina. Em sua primeira edição, quarenta documentários brasileiros foram inscritos. “Já no ano de 2010, o festival atingiu a impressionante marca de 450 documentários brasileiros inscritos, entre longas, médias e curtas-metragens” (Ballerini, 2012, p. 255). Essa crescente produção pode estar associada, também, a fatores socioculturais, de espírito do tempo. De acordo com Vera Lúcia Follani de Figueiredo, professora de Letras da PUC RIO, em seu livro *Narrativas migrantes: literatura, roteiro e cinema:*

O interesse pelas chamadas histórias ‘verdadeiras’ de pessoas não famosas (...), ao lado do sucesso dos *reality shows* na televisão e da voga dos filmes documentais, dentre outros fenômenos marcantes nas produções artísticas e midiáticas no final do século XX e no início do século XXI, enquadra-se na tendência para a busca do ‘real como matéria bruta’, acompanhada da rejeição do ficcional, que nos permite falar em um movimento de retorno a uma estética realista ou, melhor dizendo, na emergência de uma espécie de neorealismo (2010, p. 70).

Ainda a mesma autora afirma que essa tendência não está presente só no Brasil, mas também na Europa e nos Estados Unidos. Para ela, proliferou-se cada vez mais “uma narrativa realista que pretende ser mais verdadeira à medida que utiliza estratégias reflexivas, e busca salvar o espaço entre o eu e o outro, fazendo experimentos com sujeitos que representam a si mesmos” (2010, p. 76).

Nesse mesmo sentido, Ballerini percebe que existe no mundo atualmente uma sede pela verdade, “razão pela qual os *reality shows* são tão populares hoje, bem como as filmagens de acontecimentos diversos feitas por meio de celulares, como uma forma de videojornalismo” (2012, p. 260). Para Neusa Barbosa, crítica de cinema e editora do site *CineWeb*, o aumento do número de documentários produzidos no Brasil está associado à sensibilidade dos documentaristas em acompanhar o espírito do tempo tanto na temática quanto nas estratégias de abordagens empregadas nas narrativas. Para Neusa:

Hoje o documentarista tem liberdade para criar sua forma de abordar um assunto, sem compromisso de fazer um ‘discurso sociológico’, ou mesmo didático, como era há décadas. Hoje se pode ser mais livre, retratando a própria busca de um tema, de um personagem. Há uma tendência mais forte, porém, dos “auto-documentários”, filmes falando do próprio cineasta, diários pessoais, ou de familiares. Isso vem de um tempo em que as redes sociais reforçam uma tendência para o individualismo (*apud* TelaBR, 2013).

Esse estilo estético é visível em muitos dos filmes lançados em 2013, sobretudo em *Elena* (Petra Costa, 2013) - documentário narrado pela própria cineasta com foco nas lembranças de sua família -, filme que conquistou o primeiro lugar no ranking de bilheteria dos documentários em 2013. *Elena* foi lançado em 14 salas do território nacional e fez um público de 57.773 pessoas (gerando uma renda de R\$ 695.554, segundo a Ancine). Sua performance foi também expressiva em festivais, venceu quatro prêmios na categoria documentário do 45º Festival de Brasília: melhor direção, direção de arte,

montagem e melhor filme segundo o júri popular. Levou ainda os prêmios de Melhor Documentário em Havana/Cuba, e no *Los Angeles Brazilian Film Festival*, nos EUA. O sucesso do filme expressa-se também em outro grande feito: o documentário foi lançado em 2014 nos Estados Unidos e ficou em terceiro lugar em bilheteria média por sala entre os filmes exibidos na semana de 30 de maio a 1º de junho.

Com toda mídia espontânea gerada por conta das premiações e com a ajuda do boca a boca em torno de *Elena*, o filme conquistou uma bilheteria em salas brasileiras muito expressiva para o gênero. Os demais filmes documentários brasileiros lançados em 2013 não conseguiram atingir 10 mil espectadores. Então, nota-se que, por mais que o documentário tenha conquistado as salas, parece ainda não ter apelo para levar o grande público à telona. O número de documentários versus o número de ficções lançados em 2013 é relativamente próximo: 75 x 50. Porém, a diferença quanto ao número de ingressos vendidos é gritante: foram 27,3 milhões de pessoas que assistiram às obras de ficções (as cinco maiores bilheterias foram comédias) contra 208 mil pessoas que assistiram aos documentários.

De todos os documentários lançados em 2013, *Elena* foi uma exceção. Os demais fizeram bilheterias muito menores. O segundo documentário mais visto do ano foi *Dossiê Jango* (Paulo Henrique Fontenelle, 2012), que levou 8.097 pessoas ao cinema, tendo sido lançado em oito salas. *Doméstica* (Gabriel Mascaro, 2012), outro filme com expressiva participação em festivais e ótima aceitação pela crítica, teve distribuição pela Vitrine Filmes, foi lançado em três salas nacionais e fez um público de 3.222 pessoas. Poderíamos realizar outras relações e análises com os números dos filmes documentários brasileiros em salas comerciais. Outros dois documentários lançados em 2013 que tiveram excelente carreira em festivais – *Olhe para mim de novo* (Kiko Goifman, 2011) e *As hiper mulheres* (Carlos Fausto, Leonardo Sette e Takumã Kuikuro, 2011) – tiveram uma bilheteria de, respectivamente, 1.431 e 799 pessoas.

Portanto, a premiação em festivais de cinema não traz nenhuma garantia de retorno nas bilheterias. A questão temática e a relação com assuntos de “gosto nacional” também não parecem garantir público em salas para os documentários. Filmes sobre futebol, mesmo com a aproximação da Copa do Mundo no Brasil, tampouco fizeram

carreiras expressivas: *Fla X Flu: 40 minutos antes do nada* (Renato Terra, 2013) e *Santo Marcos* (Thiago Di Fiore, Fábio Di Fiore e Adolfo Rosenthal, 2013), atingiram 2.500 pessoas cada um. Parece então haver um abismo entre o filme documentário e a ideia de “sucesso de bilheteria”, pelo menos no mercado de salas. Muitas vezes, os documentários são vistos em cineclubes ou mostras, o que não contabiliza bilheteria e, portanto, torna-se difícil de mensurar. Para Calil:

Penso que em muitos casos o documentário chega ao cinema para beneficiar-se do mesmo efeito dos filmes de ficção: precisa ser exibido na tela grande para adquirir identidade industrial e depois percorrer as trilhas do mercado, com lançamentos em VHS e DVD, televisão a cabo etc. Enfim, adquirir visibilidade. Na verdade, nem importa realizar plenamente sua carreira na tela grande. O que vale é ter o cartaz, a exposição na mídia, a página do jornal, a entrevista na televisão (2005, p. 161).

Essa declaração vai ao encontro da definição de Barone citada no começo deste artigo, de que a sala de cinema, apesar de não ser a janela mais rentável, representa o início da trajetória comercial da obra. O filme passa a “existir” quando entra em cartaz, já que toda mídia espontânea gerada contribui com o resultado do filme nas janelas seguintes. É possível alegar que os filmes documentários no Brasil ainda seguem procurando espaço nas salas de cinema por conta da pouca atenção que a janela de TV dá a essa produção. Conforme declara Ballerini, “os documentários nacionais são encontrados apenas em emissoras como a TV Cultura, TV Brasil, Sesc TV e o Canal Brasil” (2012, p. 261).

Para o diretor Luiz Fernando Carvalho, responsável por importantes séries de TV como *Hoje é dia de Maria* (2005) e *A Pedra do Rei-no* (2007) há uma necessidade de a televisão brasileira se reciclar e passar por mudanças de programação:

Precisa mudar, afinal, me parece, o modelo está dando sinais de esgotamento. (...) Precisamos pensar

em uma televisão do futuro. A televisão pode se tornar mais leve e fluida, transparente em tudo, e o resultado desse movimento lhe trará diversidade, o frescor do novo, conteúdos emocionantes, sem falar na tal brasilidade (*apud* Racy, 2013).

O documentarista Kiko Goifman, em entrevista para o livro de Ballerini (2012), reforça a necessidade de se criarem melhores relações entre a TV e os documentários:

Nos anos 1990, houve iniciativas louváveis, como o DocTV. Mas o *reality show* tomou conta do espaço do documentário. Além disso, as TVs são tão poderosas, que exigem uma redução dos documentários para trinta minutos de duração, para se encaixarem na programação (...). Os canais de TV terão de perceber que o mundo inteiro está olhando para os documentários brasileiros. Por que nós mesmos não os valorizamos? Além disso, hoje nós nos informamos pela internet. A TV está se tornando obsoleta como geradora de conteúdo informativo. É onde o documentário pode entrar para aprofundar temas, em vez de concorrer com a internet, que é mais rápida e, em geral, mais superficial (2012, p. 265).

Para concluir, poderíamos retomar aqui a teoria de que uma das principais diferenças entre a TV e o Cinema é que a primeira é mais imediatista, menos reflexiva, podendo o cinema abordar os temas de forma mais poética e aprofundada. Seria, então, importante para os brasileiros se estes pudessem ter mais contato com essa grande safra de documentários: filmes estes feitos por artistas nacionais sobre as realidades múltiplas brasileiras, obras que poderiam ser exibidos em horário nobre na TV aberta, de forma gratuita ao espectador, mas com o compromisso do exibidor de criar de fato um “mercado” aos documentaristas, repassando ao produtor um valor digno de licenciamento por um real produto qualificado.

REFERÊNCIAS

ANCINE. **Observatório do Cinema e Audiovisual**. Disponível em: <http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/Informes/2013/Informe_anual_preliminar_2013-Publicado_em_15-01-14-SAM.pdf>. Acesso em: 20 de abril de 2014.

BALLERINI, Frantjesco. **Cinema brasileiro no século 21: reflexões de cineastas, produtores, distribuidores, exibidores, artistas, críticos e legisladores sobre os rumos da cinematografia nacional**. São Paulo: Summus, 2012.

FIGUEIREDO, Vera Lúcia Follain de. **Narrativas migrantes: Literatura, roteiro e cinema**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio 7 letras, 2010.

GOMES, Paulo Emílio Sales. **Cinema: trajetória do subdesenvolvimento**. 2 ed. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

LABAKI, Amir e MOURÃO, Maria Dora (orgs.). **O cinema do real**. São Paulo: Cosacnaify, 2001.

Racy, Sonia. **“A televisão brasileira tem dado claros sinais de esgotamento de seu modelo”**. Estadão Blogs. 16 dez. 2013. Disponível em <<http://blogs.estadao.com.br/sonia-racy/a-televisao-brasileira-tem-dado-claros-sinais-de-esgotamento-de-seu-modelo>>. Acesso em: 28 abr. 2014.

Redação TelaBR. **“Documentários nacionais ganham destaque em 2013”**. Tela BR, 5 dez. 2013. Disponível em <<http://www.telabr.com.br/noticias/2013/12/05/documentarios-nacionais-ganham-destaque-em-2013>>. Acesso em: 12 abr. 2014.

SILVA, João Guilherme Barone Reis e. **Comunicação e indústria audiovisual: cenários tecnológicos & institucionais do cinema brasileiro na década de 1990**. Sulina: Porto Alegre, 2009.

Sousa, Ana Paula. **“O risco é virarmos um gueto no cinema”, diz João Moreira Salles**. Folha.com, 7 abr. 2010f. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u717311.shtml>>. Acesso em: 20 abr. 2014.