

Dossiê Temático

Cinema: suas Políticas e sua Economia (2)

Apresentação

Anita Simis


Professora livre-docente do programa de pós-graduação em Ciências Sociais da UNESP, autora do livro *Estado e cinema no Brasil*.

Contato: anita@fclar.unesp.br

Este dossiê temático é o complemento de outro publicado nesta revista, no volume 17, número 3, em 2015, uma vez que o montante e a qualidade de artigos apresentados para comporem o Dossiê superaram as nossas expectativas.

Assim, procurando articular a ordem em que os trabalhos foram dispostos, no primeiro conjunto apresentamos aqueles que acentuaram críticas à forma como foram implementadas as medidas destinadas a proteger a produção de filmes em países como Argentina e Brasil e, neste volume, aqueles que de alguma forma se relacionam com a discussão sobre a exibição da produção nacional, seja no Brasil ou em outros países.

A própria escolha da entrevista, afora ser uma homenagem a Pedro Lima, um dos críticos que no início do século XX já valorizava o cinema nacional, se deu por ele enfatizar a importância de uma política para a exibição e, não por acaso, ter sido um dos pioneiros da proposta da legislação em prol da obrigatoriedade de exibição.

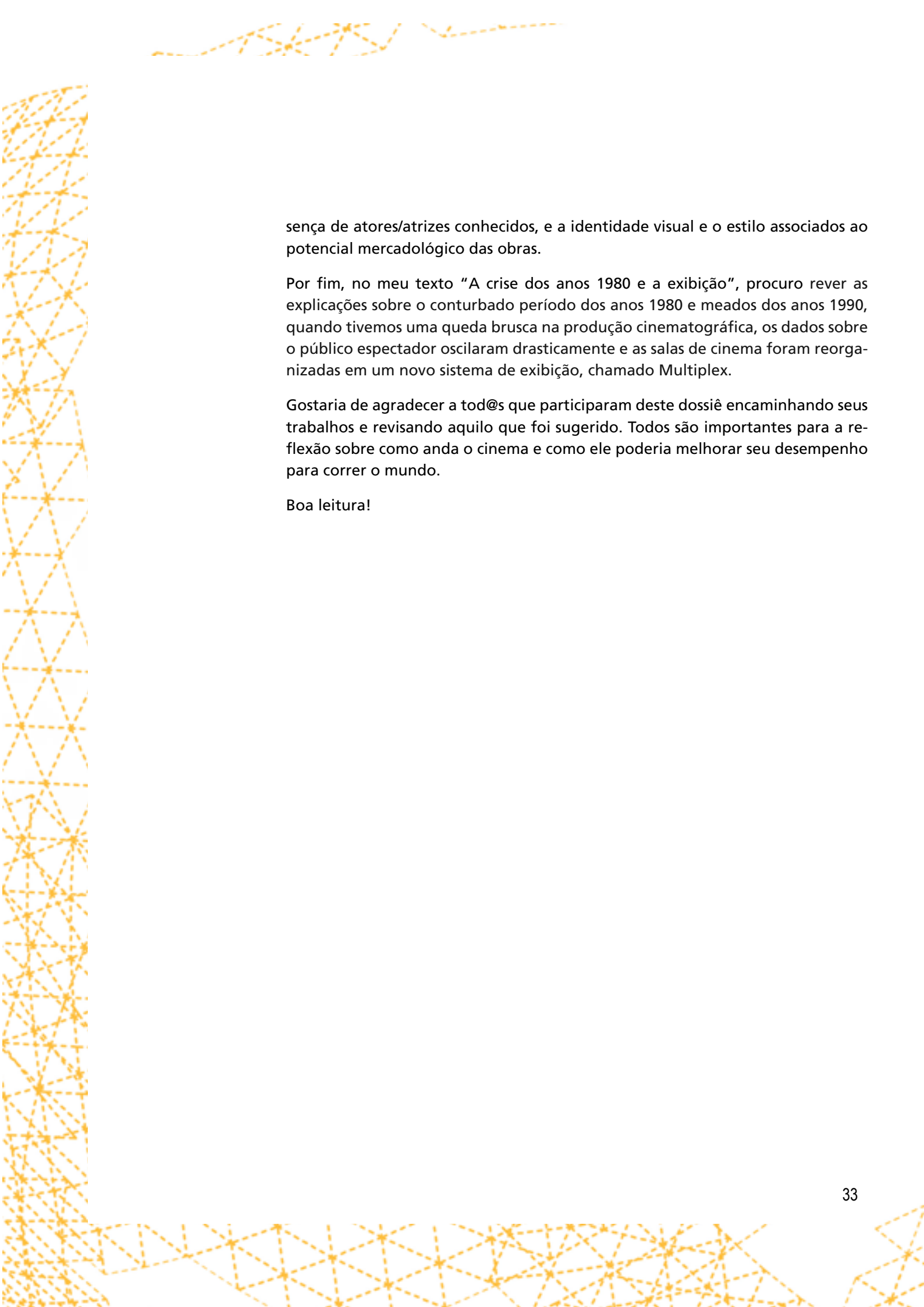


Hoje outras formas de exibição se impõem e a Lei 12.485/11 é uma resposta à ampliação dos caminhos percorridos por um filme ou para uma produção destinada à exibição televisiva. A Lei pode ser vista como responsável pelo ponto de inflexão na política cinematográfica? Oferece uma diversidade maior de experiências no âmbito da exibição audiovisual? Proporciona condições para maior sustentabilidade do setor do audiovisual, para o cinema ou para a televisão? Quais são seus limites? Três trabalhos analisam esse novo paradigma: “Lei da TV paga: um novo paradigma para a política audiovisual brasileira”, de Ana Paula da Silva e Sousa, “A Política de Fomento ao Audiovisual no Brasil e o lugar da TV”, de Katia Santos de Moraes e “Lei da TV paga: desafios modernos e globais do cinema brasileiro e/ou independente”, de Pedro Andrade Caribé.

A fragilidade das políticas cinematográficas no que tange à distribuição e exibição do filme nacional é analisada por Milena Times de Carvalho e Elen Cristina Geraldes. No trabalho “Cinema Perto de Você: análise de uma política pública de acesso ao cinema nacional”, as autoras analisam a formulação e implementação do programa de acesso ao cinema chamado Cinema Perto de Você, verificando em que medida ele cumpre com o objetivo de diversificar, descentralizar e expandir a oferta de cinema à população brasileira.

Outros trabalhos analisam comparativamente a circulação de filmes de longa-metragem que passam a operar nas margens do sistema. Em “O sucesso dos cinemas menores: baixo orçamento e alternativas cinematográficas no Brasil e na Galícia”, de Karine Ruy, Marta Pérez Pereiro e Sílvia Roca Baamonde, por exemplo, encontramos uma comparação entre as dificuldades de filmes brasileiros e galegos de baixo orçamento para entrarem nas salas comerciais mesmo que tenham conquistado prêmios. Outra autora que trabalha na perspectiva comparativa é Talitha Gomes Ferraz, com seu “Mais do que cinemas: parcerias entre esferas públicas, privadas e sociedade civil na reabertura de antigas salas de exibição no Brasil e na Bélgica”. Como o próprio título já sugere, sua pesquisa trata da reativação de antigas salas de cinema de acordo com políticas culturais que variam conforme governanças locais e em termos de estruturação física e simbólica dos espaços.

Outro país presente neste dossiê está no trabalho “Produção e distribuição de filmes no México: o caso de Mantarraya Producciones”, de César Barcenas. O caso apontado é investigado como um exemplo diferenciado para o alcance de sua produção a festivais de cinema, mercados de distribuição tradicionais e as novas janelas, pois avalia a distribuição mais adequada a partir de estratégias que envolvem as redes sociais. Sob outro ângulo, a questão de um planejamento de divulgação estratégico, também se apresenta em “Estratégias do *high concept* no cinema brasileiro: os casos de Cidade de Deus e Tropa de Elite 2”. Ana Maria Acker e Patricia Oliveira Iuva analisam o sucesso de público dos dois filmes citados no título do artigo e sua apropriação de mecanismos de marketing e promoção. A partir do *high concept* são analisados a força narrativa da ideia/conceito, a pre-



sença de atores/atrizes conhecidos, e a identidade visual e o estilo associados ao potencial mercadológico das obras.

Por fim, no meu texto “A crise dos anos 1980 e a exibição”, procuro rever as explicações sobre o conturbado período dos anos 1980 e meados dos anos 1990, quando tivemos uma queda brusca na produção cinematográfica, os dados sobre o público espectador oscilaram drasticamente e as salas de cinema foram reorganizadas em um novo sistema de exibição, chamado Multiplex.

Gostaria de agradecer a tod@s que participaram deste dossiê encaminhando seus trabalhos e revisando aquilo que foi sugerido. Todos são importantes para a reflexão sobre como anda o cinema e como ele poderia melhorar seu desempenho para correr o mundo.

Boa leitura!