

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE ARTES E COMUNICAÇÃO SOCIAL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

LIA BAHIA

**A TELONA E A TELINHA: ENCONTROS E
DESENCONTROS ENTRE CINEMA E TELEVISÃO NO
BRASIL**

NITERÓI

2014

LIA BAHIA

**A TELONA E A TELINHA: ENCONTROS E
DESENCONTROS ENTRE CINEMA E TELEVISÃO NO
BRASIL**

Tese apresentada ao Curso de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense, como requisito para a obtenção do Grau de Doutor.

ORIENTADOR: Prof. Dr. ANTÔNIO CARLOS AMANCIO DA SILVA
(TUNICO AMANCIO)

Niterói

2014

Ficha Catalográfica elaborada pela Biblioteca Central do Gragoatá

B151 Bahia, Lia.

A telona e a telinha: encontros e desencontros entre cinema e televisão no
Brasil / Lia Bahia. – 2014.

240f .

Orientador: Antônio Carlos Amancio da Silva.

Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal
Fluminense, Instituto de Arte e Comunicação Social, 2014.

Bibliografia: f. 220-240.

1. Multimeio. 2. Cinema. 3. Televisão. 4. Cultura. 5. Política.
I. Silva, Antônio Carlos Amancio da. II. Universidade Federal
Fluminense. Instituto de Arte e Comunicação Social. III. Título.

CDD 302.23

LIA BAHIA

**A TELONA E A TELINHA: ENCONTROS E DESENCONTROS ENTRE
CINEMA E TELEVISÃO NO BRASIL**

Tese apresentada ao Curso de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense como requisito para a obtenção do Grau de Doutor.

BANCA EXAMINADORA

Professor Doutor Antônio Carlos Amancio da Silva – Orientador
Universidade Federal Fluminense

Professor Doutora Patrícia Rebello
Universidade Estadual do Rio de Janeiro

Professor Doutor Alexandre Figueirôa
Universidade Católica de Pernambuco

Professora Doutora Ana Lúcia Enne
Universidade Federal Fluminense

Professora Doutora Mariana Baltar
Universidade Federal Fluminense

Professora Doutora Vera Follain de Figueiredo (suplente)
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

Professor Doutor Marildo Nercolini (suplente)
Universidade Federal Fluminense

Niterói, 2014

À AURORA DA MINHA VIDA, É CLARO!

AGRADECIMENTOS

Ao meu querido orientador por todos os saberes compartilhados, por toda sua disponibilidade e por toda sua generosidade. Minha admiração por você é imensa, não apenas pelo seu conhecimento e amor à pesquisa e à sala de aula, mas também pela sua integridade, ética e alegria. Foi você o primeiro a me apoiar a ter um filho no processo do doutorado. E tive minha Aurora que acompanhou dentro e fora da barriga essa pesquisa. Então, Tunico, eu só posso te agradecer por você ter me encorajado nesse meu mais bonito e melhor projeto que se chama Aurora. E mais uma vez: **SÓ PODIA SER VOCÊ!** Meu muito obrigada sempre e para sempre!

À Ana Enne por quem me apaixonei assim que conheci e tive os melhores ensinamentos sobre cultura e afeto. Lembro quando você me ligou no final da escrita da tese para me dizer de lembranças boas e da nossa amizade. Naquele momento fiquei com lágrimas nos olhos, me fortaleci e fui em frente. Quero seguir ao seu lado MUSA da minha vida.

À Mariana Baltar, minha porta estandarte, que acompanhou e me incentivou desde a primeira ideia de projeto de pesquisa, me guiando e fazendo crer que ia dar pé. Maricota, agradeço por ter dividido seu tempo e conhecimento comigo, pela linda amizade, pelos carnavais e pelas farras sempre deliciosas e por você fazer parte do dia a dia da minha vida.

À Vera Follain de Figueiredo, que foi minha professora de graduação na PUC e me marcou por suas aulas geniais. Agradeço pela troca e por tudo o que aprendi com você, seja em sala de aula ou, mais recentemente, nos textos e encontros fundamentais para esta tese.

Ao Alexandre Figueirôa com quem desde o princípio me identifiquei, seja nas conversas em congressos, seja no pensamento crítico das pesquisas realizadas.

Agradeço por sair de Pernambuco e vir para o Rio de Janeiro trocar ideias e conhecimentos. É um prazer e uma alegria apresentar meu trabalho para você.

À Patricia Rebello que prontamente aceitou o convite para integrar a banca e tenho certeza de um diálogo rico e permanente daqui para frente.

Ao Marildo Nercolini pelos ensinamentos, carinhos e parceria nesta e outras trajetórias.

À Silvinha, porto seguro do PPGCOM, pela dedicação e comprometimento com os alunos.

Aos meus amigos da UFF Hadija, Nina, Pedro, Marcel, Lucas, Isaac, Rodrigo, Mônica, Ana Cláudia pelas trocas, projetos, sonhos e parceria.

À Vera Zaverucha, minha referência e estrela do audiovisual brasileiro, com quem eu tiro todas as minhas dúvidas de mercado, leis e políticas públicas e com eu quem aprendo a cada conversa.

À Zeze, Chris, Rejane e Marcos pelas risadas, conselhos, sufocos e carinhos diários.

Aos meus amigos de todo o dia, minhas felicidades e amores: Flávia, Andrey, Tati, Mari Betti, Bianca, Canetti, Ani, Pimenta, Angélica, Mari Pinheiro, Taís, Marcelle, Beto Robalinho, Luiz Giban, Bia Paes, Amilcar, Aurélio, Lucas Teixeira, Pedro Estarque e Tati Leite.

Aos pequenos e melhores presentes: Maria e João que chegaram neste mundo para trazer alegria e felicidade.

À minha família por fazerem de tudo para eu ser feliz. À minha mãe e ao meu pai, minhas referências em tudo o que faço, por apoiarem as minhas escolhas e embarcarem comigo nos projetos sem receios, ao meu irmão por sempre estar ao meu lado, à minha avó pelos mimos e cuidados e ao Samuel pelo incentivo na vida acadêmica.

Ao meu amor, por sonhar junto e dividir comigo nosso mais lindo e precioso sonho: nossa filha. Agradeço por estar ao meu lado em todos os momentos e por me ensinar que o amor é a melhor e a mais importante coisa do mundo.

À minha filha, minha sereia, que me fez mergulhar fundo no maior amor que existe nesta vida. Agradeço por cada dia, descoberta e aprendizado que me faz ter certeza que o mundo será melhor com você.

À Capes, instituição de fomento à pesquisa pelo financiamento da pesquisa ao longo de quatro anos.

RESUMO

O trabalho investiga os encontros e desencontros entre cinema e televisão no Brasil atentado para as disputas, tensões, negociações, sincronias e potencialidades entre os meios. O fio condutor que conduz a investigação é a hipótese que os anos 2000 houve uma reinvenção do espaço audiovisual brasileiro, baseada na articulação entre cinema e televisão, para conformação de um projeto integrado de indústria audiovisual nacional. Contudo, é importante destacar que o processo de formação do cinema e da televisão no Brasil é herdeiro da circularidade cultural e artística, no qual circulavam referências e repertórios da cultura erudita e cultura popular desde seus primórdios. O marco da segregação na forma de distinção cultural - atribuindo ao cinema questões artísticas e relegando à televisão a função de entreter - são os anos 1960/70, momento de especialização diante da ampliação do mercado de bens culturais no país. A tradição discursiva de separação entre cinema e televisão se perpetuou até os anos 1990 nas instancias da crítica, das falas de legitimação, nos tratamentos institucionais de políticas públicas, nos modos próprios de fazer, produzir, distribuir e exibir. Os anos 2000 sinalizam uma transição política no espaço audiovisual que exige repensar as concepções historicamente estabelecidas. As experiências de circularidade entre cinema e televisão evidenciam o processo de deslocamento, interface e alargamento de fronteiras como estratégia de sobrevivência diante da cultura do consumo e da convergência. Mais do que um projeto resolvido e acabado, a convergência brasileira se evidencia, principalmente, em três dimensões interdependentes: o trânsito de profissionais, hoje, assumido e positivado; as cadeias e circuitos produtivos e as novas políticas públicas de integração entre os meios. Existe uma transição em curso que nos confronta com a necessidade de repensar concepções historicamente estabelecidas acerca do audiovisual no Brasil.

Palavras-chave: audiovisual – cinema – televisão – circularidade – convergência – cultura – política.

ABSTRACT

This research is about the similarities and differences between cinema and television in Brazil, looking into their controversies, tensions, negotiations, synchronizations and possibilities. The trial that leads the research is the theory of a reinvention of the Brazilian audiovisual space in 2000, sustained on an articulation between cinema and television to create an integrated project of audiovisual industry. Nevertheless, it should be mentioned that the cinema and television formation process in Brazil is the result of a cultural and artistic circularity, where there could be found references and repertoire of the erudite and popular culture since its beginning. The milestone of segregation on its cultural distinction way - crediting artistic matters to cinema and leaving the entertainment role to television - are the 1960/70, time of specialization in the context of a growing market of cultural goods in Brazil. The discursive tradition of a distinction between cinema and television persisted till the nineties in critic emplacement, legitimation speeches, institutionalised public politics, and in the way of making, producing, distributing and displaying. The year 2000 suggests a political transition in the audiovisual space that demands a rethink of historically established notions. Circularities of occurrences between cinema and television bring light to the process of deslocation, interface and frontier broadening as a survival strategy in face of the consumer culture and convergence. The Brazilian convergence is not a solved and finished project, and it shows, mostly, on three independent dimensions: the flow of professionals; chains and production circuits, and the new public politics of integration between the media. There is a transition happening that makes us face the necessity of rethinking some of the Brazilian audiovisual historically established conceptions.

Keywords: audiovisual - cinema - television - circularity - convergence – culture - politics

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	14
-------------------------	-----------

PARTE 1	31
----------------------	-----------

A TRADIÇÃO DISCURSIVA DA SEPARAÇÃO E SUA FALÁCIA: NOTAS DA FORMAÇÃO AUDIOVISUAL BRASILEIRA E SUA CIRCULARIDADE

1. Das projeções ambulantes às salas de exibição: a formação do cinema e seus diversos circuitos 39
2. Os anos 1930 e o sonho de industrialização: misturas, fluxos e projetos ... 56
3. Abram alas para a televisão entrar no ar 71
4. A caixa preta: a presença de filmes nacionais na televisão brasileira (1950-1960) 86
5. A angústia da contaminação e a formação do mercado de bens simbólicos no Brasil (1960-1990) 97
6. Trajetórias deslizantes na tríade: Carlos Manga, Roberto Farias e Daniel Filho 117

PARTE 2	130
----------------------	------------

UMA MUDANÇA EM TRANSIÇÃO: O PROJETO DE AUDIOVISUAL BRASILEIRO E A CIRCULARIDADE COMO RECURSO

1. Cultura do consumo e convergências audiovisuais possíveis: o projeto para o audiovisual brasileiro contemporâneo 135
2. Entre estrelas e desconhecidos: trânsito de profissionais entre cinema e televisão nos anos 2000 152

3. Cadeias e circuitos produtivos: novas arquiteturas audiovisuais brasileiras...	162
4. Ensaaios de encontros entre cinema e televisão: percursos da política pública brasileira nos anos 2000.....	191
CONSIDERAÇÕES FINAIS	215
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	220

INTRODUÇÃO

O espaço audiovisual brasileiro enfrenta mudanças estruturais que parecem deslocar o cinema e a televisão dos rígidos lugares de distinção cultural, demarcados historicamente. Os meios audiovisuais têm recebido no Brasil tratamentos distintos na análise teórica e nas formulações políticas. Enquanto o olhar sobre a televisão é dirigido para a indústria/entretenimento, o enfoque sobre o cinema volta-se para o artístico/cultural; enquanto a televisão é um negócio empresarial-comercial, o cinema é majoritariamente política estatal. Os críticos, a partir do paradigma da arte, acusam a televisão como símbolo máximo da decadência. Os poucos que se arriscam a abandonar essa denúncia propõem um projeto didático-pedagógico insuportável. Cinema sim é considerado arte autônoma.

O marco da segregação na forma de distinção cultural - atribuindo ao cinema questões artísticas e relegando à televisão a função de entreter - são os anos 1960/70, momento de especialização diante da ampliação do mercado de bens culturais no país. Ao longo das décadas seguintes, com a definitiva consolidação da televisão no Brasil, isso se torna ainda mais evidente, construindo, a partir desses lugares discursivamente segregados, o espaço audiovisual brasileiro. Ambos os meios foram categorizados como unidades estéticas e éticas distintas que orientaram a indústria do audiovisual nacional e suas estratégias de comunicabilidade.

A tradição discursiva de separação entre cinema e televisão se perpetuou até os anos 2000 nas instancias da crítica, das falas de legitimação, nos tratamentos institucionais de políticas públicas, nos modos próprios de fazer, produzir, distribuir e exhibir. No entanto, na prática, a circulação de alguns agentes (atores, diretores, produtores e técnicos) entre cinema e televisão nunca deixou de existir, mesmo que algumas fossem veladas. Exemplos clássicos e usuais são: *Os Trapalhões*, *Xuxa*, a presença de diretores de cinema na televisão (Carlos Manga, Roberto Farias, Daniel

Filho, Walter Lima Jr. e Eduardo Coutinho), além, é claro, da circulação dos atores entre ambos os meios audiovisuais.

O país é herdeiro de uma formação audiovisual que, em seu processo histórico de modernização¹, apartou e distinguiu discursivamente os meios audiovisuais relegando ao cinema o papel artístico e à televisão a função comunicativa. As dicotomias observadas se estendem para outras mídias e fundamentam os estudos sobre o espaço audiovisual brasileiro². É possível verificar essa segregação examinando a literatura existente de cinema e televisão no Brasil. A tradição de estudos sobre o audiovisual no Brasil é marcada pela ênfase na contribuição estética do produto e na visão segmentada dos meios. As pesquisas sobre os meios têm fronteiras precisas e reiteram o isolamento e autonomia dos mesmos, construindo uma narrativa linear, que se torna hegemônica.

O potencial dinâmico da pesquisa histórica tende a perturbar supostas genealogias práticas e teorias já consolidadas. O estudo aposta em deslocar o lugar das perguntas para tornar investigável o lugar do cinema e da televisão no Brasil, para além da chantagem culturalista, que tendeu a cristalizar discursivamente a televisão em processo de degradação cultural e o cinema como arte autônoma.

Importante sublinhar que a pesquisa reconhece as múltiplas tendências, tensões, estéticas e diferentes movimentos que compõe o cinema brasileiro. No entanto, mais do que reiterar o discurso do cinema arte *versus* cinema industrial, a pesquisa irá trabalhar com a categoria de cinema brasileiro, deslocando o dualismo existente dentro do campo cinematográfico. Existe um movimento permanente de aproximação e distanciamento entre as dimensões políticas, estéticas e comerciais que refletem as ambiguidades, projetos e contradições do que é o cinema brasileiro.

O cinema deve ser assim visto desde seu nascimento como processo vivo e não como produto de ruptura em relação às práticas culturais anteriores e posteriores. O cinema não está preso a inatividades discursivas e burocráticas. Ele acompanha a crise e transformações sociais, culturais, econômicas e tecnológicas, escancarando uma condição de crise permanente. “De fato, não há identidade única a ser mantida, e o

¹ Refere-se a distinção dos processos de modernização entre países centrais e periféricos. Nos primeiros a tradição teria sido rompida por movimentos revolucionários (Inglaterra e França) e nos segundos a emergência da modernidade resultaria de composições entre elites modernas e tradicionais, especialmente as vinculadas aos interesses agrários (VIANNA, 2012).

² O princípio de fluxos de Heráclito perdeu para o princípio da estabilidade de Parmênides e o mundo ocidental foi moldado a partir da polarização binária e hierarquização.

cinema em sua essência foi encontrado na transformação de rituais sagrados em entretenimentos irreverentes” (GUNNING in Xavier, 1996, 17).

Assim como o cinema, a investigação entende a televisão com um espaço de lutas, recuos e possibilidades e não como meio chapado e alienado, alheio às disputas políticas, estéticas e comerciais. Como afirma Barbero e Rey se a *incultura* constitui a quintessência da televisão, ela se explica pelo desinteresse e pelo desprezo dos intelectuais pela televisão (2004).

Os anos 2000 sinalizam uma transição política no espaço audiovisual que exige repensar as concepções historicamente estabelecidas. As experiências de circularidade entre cinema e televisão evidenciam o processo de deslocamento, interface e alargamento de fronteiras como estratégia de sobrevivência diante do adensamento transnacional das trocas econômicas e culturais. Nos anos 2000, o discurso da circularidade entre os meios se fortalece e políticas privadas e públicas são desenhadas e acionadas no Brasil para integração entre cinema e televisão. Há um desconforto de críticos, especialistas e pesquisadores, acostumados a lidar com o cinema e a televisão como formas de expressão audiovisual isoladas, diante do discurso promocional da “invenção” da convergência tecnológica, mercadológica, de linguagens e de formatos que tem caracterizado, de maneira cada vez mais acentuada, o audiovisual brasileiro.

A tendência de entrecruzamento dos meios audiovisuais, principalmente cinema e televisão, se apresenta no cenário contemporâneo como discurso e ferramenta econômica para tencionalizar os produtos nacionais no mercado local e global. Meios, que até então se encontravam relativamente segregados dentro da hierarquia cultural, se misturam, através do processo da hibridação, gerando produtos de trânsito e circulares. Como consequência há alargamento de fronteiras do culto, popular e massivo na produção audiovisual. Para Canclini mais do que a dissolução das categorias tradicionais do culto e do popular no mercado cultural, o que se rompe é a pretensão de cada campo se considerar como autônomo (2006).

Partindo da premissa que o espaço da cultura é o espaço das lutas e disputas, das resistências e seduções e das ambiguidades e tensões, percebi nos meus estudos que as velhas verdades modernas estão enfraquecidas e precisam ser complexificadas. O espaço, as categorias e os significados são sempre disputados e não há mais lugares e fronteiras precisas. E é disto que trata essa pesquisa: dos encontros e desencontros entre cinema e televisão no Brasil e seus enfrentamentos e intercâmbios. A investigação

busca contribuir para mudanças de perspectivas históricas dos estudos sobre o espaço audiovisual nacional.

Há uma lógica de interdependência fundamental entre os meios, que está na base do processo produtivo do audiovisual global. Existe uma reorganização importante de bases transnacionais que são reapropriadas e inseridas na formação sociocultural do audiovisual brasileiro. As demandas da cultura do capitalismo ganham roupagem singular no país, dialogando com continuidades e contradições históricas locais e demandas e tendências globais. A visão polarizada e dicotômica entre cinema e televisão é revisada como estratégia de fortalecimento de produções próprias.

Estes processos são recentes no país e ainda estão em consolidação; contudo, já apontam mudanças que precisam ser problematizadas e debatidas. Existe uma transição em curso que nos confronta com a necessidade de repensar concepções historicamente estabelecidas acerca do audiovisual no Brasil. Diante do cenário de transformações advindas da reorganização econômica, é preciso problematizar os avanços, negociações, possibilidades, limites e tensões, atentando para os discursos, políticas e ações de rupturas e continuidades do espaço audiovisual brasileiro, e para o futuro deste, que está sendo redesenhado hoje.

As experiências de entrecruzamento de cinema e televisão se inscrevem entre os processos de deslocamento e alargamento de fronteiras como estratégia de sobrevivência diante do adensamento da circulação econômica e cultural transnacional. A categoria de circularidade plasma discursos, práticas e políticas institucionais cada vez utilizados para o desenvolvimento do audiovisual no mundo globalizado de economia capitalista. A circularidade torna-se um recurso do capital que tem por objetivo a ampliação da produção e consumo de obras audiovisuais. E mais do que isso: o discurso da circularidade se torna um recurso estratégico e conveniente do sistema capitalista global que tem como premissa a política de hibridação - estratégia a negociação diante das diferenças e divergências culturais.

Na sociedade global, os processos de hibridação são de interesse tanto dos setores hegemônicos como dos populares, tanto de países desenvolvidos como dos em desenvolvimento. Contudo, a desigualdade de apropriação de bens culturais e na produção de inovação não desaparece, mas esta não se mostra mais de forma aparente e polarizada como oposição entre dominadores e dominados. Os processos hoje são mais transculturais e demandam análises mais cuidadosas sobre as assimetrias de poder. Hibridação não é fusão sem contradições.

Para Canclini é importante analisar os processos de hibridação contemporâneos na região para entender as “estratégias de entrada e saída da modernidade” (idem, p. XXV). Os processos de hibridação se tornam recurso estratégico para negociar, resistir e aderir ao projeto moderno capitalista global. Canclini define hibridação como “processos socioculturais nos quais estruturas ou práticas discretas, que existiam de forma separada³, se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas” (CANCLINI, ibidem, p. XIX).

Como as fronteiras entre as práticas culturais nunca foram tão nítidas quanto o discurso moderno proclamou, ainda mais em países periféricos no qual a modernidade se configurou de maneira singular em uma composição híbrida, os processos de hibridação requerem (re)encaixes nas formulações das políticas culturais transnacionais e interculturais uma vez que afrouxam as fronteiras distintivas, ampliam os espaços de mesclas e conferem força mercadológica e de consumo aos bens culturais. Há, conseqüentemente, um embaralhamento das fronteiras divisórias entre a produção cultural, provocando a crise de identidade dos meios.

O audiovisual nacional contemporâneo se depara, então, com a necessidade de reinvenção, já que o discurso hierárquico e segregador, historicamente construído, não dá conta do adensamento do processo de entrecruzamentos culturais demandados pelo sistema capitalista: nacional e global, culto, popular e massivo. A circularidade torna-se então uma estratégia positiva para sobrevivência do audiovisual nacional neste mundo no qual as fronteiras mudam de lugar e se alargam.

O discurso da circularidade dos meios audiovisuais, principalmente cinema e televisão, é acionado como forma de potencializar os produtos nacionais no mercado local e internacional. Meios que até então se encontravam discursivamente segregados, obedecendo aos preceitos da hierarquia cultural, se misturam e geram produtos declaradamente circulares.

A positivada e programada circulação de profissionais entre os meios, os novos processos de produção, distribuição e exibição e a legislação dos anos 2000 indicam uma forma de fazer e pensar cinema e televisão no Brasil que está alinhada com o valor benéfico da circularidade. Nem tudo é novo nos anos 2000. O atravessamento entre as linguagens sempre foi uma prática, no entanto, ela ganha discurso positivo na contemporaneidade.

³Ou que eram percebidas de forma separada.

Há continuidades e rupturas no espaço audiovisual brasileiro que estão inseridas no espírito do tempo contemporâneo. Num mundo global permeado pela cultura da imagem, o espaço audiovisual brasileiro será reorganizado e reinventado, a partir do deslizamento de linguagens, políticas públicas e privadas e canais e circuito de produção.

Entender e analisar as singularidades do processo de reinvenção do audiovisual brasileiro dos anos 2000 é o objetivo deste estudo. Se a convergência transmidiática é uma tendência mundial do capitalismo e da cultura do consumo, no Brasil esse processo se apresenta de maneira particular, que coaduna com o processo de formação contraditória da América Latina. Em nenhum país da região houve a adoção mimética dos modelos e referenciais importados; o caso do audiovisual brasileiro não será diferente.

Para Canclini, na América Latina as tradições ainda não se foram e a modernidade não acabou de chegar à região, gerando contradições e desvios históricos (ibidem). Os avanços modernos (democratização, industrialização, organização política) não chegaram a todos e nem as tradições foram superadas, gerando uma modernização singular. Para o autor, as transformações modernizadoras não seriam possíveis dentro dos limites do capitalismo existente, isto é, houve uma defasagem entre a modernização aparente e as condições materiais e de mercado (ORTIZ, 2001). A história da América Latina se faz entre saltos e atropelos que geram contradições, desníveis no processo de modernização⁴.

O movimento artístico modernista não encontrou equivalente já que a modernização na região se deu de maneira pontual e contraditória. A convivência de temporalidades diferentes fez com que fosse preciso “entender a sinuosa modernidade latino-americana repensando os modernismos como tentativas de intervir no cruzamento de uma ordem dominante semi-oligárquica, uma economia capitalista semi-industrializada e movimentos sociais semi-transformadores” (CANCLINI, ibidem, p. 83).

⁴ A América Latina não sedimentou um amplo público leitor, a maior parcela da população tem o audiovisual como fato cultural principal. A hegemonia audiovisual na região é constituída pela mescla da cultura oral, experiência cultural primária das maiorias, com as novas técnicas da visualidade, denominada de “oralidade secundária”. As massas na América Latina foram inseridas na modernidade não pelo livro ou pela cultura letrada, mas a partir da articulação da cultura oral às experiências e por formatos audiovisuais, o que a distingue do projeto ilustrado europeu. Portanto, outra modernidade tem sido apresentada à América Latina: uma modernidade que mescla oralidade e visualidade, e que tem o audiovisual como principal meio de comunicação de massa. A sensibilidade, a partir das culturas audiovisuais e não da cultura letrada, apresenta desafios para países da América Latina.

Nos anos 1990 a América Latina se modernizou no campo cultural, político e econômico, no entanto, a região vive uma outra modernização. De acordo com Canclini, na segunda metade do século XX a modernização foi impulsionada mais pela política privada do que pelos Estados-nacionais. Assim a democratização da cultura foi realizada via indústrias culturais, que pertencem majoritariamente às empresas privadas e não por política de Estado.

Considerando a relevância de compreender a configuração contemporânea, este estudo privilegia uma visão sistêmica e a partir do conceito de circularidade para ler, entender e analisar o espaço audiovisual brasileiro nos anos 2000, diante do discurso da convergência transmidiática e da circularidade. Este recorte pretende ampliar o conhecimento já existente dos estudos sobre o audiovisual brasileiro, a partir de uma visão orgânica, e assim avançar na reflexão sobre como a cultura audiovisual brasileira contemporânea se insere, reage, negocia e se apropria do recurso mundial da “cultura da convergência”. Diante deste cenário torna-se evidente que a nova configuração do audiovisual brasileiro pede uma nova abordagem e metodologia de estudo uma vez que as antigas, apesar de servirem como referências, não dão conta da questão proposta pela presente pesquisa.

O trabalho enfoca os encontros, desencontros, negociações, circularidades, tensões, atritos, disputas e ambiguidades culturais que conformam o espaço audiovisual brasileiro contemporâneo, tendo como objetivo questionar as velhas certezas e abrir novas brechas para reflexões e investigações para o audiovisual brasileiro. Para estudar a configuração contemporânea do audiovisual brasileiro foi necessário buscar abordagens e recursos metodológicos adequados uma vez que os referenciais disponíveis, apesar de servirem como fontes obrigatórias de consulta e inspiração não dão conta da questão proposta pela presente pesquisa.

As singularidades, limites e possibilidades do audiovisual brasileiro contemporâneo serão investigados principalmente a partir dos discursos, práticas e políticas. Novas armas de lutas são acionadas para que o audiovisual nacional possa entrar, resistir e negociar no mercado de bens simbólicos global. A reorganização do espaço audiovisual brasileiro convive com a formação periférica brasileira e com as tendências e discursos globais de convergência. A primeira hipótese da pesquisa é que as experiências recentes ocorridas no país compõem formas de convergências singulares que são estruturais e conjunturais do caso brasileiro, no qual convivem elementos locais e globais, arcaicos e novos, tradicionais e de vanguarda.

O cinema e a televisão refletem as diferentes marcas culturais e estão intimamente relacionados aos diferentes períodos da história política e econômica do país. A pesquisa irá analisar e avançar nas conexões/ desconexões e encontros/desencontros entre cinema e televisão no Brasil, tema ainda pouco abordado e trabalhado pelas instituições de ensino e pesquisa, que têm preferido manter e reiterar a clássica hierarquia cultural entre os meios.

O debate sobre o audiovisual no Brasil ainda é muito datado e referenciado no passado, o que muitas vezes impede que os estudos sigam para outras direções. Para atingir o objetivo principal da pesquisa - analisar o projeto e processo de reinvenção do espaço audiovisual brasileiro - é necessário superar a limitação da tradição de estudos sobre os campos do audiovisual em separado (em especial cinema e televisão) e avançar, buscando pensá-los na sua organicidade e interpenetração.

Para se entender o projeto contemporâneo, foi realizada uma breve genealogia da formação do espaço audiovisual brasileiro, pontuando os avanços, oportunidades, lacunas e barreiras para o desenvolvimento do cenário atual. Portanto uma historicização do processo de diálogo cinema e televisão para além da análise de sua face contemporânea é fundamental para evitar equívocos de atribuição de inovações ao que é já passado. Neste sentido, o objeto de estudo é complexo e compreende muitas lateralidades.

A primeira parte do trabalho será dedicada à falácia da separação entre cinema e televisão no Brasil. O trabalho mostra como, desde a formação do espaço audiovisual brasileiro, este é dotado de interfaces e circularidades, apesar da tradição discursiva enfatizar e insistir na segregação e isolamento entre os campos.

Buscarei iluminar um processo ocultado da historiografia clássica do cinema e da televisão: os encontros e desencontros entre os meios. Não irei assim remontar a história dos meios, e sim pontuar e analisar o que interessa para essa outra narrativa baseada nas relações de aproximações e separações entre cinema e televisão.

Para isto, esta primeira parte será dividida em seis capítulos: os quatro primeiros refletem sobre a formação do espaço audiovisual brasileiro, incluindo análises sobre o fluxo de profissionais, o perfil do público, as políticas privadas e estatais e o processo social e produtivo dos campos cinematográfico e televisivo. Este período compreende o início do século passado, e a formação do espaço audiovisual brasileiro: surgimento do cinema como atração espetacular moderna e a inauguração e construção da identidade televisiva no país nas décadas de 1950/60.

Neste contexto, cinema e televisão disputaram o título pela categoria de modernidade que tanto possuía conotação positiva como negativa. O cinema foi alvo de críticas de intelectuais por ser rápido e ágil; anos mais tarde a televisão iria acusar o cinema de monotonia e lentidão. A disputa estava baseada nas formas de conceder a modernidade e não entre tradição e modernidade. O jogo com a categoria de modernidade permeou as disputas e os diferentes posicionamentos do cinema e da televisão ao longo de sua formação.

Também destaco que os pontos de encontros, circulação e tensões entre as mais diversas linguagens (literatura, teatro, música, cinema, circo, rádio e televisão) foram mais frequentes e fluídos do que está disseminado pelo senso comum. Na cultura de massa a memória popular irá se entrecruzar, hibridizar com o imaginário burguês que passará ao cinema, radioteatro e telenovela. Essa história permite deslocar os maniqueísmos que fundamentam os discursos sobre cinema e televisão no Brasil. O discurso dicotômico incapacitou pensar a trama da cumplicidade entre discursos hegemônicos e subalternos e o movimento permanente das intertextualidades e intermedialidades que alimentam os diferentes gêneros e meios. O que parece ser uma novidade nos anos 2000 é uma leitura positivada e potencializada por meio de recursos institucionais – ai sim a novidade – da formação do espaço audiovisual brasileiro.

O quinto capítulo avalia a trajetória do espaço audiovisual brasileiro de 1960 até o início dos anos 1990, período marcado pelo discurso da segregação entre cinema e televisão. Um discurso que setorializou os meios e os hierarquizou. É o que o Andréas Huyssen denominou de “angústia da contaminação” (1996) para caracterizar a reação do modernismo à cultura de massa crescente e opressiva e busca por demarcações distintas entre cultura de elite e cultura de massa.

O campo cinematográfico se estruturou de maneira diferente da televisão: buscou uma estética da autonomia em contraposição à cultura de massa emergente no período. A televisão por sua vez foi tecida dentro de um mosaico de referências explícitas que rapidamente se consagrou como uma miscelânea popular. Essa tensão esteve diretamente ligada à dicotomia do alto *versus* baixo e à angústia da contaminação do cinema por parte da cultura de massa emergente.

O próprio Estado estabeleceu políticas diferentes para o cinema e a televisão. Uma das mais evidentes continuidades da política estatal no espaço audiovisual foi a não integração do cinema e da televisão no Brasil. O cinema foi financiado por recursos públicos e teve o Estado como seu maior e melhor parceiro. A televisão, por sua vez, é

uma concessão pública e contou com investimento estatal em sua fase de estruturação, sempre gerenciada pela iniciativa privada. Para além da produção, o Estado atuou de maneira diferente seja nas políticas de distribuição e exibição/emissão regulando o mercado de cinema e deixando a gestão da televisão nas mãos de agentes privados.

Por fim, o sexto capítulo irá se voltar para as trajetórias deslizantes de Carlos Manga, Roberto Farias e Daniel Filho que carregam em seus trabalhos e falas o atravessamento entre cinema e televisão. E tornam evidente a mediação entre os meios, que, neste momento histórico, se quis silenciosa.

Portanto, outra hipótese desta pesquisa é a que há neste período histórico uma memória silenciosa da circularidade. Como se os meios já não se tocassem mais e fossem dotados de autonomia produtiva. É o discurso da dicotomia e separação que orienta os estudos sobre cinema e televisão no país, com alguns poucos produtos e processos considerados de exceção. Este trabalho pretende evidenciar, através da análise do processo histórico do espaço audiovisual brasileiro, como, o discurso interessado apoiado na segregação consolidou uma política de distinção entre os meios audiovisuais e impediu a formação de um espaço audiovisual sistêmico e industrializado.

O segundo momento do trabalho irá discorrer sobre a reconfiguração do espaço audiovisual a partir do final dos anos 1990/2000. Após um histórico marcado pelo discurso de distinção hierárquica entre cinema e televisão, nos anos 2000 as abordagens baseadas na polarização entre cinema e televisão parecem ter perdido potência explicativa diante das demandas do capitalismo contemporâneo e do discurso da convergência transmidiática⁵ (JENKINS, 2008).

A partir deste período os meios terão que lidar com a exposição e o desvelar do velho e tão temido encontro. Como se o caso entre cinema e televisão saísse do armário, ou ao menos estivesse em um armário de vidro. A própria adesão ao termo audiovisual é recente e é em sim uma pista desta reconfiguração que irei analisar. Entra em cena um novo discurso ordenador das políticas e práticas para o audiovisual no país. A circularidade cultural é reincorporada como recurso no espaço audiovisual seja através de discursos, políticas ou práticas. Há um adensamento das práticas circulares e enfraquecimento dos processos dicotômicos. Este processo é a marca do espírito do tempo do contemporâneo.

⁵ Esta pesquisa vai contra o pensamento único que legitima a tecnologia como o grande catalisador de mudanças socioculturais. A tecnologia aprofunda e acelera mas não é o único e grande mediador.

O processo da circularidade cultural é adensado e potencializado no espaço audiovisual em função de atravessamentos do capital, da política e das transformações de hábitos socioculturais e tecnológicos. Em tempo de centralidade das tecnologias das comunicações e suas transversalidades e imbricações no cotidiano, a cultura e a comunicação se explicitam como jogo de mediação, afetação e mobilidade.

A internet pode ser vista como o solo comum da representação audiovisual. Ela engloba, dinamiza, democratiza os conteúdos audiovisuais, sejam eles do cinema, da televisão ou próprios, em um mesmo sistema. A internet se consolida portanto como acervo mundial de conteúdo de cinema e televisão, além de se tornar espaço de visibilidade, extensão e circulação dos produtos audiovisuais. Contudo, a presente pesquisa não irá analisar este fenômeno mais recente. O estudo irá se deter a desfazer uma percepção histórica superficial de segregação entre cinema e televisão no Brasil. Pois entendo que é no diálogo entre cinema e televisão que se desdobra mudanças iniciais e estruturais para o espaço audiovisual brasileiro nos anos 2000.

O discurso da circularidade dos meios audiovisuais, principalmente cinema e televisão, é acionado como forma de potencializar os produtos nacionais no mercado local e internacional. Meios que até então se encontravam discursivamente segregados, obedecendo aos preceitos da hierarquia cultural, se misturam e geram produtos declaradamente circulares. Os campos cinematográfico e televisivo são vivos e estão em constante transformação mediante discursos, políticas e ações. O cinema e a televisão não estão isolados das dinâmicas socioeconômicas do país e do mundo. O desenvolvimento ou recuo do campo cinematográfico guarda relação direta com as políticas econômicas e culturais (globais e locais). É este processo de reinvenção do espaço audiovisual brasileiro que será analisado na terceira parte da pesquisa.

Nesta segunda parte do trabalho procurarei entender como as teorias contemporâneas globais sobre cultura, capitalismo tardio, consumo e convergência atravessam o espaço audiovisual brasileiro nos anos 2000 e geram um processo de convergência singular que é estrutural e conjuntural do caso brasileiro. Existe uma reorganização importante de bases transnacionais que será combinada com o processo sociocultural do audiovisual brasileiro. Assim, as demandas da cultura do capitalismo e do consumo ganham roupagem singular no país, dialogando com continuidades e contradições históricas locais e demandas e tendências globais. Os estudos sobre convergência tendem a ser integrados e positivos, se afastando muitas vezes de uma visão crítica. Irei estar atenta a conceitos como convergência e narrativa transmidiática

amplamente trabalhados pelo mercado e pela academia, mas tão pouco problematizados no contexto brasileiro.

A partir desta reflexão teórica, a segunda parte da pesquisa detém-se em três dimensões de investigação interdependentes, aquelas que suponho concentrarem as possibilidades da convergência brasileira: 1. Circularidade de profissionais nos anos 2000; 2. Cadeias e circuitos produtivos; 3. Políticas públicas. Como já mencionado, há sim novidades que parecem reorganizar ou desorganizar o espaço audiovisual brasileiro. E ainda, há processos que já acontecem desde os primórdios do cinema, mas fazem parte de um novo projeto para o audiovisual. O trânsito de atores, diretores e profissionais entre meios sempre foi uma realidade na história do audiovisual brasileiro. O que é novo, é que agora essa prática se explicita como processo positivo e está na base do discurso produtivo. O que era silenciado se revela como novidade potencializadora. São acionadas metodologias para integração e fortalecimento do espaço audiovisual brasileiro, tanto em âmbito privado quanto estatal.

O planejamento atravessado e entrelaçado das cadeias e circuitos produtivos se torna uma novidade fortemente apoiada e fomentada pelos discursos e ações das políticas públicas e iniciativas privadas. São acionadas metodologias para integração e fortalecimento do espaço audiovisual brasileiro, tanto em âmbito privado quanto estatal. A regulação do discurso através do Estado busca dar estabilidade à ordem da circularidade enquanto os agentes do mercado e esfera privada buscam reconstruir as práticas sociais circulares e híbridas. Como marcos institucionais – produção de discursos públicos - destaco a criação da Globo Filmes e a Lei 12.485 de 2011 que estabelece novos marcos regulatórios para a TV por assinatura.

O audiovisual brasileiro nos anos 2000 é revestido pelo princípio da circularidade como categoria positiva. Não quero dizer com isso que não há tensões e resíduos modernos. Contudo, a lógica discursiva e produtiva que orienta o mercado audiovisual brasileiro é a da circularidade como recurso – recurso positivo.

Apesar de a pesquisa ter como objeto os encontros e desencontros entre cinema e televisão e a composição orgânica e sistêmica do espaço audiovisual, é importante pontuar que o recurso da circularidade é incorporado e potencializado pelas artes visuais. Como afirma Huyssen:

A cultura de massa como a conhecemos no Ocidente é impensável sem a tecnologia do século XX: as técnicas de mídia, as tecnologias de transporte (público e privado), o espaço doméstico e o lazer. A cultura de massa depende das tecnologias de produção e reprodução

em massa, e desta forma, da homogeneização da diferença. Embora geralmente se reconheça que essas tecnologias transformaram substancialmente o cotidiano no século XX, é bem menos reconhecido o fato de que a tecnologia e a experiência de uma vida cada vez mais tecnologizada transformaram a arte (HUYSSSEN, 1996, p. 29).

O barateamento e a difusão do vídeo no fim da década de 1960 incentivam o uso não-comercial desse meio por artistas do mundo todo, principalmente por aqueles que já experimentavam as imagens fotográficas e fílmicas. O vídeo e a televisão entram com muita força no trabalho artístico, frequentemente associados a outras mídias e linguagens. Nesse momento, instalações e performances são amplamente realizados, sinalizando as novas orientações da arte em especial à realidade urbana e à tecnologia. Cada vez mais as obras articulam diferentes modalidades de arte como dança, música, pintura, teatro, escultura, literatura, desafiando as classificações e fronteiras habituais, questionando os limites estéticos e a própria definição de arte.

A arte visual contemporânea potencializa, por meio de múltiplos usos dos recursos tecnológicos e midiáticos, o movimento dos anos 1960 e aprofunda a visibilidade dos deslizamentos e fluxos próprios do contemporâneo. As videoinstalações, mappings, videoartes e as múltiplas criações artísticas e multimídia expõem as misturas e os entrelaçamentos entre a alta cultura e a cultura de massa, entre os diversos suportes, muitas vezes criticando a “grande divisão” da sociedade moderna e a sociedade da imagem⁶. Para Alexandre Figuerôa e Yvana Fachine, os discursos se organizam no trânsito e no movimento entre formas resultando em um hibridismo das linguagens e das mídias na contemporaneidade (2002).

Sob esse ângulo aberto, a participação da televisão no cinema nacional se limita, hoje, muito menos ao que uma pode colaborar com a outra do que a um conflito mortal entre os meios. O mais significativo de tudo é que paradoxalmente, a televisão, acusada de ser a maior inimiga do cinema nacional, torna-se hoje seu mais relevante e significativo aliado. Há uma inevitável mediação entre os processos históricos passados com as novas demandas do espaço audiovisual mundial. O passado e futuro do espaço audiovisual estão interligados, assim como as formas narrativas, os marcos regulatórios, seus usos e apropriações estão entrelaçados.

⁶ Este também não é um movimento novo, como mostra Huyssen, 1999. O Dadaísmo e o Fluxus já incorporavam os deslizamentos por exemplo. Nos anos 2000, com o barateamento das mídias e a imensa oferta de plataformas, a circularidade é potencializada pelos cineastas, artistas visuais, artistas multimídias.

O fluxo de incertezas atravessou a história do cinema e da televisão. Tom Gunning ao falar sobre o centenário do cinema invoca questões importantes:

Enquanto os profetas tecnológicos da morte do cinema na virada deste século parecem ter sido prematuros, não há dúvida de que o cinema hoje significa algo bastante diferente do que era apenas uma geração atrás. Será que o vídeo é uma forma inteiramente diferente do cinema, ou simplesmente um novo meio de distribuição do que hoje pode ser genericamente definidos como “filmes”. Será que as diferenças tecnológicas entre filme e vídeo são suficientemente fortes para determinar uma disparidade estética ou elas representam apenas novos modos de exibição? (GUNNING in Xavier, *idem*, p. 4).

Uma importante transformação atravessa a história do cinema e da televisão nos anos 2000 seja pelo viés econômico-industrial seja pela alteração no modo de se consumir audiovisual, que de evento cênico público passou gradativamente para ato de consumo privado (doméstico e pessoal)⁷.

Os trabalhos analíticos atuais sobre audiovisual no Brasil têm lacunas; entre elas, considerar os diferentes campos audiovisuais como mundos existentes à parte uns dos outros. Exceções parciais são os trabalhos que lidam com a questão dos "cineastas na televisão". Incluem-se aí os diversos trabalhos sobre o Núcleo Guel Arraes, as obras de Luiz Fernando Carvalho na TV Globo e sobre a influência de uma geração de cineastas no Globo Repórter. O movimento contrário – “diretores da televisão no cinema” – apesar de ser um fenômeno mais recente, também já foi tema de estudos. No entanto, eles são tratados como excepcionalidades e não como parte de um mesmo processo. Este foi o discurso dominante que narrou a história do audiovisual no Brasil até os anos 2000.

Pretendo assim enriquecer o debate pulsante sobre o audiovisual contemporâneo e seu futuro próximo a partir de uma visão orgânica dos meios audiovisuais e através de uma visada indústria/circuito e não de arte/produto individual. Neste sentido, a produção/consumo, os meios de financiamento e os processos de distribuição e exibição formam o escopo da pesquisa.

O transito entre diferentes campos da produção cultural e os textos híbridos não são novos. O audiovisual se reinventa assim como já aconteceu com a literatura na sua relação com o jornal no século XIX. O folhetim é um exemplo impar das transformações no campo da literatura, uma vez que foi o primeiro escrito no formato popular de massa. Foi mais do que um novo meio de comunicação, foi também um

⁷ Passagem gradativa desde os anos 1980 com o surgimento do vídeo cassette.

novo modo de comunicação entre as classes. O folhetim se inscreveu num modo de circulação massiva, se afastando dos lugares da cultura de elite e literária.

Foram inúmeras as reações ao folhetim por degradar o estatuto da verdadeira literatura. Reações à parte, o folhetim afetou a literatura da época, transformou escritores em profissionais assalariados e criou um novo tipo de escritura entre a realidade e ficção. Para Barbero “é uma escritura que não é literária nem jornalística, e sim a ‘confusão’ das duas: da atualidade com a ficção” (BARBERO, 2006, p. 188).

O folhetim inaugurou um *sentimento de duração* que permitiu que o público leitor transitasse entre o conto e o romance sem se perder. A produção fragmentada e sequencial, comercializada em fascículos, se afastou da literatura clássica ao estabelecer um modo de produção e de leitura que rompeu com o isolamento escritor-leitor. As cartas dos leitores se tornam frequentes, interferindo na narrativa e demonstrando o entusiasmo popular, através do surgimento de um leitor moderno e diluição das fronteiras entre autores e público, em um jogo intertextual no qual o texto passa a ser percebido a partir de suas conexões com uma ampla rede formada por inúmeros outros textos. Para Vera Figueiredo, “ao longo do século XX, a ideia de circularidade entre autor e leitor, de vicariedade de seus lugares, em oposição à ideia romântica do autor como alguém dotado de qualidades superiores que o distinguiriam do receptor, consolida-se” (2010^b, p. 27).

Flora Sussekind mapeou e analisou a transformação da literatura no Brasil no início do século XX diante das novas experiências visuais, industriais e tecnológicas. Para a autora ocorreu um confronto, primeiro hesitante às técnicas. O campo literário e artístico tentava discursivamente se opor aos processos técnicos de reprodução e difusão de imagens e sons. Mais tarde, não sem resistência, foi convertido em apropriação. A literatura foi aos poucos “apropriando-se de procedimentos característicos à fotografia, ao cinema, ao cartaz, transforma-se a própria técnica literária” (2006, p.15). Este diálogo se constituiu seja por meio da tematização dos novos meios em escritos, seja por meio da participação de alguns homens de letras na indústria cinematográfica brasileira.

Um misto de desconforto, temor e maravilhamento dominou a maior parte dos escritores brasileiros diante do diálogo da literatura com as novas técnicas de comunicação. Sussekind sugere uma história da literatura brasileira que não se esgote em si mesma; mas que leve em consideração as múltiplas relações com as histórias dos outros meios de comunicação, cujas transformações afetam autores e leitores, e acabam

por alterar formas e representações literárias. O estreitamento de autores da literatura com a imprensa empresarial, por exemplo, apresentou uma forma de profissionalização possível, via jornalismo, para alguns homens das letras. Além de certo grau de profissionalização, a imprensa proporcionava aos escritores aumento de prestígio e influência política ao ampliar o número de interlocutores. Em um cenário em transformação, este lugar intermediário, funcionou como “filtro capaz de domesticar experiências de choque e automatizar os sustos provocados pela modernização” (SUSSEKIND, idem, p. 119).

O processo cultural do folhetim, incluindo a tensão com a literatura, a alteração na relação autor-leitor e as transformações do campo literário no Brasil já mapeadas fornecem pistas para pensar a reconfiguração do audiovisual nos anos 2000. O cinema trilhou o caminho da literatura ao resistir em se dissolver no mercadológico. Portanto, não acredito que a reinvenção do audiovisual nacional contemporâneo seja uma ruptura isolada das transformações políticas, econômicas e culturais. É sim resultado de um projeto, atravessado por interesses políticos, econômicos e culturais globais em um período histórico marcado pela centralidade da cultura e do consumo.

Para dar conta da amplitude de tensões e oportunidades do projeto de reinvenção contemporânea do espaço audiovisual brasileiro usarei a categoria de espaço e campo, que será aqui entendida segundo a abordagem de Bourdieu. Para o autor, a sociedade é um espaço constituído por múltiplos campos sociais. O espaço está em constante disputa e luta por isso não é estático; está em permanente construção e mudança.

Um campo pode ser considerado o lugar de diferenciação progressiva, ou ainda, uma configuração de relações objetivas entre posições. Bourdieu analisa os campos da produção cultural, em especial a literatura, e afirma:

(...) eu diria que o campo literário é simultaneamente um campo de forças e um campo de lutas que visa transformar ou conservar a relação de forças estabelecidas: cada um dos agentes investe a força (o capital) que adquiriu pelas lutas anteriores em estratégias que dependem, quanto à orientação, da posição desse agente nas relações de força, isto é, do seu capital específico (1990, p.172).

O conceito do autor é conceito-chave para compreender o espaço audiovisual brasileiro e a dinâmica entre seus campos, entre eles o campo cinematográfico e o televisivo, que como qualquer outro campo é atravessado pela questão de poder e de capital. Cada campo tem autonomia relativa já que está situado em uma perspectiva relacional dentro do espaço. O espaço audiovisual é assim, lugar de relações de forças,

internamente marcado por lutas, disputas históricas e instabilidade. Colocar as concepções historicamente construídas sobre cinema e a televisão em perspectiva e diálogo fornece uma visão ampliada para se pensar o momento atual, no qual os conflitos, contradições, negociações e apropriações se tornam evidentes.

PARTE 1

A TRADIÇÃO DISCURSIVA DA SEPARAÇÃO E SUA FALÁCIA: NOTAS DA FORMAÇÃO AUDIOVISUAL BRASILEIRA E SUA CIRCULARIDADE

Nos anos 2000, ainda que não totalmente consolidada e pontuada por tensões, o discurso da circularidade e convergência inscreve-se cada vez mais na agenda da cultura audiovisual nacional. Se por lado o espaço audiovisual brasileiro se reconfigura, apoiado no sistema capitalista e na cultura do consumo, a reflexão não pode ignorar que o espaço audiovisual nacional é fruto de uma tradição discursiva que segregou os meios audiovisuais, e, em especial, cinema e televisão.

Contudo, é importante destacar que o processo de formação do cinema e da televisão no Brasil é herdeiro da circularidade cultural e artística. O cinema foi o primeiro meio de comunicação audiovisual voltado para as massas e contou com a presença frequente do repertório da música, da literatura, do rádio, do circo e artistas populares em filmes brasileiros em seus primórdios. Já a televisão escancara a circularidade através da apropriação e recomposição de elementos teatrais, cinematográficos e radiofônicos, além de utilizar mão de obra oriunda de diversos meios. A mistura de repertório se expressava na construção de gêneros como o cinejornal e teleteatro que carregam no nome o entrelaçamento constitutivo e a ausência de pureza do cinema e televisão no Brasil. Cinema e televisão são herdeiros de um processo circular de repertórios, referências e profissionais.

A formação do cinema e da televisão no Brasil deslizou entre dispositivos elitistas e populares que estavam em consonância com a consolidação do mercado de bens culturais no país. O cinema foi alvo de críticas de intelectuais que observavam o novo meio com desconfiança. Ismail Xavier analisa as percepções de parte de

intelectuais da época que aproximavam o cinema com a revista, o circo e o futebol: “Sua atração pode prejudicar a elevação literária, pois, juntamente com o rádio, ele exerce forte concorrência contra a literatura e a arte legítima. O povo teria nele um cúmplice na fuga diante dos esforços dos bons espíritos” (XAVIER, 1978, p.146). Já a televisão, em seus primórdios, se voltou para um público elitizado, capaz de pagar o elevado preço do aparelho. Adquirir uma televisão era sinônimo de status social. A programação procurou então afirmar-se como “veículo de cultura de caráter elitista, destinada a um público localizado nos dois grandes centros urbanos mais populosos do país: São Paulo e Rio de Janeiro” (BRANDÃO in Ribeiro, Sacramento, Roxo, 2010, p. 39).

Para além das disputas internas dos campos, é importante destacar que a disputa distintiva, relegando ao cinema o lugar do culto e do artístico e à televisão o lugar do popular superficial e comercial, se iniciou nos anos 1960, com a expansão e especialização do mercado de bens culturais no país e se adensou nos anos posteriores, inviabilizando a colaboração e a integração institucional entre cinema e televisão no país. Neste momento, enquanto a televisão buscava se firmar como veículo popular, o movimento do Cinema Novo se fortalecia como arte revolucionária e transformadora⁸. Os debates em torno do cinema independente e a afirmação da figura do cineasta-autor iam em contraponto ao projeto de popularização da televisão brasileira.

O movimento do Cinema Novo utilizava como recurso revolucionário e distintivo o diálogo com a literatura brasileira, campo cultural hierarquicamente superior. Este discurso acompanhou a historiografia do cinema e televisão no país até o final dos anos 1990. Nas palavras de Bergamo:

Impossibilitados de ingressar na produção cultural dominante no período, os profissionais do cinema engajado politicamente passaram a definir-se pela rejeição agressiva dos traços que marcaram a televisão – eram definidos, em vários momentos, como *lentos e tediosos*. Os profissionais de televisão, em contrapartida, definem a si mesmos, nesse contexto como *ágeis* (in Ribeiro, Sacramento, Roxo, idem, p. 74).

Nota-se no trecho uma rejeição ou "uma angústia da contaminação" do cinema pela cultura de massa. No entanto, não se pode esquecer que no início do século, o cinema foi acusado pelos intelectuais no início do século de diversão para "Zé

⁸ É preciso estar atento que a disputa entre cinema e televisão está contaminada por uma briga anterior: que passa pela própria construção da ideia de cinema como estética autônoma no Brasil.

Povinho". O jogo de palavras, o lugar de fala e a disputa pela categoria de modernidade e moderno se evidenciam nos discursos sobre cinema e televisão.

O espaço audiovisual deslizou entre os diversos níveis de cultura em seus primeiros anos de formação, e fez circular repertórios, técnicas, referências, artistas, linguagens e até modelos comerciais de diversas áreas culturais. A formação do espaço audiovisual brasileiro, apesar da tradição discursiva da segregação, é própria da mediação entre repertórios da cultura popular e de elite, e das articulações e fluxos entre as mais diversas linguagens para criar o moderno e massivo.

Para entender e aprofundar o estudo sobre o processo circular da formação do espaço audiovisual brasileiro torna-se fundamental ter acesso aos combates, aos conflitos, encontros e lutas que atravessam os discursos e as práticas. Os embates culturais que pautaram os discursos de aproximação e segregação entre cinema e televisão no Brasil estão inseridos no espaço de luta que é a cultura: disputa pelos significados das palavras, pela distinção, por teorias e principalmente pela categoria de cinema e televisão. Ao caracterizá-lo como campo de lutas comportando segmentações e antagonismos, utilizo este termo aqui, ciente de sua desconstrução pelas ciências sociais e, particularmente pela antropologia, de modo a evitar essencialização de identidades sociais e consequente estereotipação de agentes do campo audiovisual. Para Barbero, mais do que objetos de políticas, a comunicação e a cultura constituem hoje um campo primordial de batalha política e discursiva (BARBERO, 2006).

Cada prática social ocorre no interior da cultura e tem seu caráter discursivo. Para Hall, “as práticas sociais, na medida em que dependem do significado para funcionarem e produzirem efeitos, se situam ‘dentro do discurso’, são ‘discursivas’” (HALL, 1997, p. 14). Assim, as identidades sociais são construídas no interior da representação, através da cultura, e não fora dela. Elas são o resultado de um processo de identificação no qual os sujeitos se posicionam a partir de definições que os discursos culturais fornecem. As subjetividades são produzidas, portanto, de modo discursivo e dialógico (HALL, idem). Desta forma, discurso não é um mero instrumento passivo na construção de sentido que forma e conforma processos sociais e conflitos culturais.

Assim, deve-se pensar a identidade de cinema e televisão enquanto projeto e discurso, que deslizou de significado ao longo do tempo. A teoria da Escola de Frankfurt é importante, pois é nela vão se basear os discursos da dicotomia entre cinema e televisão no Brasil, principalmente a partir dos anos 1960.

Para teóricos como Adorno e Horkheimer, que cunharam o conceito de indústria cultural⁹ em texto publicado em 1947 (2002), esta nova etapa estava associada à degradação e uniformização cultural. Para os autores haveria uma unidade-sistema na qual há um duplo dispositivo: a cultura da produção em série e a imbricação de produção de coisas e produção de necessidades que resultaria na degradação da cultura em indústria da diversão.

A racionalidade técnica e o desenvolvimento de unidade de sistema levariam a operações reguladas e alienação, e resultaria, assim, em um pessimismo cultural. Para Adorno, por exemplo, o cinema representaria o expoente máximo da degradação cultural e atrofia da atividade do espectador. Este deveria acompanhar tudo com tanta rapidez que não poderia mais pensar e, junto a isso, tudo já estaria dado na tela pelas imagens, sem que houvesse espaço para fantasia e movimento próprio. De acordo com Barbero, Adorno “negaria qualquer convergência, dado que o encontro pode guardar os traços de uma reconciliação, e, se algo destingue sua estética, é a negação a qualquer reconciliação, a qualquer positividade” (BARBERO, idem, p. 78). Uma concepção pura e elevada de arte que pontuou e dominou a historiografia dos estudos sobre cultura.

Os autores defendem uma barreira assumida como necessária e intransponível que separava a alta cultura da cultura de massa como forma de salvar a autonomia e dignidade da obra de arte das garras totalitárias da cultura de massa.

Os autores são considerados os “defensores da última trincheira da pureza da estética modernista” (HUYSSSEN, 1996, p.57). A dicotomia tradicional na qual a cultura de massa aparece como monolítica e totalitária e a verdadeira arte (ou o modernismo) aparece como progressista e libertador se esgotou. Para Huyssen:

As fronteiras entre a alta arte e a cultura de massa se tornaram cada vez mais fluidas, e devemos começar a ver esse processo como uma oportunidade, ao invés de lamentar a perda de qualidade e falta de ousadia. Há muitas tentativas bem sucedidas feitas por vários artistas de incorporar formas de cultura de massa em seus trabalhos, e certos segmentos da cultura de massa têm cada vez mais adotado estratégias vindas da alta arte (idem, p. 11).

Em contraponto à posição mais cética de Adorno e Horkheimer, Benjamin propôs que a essa discussão deslocasse sua ênfase dos meios técnicos de popularização

⁹ Os autores criam o conceito de indústria cultural para marcar diferença com cultura popular. Para Adorno e Horkheimer a indústria cultural não é feita pelas massas; é sim a mistura da cultura de elite e da cultura popular, na qual a primeira perde seriedade e a segunda autenticidade. A indústria cultural seria assim um empobrecimento generalizado com objetivo de alienação e dominação.

de imagens e sons para os processos sociais de sua contínua transformação rumo a usos mais críticos. Diz Benjamin: “(...) no momento em que o critério da autenticidade deixa de aplicar-se à produção artística, toda a função social da arte se transforma. Em vez de fundar-se no ritual, ela passa a fundar-se em outra práxis: a política” (1994, p. 171).

Na América Latina ganham força teorias baseadas nas mediações, deslizamentos, diversidades, hibridismos e relações mútuas. Barbero reflete as disputas em torno dos valores da cultura de massa: “Pensar a indústria cultural, a cultura de massa, a partir da hegemonia, implica uma dupla ruptura: com o positivismo tecnologicista, que reduz a comunicação a um *problema de meios*, e com o etnocentrismo culturalista, que assimila a cultura de massa ao problema da *degradação da cultura*” (BARBERO, *ibidem*, p. 131). Essa dupla ruptura ressitua a problemática ao descobrir que o massivo é um processo que fez da memória popular cúmplice do imaginário de massa. “O massivo foi gerado lentamente a partir do popular” (BARBERO, *ibidem*, 175). Esta relação está engendrada no processo histórico cultural brasileiro e atravessa a historiografia da formação e desenvolvimento do espaço audiovisual nacional.

A cultura de massa foi constituída acionando e deformando sinais da antiga cultura popular, ao mesmo tempo em que integrou ao mercado as novas demandas das massas em um movimento de reinvenção permanente para a construção de uma cultura integrada e unificada. No entanto, a hierarquização dos bens culturais não foi apagada; foi reelaborada através de batalhas distintivas no campo da cultura que acompanharam o histórico de disputa em torno do conceito de cultura. O cinema e a televisão se inseriram neste jogo discursivo e executivo da distinção.

O autor afirma que “a invocação do povo legitima o poder da burguesia na medida exata que em que essa invocação articula sua exclusão da cultura” (BARBERO, *ibidem*, p.35). A burguesia faz a simbiose do popular com o nobre e concilia, num credo liberal, as diferenças de classes em uma só *cultura para todos* baseado na premissa do individualismo quantitativo e qualitativo/ massificação e distinção.

A hierarquização dos bens culturais e das artes em níveis classificatórios de cultura (referenciados em valores ocidentais: cultura de elite e cultura popular¹⁰) não foi

¹⁰ O popular, até pouco tempo, era considerado o contrário da cultura de elite, ficando esta excluída dos estudos sobre cultura. Na historiografia o popular associado como inculto, negativo, faltante foi contraposto ao princípio evolutivo da razão e progresso dos ilustrados.

apagada, foi reformulada a partir de bases burguesas. Portanto, há perpetuação de uma narrativa poderosa e linear que reitera a dualidade entre românticos e iluministas.

Mais do que enfatizar a visão dualista do conceito de cultura, interessa entender a cultura como espaço de luta central pela produção discursiva do mundo contemporâneo, como um sistema de significação dinâmico e ordinário em constante construção. Cultura pode ser entendida como um campo de batalha ideológica fabulosa, onde há dominação, mas também há espaço para luta e resistência. As estruturas de mensagens e meios atravessam conflitos, contradições e lutas, por isso são sempre mediações, ou como quer Barbero uma negociação entre sedução e resistência (BARBERO, *ibidem*). Ao estudar cultura deve-se atentar para as práticas sociais e as relações culturais, mas também para contaminações, conflitos, tensões, resistências, inovações, intermediações e transformações. Este é o eixo metodológico desta pesquisa.

As dinâmicas históricas e os fluxos fazem da cultura um espaço vivo de mutação constante que rompe com a unidade e estabilidade das obras e meios culturais. Estas seriam assim réplicas de infinitos diálogos. As unidades artificiais e convencionais podem ser consideradas armas de comunicação discursiva já que o processo cultural é flexível e plástico. Para o pensador russo Mikhail Bakhtin “a separação de estilos em relação aos gêneros manifesta-se de forma particularmente nociva na elaboração de uma série de questões históricas” (2010, p. 267).

Bakhtin ao estudar a cultura popular discorre sobre a construção da dualidade na percepção do mundo e afirma que esta foi construída ainda no estágio anterior da civilização primitiva, numa clara divisão de cultos sérios e cultos e ritos cômicos. Quando se estabelece o regime de classes e de Estado as formas cômicas adquirem um caráter não-oficial se transformando em formas fundamentais de expressão da cultura popular. Esta cultura, baseada nas manifestações do riso, princípio cômico e realismo grotesco, se opunha ao tom sério do culto e cerimônias oficiais da cultura oficial. Bakhtin ao se concentrar na interação e transgressão revê e reformula a divisão dualista.

O autor propõe o rompimento da estabilidade, dualidade, suspensão e/ ou inversão provisória dos valores e da hierarquia nas festas públicas carnavalescas. Escreve o autor: “essa visão, oposta a toda ideia de acabamento e perfeição, a toda pretensão de imutabilidade e eternidade, necessitava manifestar-se através de formas dinâmicas e mutáveis (proteicas), flutuantes e ativas” (*ibidem*, p. 9).

Nunca houve pureza e estabilidade, nem mesmo na cultura oficial. A presença da ambivalência e troca constante e viva do processo cultural embasa a defesa do autor

de que sempre houve entre os dois cânones – definidos por Bakhtin como grotesco e clássico - “muitas formas de interação: luta, influências recíprocas, entrecruzamentos e combinações” entre o alto e o baixo (BAKHTIN, *ibidem*, p.27). Carlo Ginzburg resume a hipótese proposta por Bakhtin no termo *circularidade cultural*: “um relacionamento circular feito de influências recíprocas, que se movia de baixo para cima, bem como de cima para baixo” (GINZBURG, 2006, p. 10). O influxo recíproco entre a cultura das classes subalternas e a classe dominante traz a problemática da circularidade da cultura proposta por Bakhtin.

A dinâmica, dialética, intercâmbio são próprios do processo cultural e se evidenciam de maneira mais explícita na cultura popular. Peter Burke reforça o pensamento de que as fronteiras entre as variadas culturas dos povos e as culturas de elites são vagas e imprecisas em seu estudo sobre a cultura popular na idade moderna (BURKE, 2010). As dicotomias são, portanto, aparentes e discursivamente construídas, sem que seja possível estabelecer fronteiras claras e certeiras. As referências conceituais apresentadas serão mediadas e balizadas dentro do contexto histórico, social, cultural e econômico brasileiro ao longo da investigação.

A pesquisa apresenta uma mudança de ênfase de pesquisa sobre cinema e televisão no país a partir da teoria exposta. De acordo com Jesús Martín-Barbero “a comunicação e a cultura constituem hoje um campo primordial de batalha política” (*ibidem*, p.15). Como espaços de múltiplas redes de poder torna-se urgente uma outra abordagem de estudos sobre o campo do audiovisual que trabalhe com a perspectiva de circuito, transgressão e interação e não mais com a divisão dicotômica entre os meios. Afinal cinema e televisão estão inseridos na dinâmica cultural.

O Brasil é herdeiro da circularidade e do processo de hibridação. Este traço constitutivo orientou a cultura brasileira sem que fosse possível definir arestas precisas entre cultura popular e cultura de elite. Nem a cultura de elite, nem a popular são terrenos incontaminados a partir dos quais se pudesse construir a modernidade latino-americana alheia ao mercado e aos conflitos pela hegemonia. Assim, a teoria da circularidade elaborada por Bakhtin pode ser apropriada, e mediada no contexto latino-americano, para pensar a origem do processo de formação do cinema e da televisão no Brasil.

O desenvolvimento do cinema e da televisão no Brasil esteve ancorado em uma multiplicidade de níveis e articulações culturais. Deslizou entre dispositivos elitistas e populares que estiveram em consonância com o capitalismo e com o mercado de bens

culturais no país. A reprodução da dicotomia impede de pensar a complexidade da circularidade cultural na historiografia do audiovisual brasileiro.

Faz-se necessário deslocar o maniqueísmo estrutural que silenciou e cegou a colaboração e cumplicidade entre discursos elitistas e populares. A mobilidade advém tanto de alterações do capital, mudanças tecnológicas como de um movimento ininterrupto de circularidade, interculturalidades, intertextualidade e intermedialidade que alimentam os meios e produtos culturais.

Entendendo a cultura como campo de luta, esta pesquisa tem por objetivo dissolver as dicotomias modernas em especial cinema x televisão ao apresentar uma perspectiva baseada nas mediações, diálogos, disputas e circularidades. O espaço audiovisual é, portanto, um campo de forças e lutas, e é sempre relacional e interdependente.

Cinema e televisão no Brasil serão pensados nesta investigação como processos vivos e não como produtos finalizados. Por isso, devem ser compreendidos como campos em conflito, aproximações, negociações e em permanente transformação. Os primeiros tempos do cinema e da televisão explicitam este processo de constante construção que estiveram em consonância com a formação do moderno e massivo no país e consequentes mutações socioculturais.

DAS PROJEÇÕES AMBULANTES ÀS SALAS DE EXIBIÇÃO: A FORMAÇÃO DO CINEMA E SEUS DIVERSOS CIRCUITOS

As teorias do cinema se esforçaram por dotá-lo de uma identidade única, distinguindo-o das práticas culturais massivas, atribuindo à experiência cinematográfica um discurso apoiado numa estética autônoma. A dificuldade de conectar o cinema com o todo social dominou a historiografia do cinema e fez com que as ambiguidades e contradições fossem apagadas de sua narrativa. Na metade do século XX, com o surgimento de uma multiplicidade de novas tecnologias da imagem, a identidade cinematográfica entra em conflito. Estratégias discursivas foram acionadas para diferenciá-lo dos demais meios imagéticos dentro do universo da modernidade.

O cinema dos primórdios revela como a experiência cinematográfica foi constituída por múltiplos repertórios e influências. André Gaudreault introduz o conceito de *intermedialidade* ao discorrer “sobre as relações que o cinematógrafo manteve com outras mídias que o acolheram na virada do século XIX” (GAUDREULT, 2009, p. 15).

Não pretendo fazer um mapeamento histórico do cinema dos primórdios, mas sim revelar fragmentos que evidenciam a circularidade da experiência do cinema para, na parte dois da pesquisa, dinamizar as continuidades e rupturas deste início de formação do espaço audiovisual com as transformações contemporâneas. Seguirei a afirmação de Gunning: “Relembrar as origens do cinema nesse momento deve abrir caminho para uma concepção não-linear da história do cinema, na qual uma identidade caótica e proteana encerra possibilidades utópicas e premonições misteriosas” (GUNNING in Xavier, 1996, p. 4).

O século XIX foi marcado por um conjunto de inovações técnicas voltadas para a imagem em movimento que impulsionou, entre 1826 e 1895, uma série de pesquisas e trabalhos dedicados a mecanismos para dar movimento à imagem fotográfica. O cinema esteve imbricado em um quadro histórico atravessado pela emergência de novas

técnicas e invenções de produção industrial do começo da vida moderna. A mudança de experiência advinda da modernidade esteve inserida nos novos sistemas de circulação, sejam eles materiais e/ou simbólicos. Vanessa R. Schwartz parte da hipótese de que o cinema se destacou no meio de uma série de invenções exatamente porque incorporou muitos elementos já encontrados em diversas esferas da vida moderna (SCHWARTZ in Charney e Schwartz, 2001).

O cinema nasceu no interior desta rede de circulação e um universo de entretenimento massivo mais amplo no qual a eletricidade, as luzes, as máquinas, os veículos de transportes, as vitrines e as propagandas compõem nova dinâmica sociocultural nas cidades. As novidades de lazer e entretenimento estiveram associadas ao reencantamento do mundo através de hiper-estímulos visuais e auditivos mediados pela tecnologia. O cinema se inseriu como mais uma novidade na composição de atrações e estímulos velozes, caóticos, fragmentados e desorientados da modernidade. Para Ben Singer a intensidade crescente das formas de entretenimento populares correspondeu à nova estrutura da vida diária marcada pela necessidade nova e urgente de estímulos (SINGER in Charney e Schwartz, idem).

A experiência cinematográfica fez parte de um conjunto de invenções diversas do século XIX que esteve envolto pela vontade e gosto do público por realidade, e sua correlação com as formas de espetáculos modernos. O cinema, os museus, as feiras e exposições universais faziam circular, como realidade e maravilhamento, os aparatos gerados a partir das novidades científicas, as imagens etnográficas e as tecnologias de reprodução imagética. “Encontra-se nessas práticas dispositivos semelhantes que tanto as legitimam como discurso de real – colocando em operação estratégias e elementos narrativos consagrados pelo discurso científico, o histórico e o jornalístico – bem como estratégias oriundas do domínio do espetáculo”, escreve Mariana Baltar (2013, p. 6).

A intrínseca imbricação entre revolução científica e industrial no forjar da modernidade, expresso na racionalidade, não exclui outro paradigma, igualmente importante e fundamental para o projeto da modernidade, o jogo sensório e sentimental intenso que pautou a experiência da vida moderna. Antes do cinema, a lanterna mágica já havia se espalhado pelo mundo como dispositivo de entretenimento e instrução, exprimindo uma missão ambivalente própria do espírito do tempo.

Para Tom Gunning “o cinema sempre oscilou entre dois pólos, o de fornecer um novo padrão de representação realista e (simultaneamente) o de apresentar um sentido de irrealidade, um reino de fantasmas impalpáveis” (GUNNING in Xavier, idem, p.12).

Portanto o reino cinematográfico está envolto em um imaginário de valorização da ciência e da disseminação deste como espetáculo.

Se o cinema deriva dessa variada genealogia da fascinação ótica que embaraça os pólos separados do entretenimento ótico e da demonstração científica, a real invenção dos dispositivos cinematográficos no final do século XIX por Marey, Demeny, Edson e Lumière ensaiou esse *pas-de-deux* com elegância comprimida (...). Dessa vez, entretanto, a disputa não mais opunha um ocultismo doentio a uma nascente ciência secular. Em vez disso, uma ciência empírica, crescentemente desconfiada da evidência visual, confrontava-se com uma cultura popular que atingia audiências em constante expansão, através da reprodução mecânica de atrações visuais (GUNNING in Xavier, *ibidem*, p. 15).

O circuito ao mesmo tempo científico e popular reafirmou o imaginário de comunhão entre saber e espetáculo que marcou o século XIX e, conseqüentemente, o surgimento do cinema. A combinação entre formas de real e entretenimento atravessou a historiográfica do cinema mundial e se revelou em narrativas, discursos e políticas públicas para a atividade.

O primeiro cinema¹¹ era espetáculo nômade e popular e universalizou a gramática da produção de cultura massiva através da transmutação do popular em massivo decorrente do desenvolvimento do capitalismo industrial. Os métodos de entretenimento popular vivenciaram um processo de imbricamentos e transformação constante, no qual se inseriu o cinema dos primeiros tempos.

A invenção de técnicas para dar movimento à imagem fotográfica, entre 1826 e 1895, foi materializada através de diversos aparelhos, com diferentes denominações que tinham por objetivo a produção de ilusão. Nas palavras de Ismail Xavier: “Uma série de imagens fixas em placa, papel ou tela, fotografias ou desenhos, daria a impressão de estar em movimento, composto numa sucessão aparentemente contínua ou, pelo menos, composto como um salto entre duas posições de repouso” (1978, p. 20). Os aparelhos constituíram espetáculos inseridos no ideário moderno que atraíram enorme interesse popular. A técnica cinematográfica estava vinculada às condições socioculturais da época, na qual o cinema foi uma invenção entre tantas outras. O aparelho era a verdadeira atração, mais do que as vistas e cenas reproduzidas.

¹¹ Flávia Cesarino Costa designa como primeiro cinema “os filmes e práticas a eles correlatas surgido no período que os historiadores costumam localizar, aproximadamente, entre 1894 e 1908” (2005, p.34).

Foram desenvolvidas ao longo do século condições ópticas, mecânicas, químicas e elétricas para a emergência de registro e projeção cinematográfica. O cinema se consolidou como espetáculo de variedade, e foi criticado por alguns que condenavam a degeneração de um produto científico. A ambiguidade do cinema, exaltado como instrumento de educação e ciência e como indústria exploradora do “mau gosto” de um público “ignorante” esteve entrelaçada e vinculada durante seus primeiros tempos. A reação do público estava tecida na mistura da admiração dos poderes da ciência e da satisfação do desenvolvimento e progresso da civilização, mas também no medo e no encantamento mágico.

O cinema permaneceu durante seus primeiros tempos como atividade marginal e acessória dentro do universo da cultura popular. Foi assim um espetáculo nômade, cujo local de nascimento esteve situado nas feiras, exposições mundiais, circos, parques de diversões, cafés e outros lugares que tivessem espetáculos de variedades. O primeiro cinema reunia em sua base fílmica diversas modalidades de espetáculos populares, e estava envolto no universo da ambiguidade e no mundo paralelo ao da cultura oficial, evidenciando o processo da circularidade e transgressão. Para Costa, “os filmes produzidos para cinema tinham de fato este caráter de espetáculo popular e, ao contrário dos panoramas, não eram vistos como diversões sofisticadas, nem encarados como formas narrativas construídas segundo o modelo das artes nobres da época” (COSTA, 2005, p. 29).

O novo meio não era dotado de pureza; pelo contrário, estava inserido no universo espetacular e se desenvolveu a partir da mediação de repertórios tradicionais e populares, principalmente teatro, circo e literatura. Para a pesquisadora Flavia Cesarino Costa “a nova historiografia tornou evidentes as dificuldades de compreender o primeiro cinema como uma mídia isolada e autônoma” (COSTA, *ibidem*, p. 96).

O lugar da exibição de filmes eram as feiras de atrações, circo, espetáculos de magia entre outros que faziam parte do repertório de divertimentos populares. A amplitude de repertórios de referências culturais, envoltas pelo ideal moderno, esteve tecida nos primeiros filmes, compartilhado pelos meios de comunicação da época.

O cinema neste momento não era atração autônoma e nem era considerada arte. Era coadjuvante e acessória das atrações visuais já reconhecidas e estava inserido no universo espetacular que retratava as maravilhas do progresso técnico e a crença na modernidade do novo século. O cinema se inscreveu portanto numa tradição de cultura

não erudita, com base em espetáculos populares, coexistindo e até substituindo atrações mais antigas como o circo, certas formas de teatro e show de variedades.

Em sua reflexão sobre o que chama de *early cinema* ou *cinema of attraction*¹², Gunning escreve que o cinema era uma atração¹³ que “menos do que uma forma de contar histórias era uma forma de apresentar uma série de pontos de vista para uma audiência, fascinantes por causa de seu poder ilusório (...)”¹⁴ (1990, p. 64). O cinema de atrações foi dominado pelo exibicionismo e interpelação junto ao espectador tanto através das temáticas exóticas¹⁵ quanto na encenação diante da câmera. A experiência cinematográfica era em si uma atração que despertava fascinação e magia através de uma máquina. O autor chama a atenção que cinema de atrações não é apenas um período histórico; é um cinema que tem ressonâncias até hoje.

A relação do cinema, portanto, está intimamente relacionada com as transformações da cidade e o cotidiano, e o nascimento de uma sociedade de massa. A cidade se transformava naquele momento histórico em um caldeirão de experiências, sensações e estímulos. O aparecimento do cinema foi uma das experiências que foram tecidas na construção da cultura urbana e marcou o entrecruzamento dos fenômenos da modernidade. Para Charney e Schwartz:

(...) ele [o cinema] foi produto e parte componente das variáveis interconectadas da modernidade: tecnologia mediada por estimulação visual e cognitiva; a representação da realidade possibilitada pela tecnologia; e um procedimento urbano, comercial, produzido em massa e definido como a captura do movimento contínuo (CHARNEY e SCHWARTZ, *ibidem*, p. 31).

¹² Tom Gunning situa *early cinema of attraction* antes de 1906-1907.

¹³ Para Eisenstein o termo atração consiste na montagem de variadas atrações para criar uma relação impactante no espectador e despertar a ilusão através da ativação psicológica e sensorial.

¹⁴ Tradução livre da autora. Versão original: “(...) cinema less as a way of telling stories than a way of presenting a series of views to an audience, fascinating because of their illusory power (...)”.

¹⁵ O gênero de viagem do período, os *travelogues*, é um caso paradigmático que reafirma o imaginário que engendrou a experiência do cinema e que, mais do que separar esferas de conhecimento e entretenimento, realidade e espetáculo uniram-as para saciar o gosto popular. Mariana Baltar discorre sobre o impacto desses filmes: “O maravilhamento e a sedução, articulados através dos *efeitos de espetáculo*, engendram a dimensão do entretenimento, tecendo com isso um múltiplo e ambivalente convite ao espectador, um convite circular entre o saber, o poder e o prazer” (BALTA, 2013, p. 4). O *travelogue* ganhou destaque inclusive na produção nacional através da capacidade de mostraçã do exótico, natural e desconhecido. A mostraçã, oriunda do cinema de atrações, tem como referência a fotografia, vistas animadas e lanterna mágica. Estranhamento, fascinação e curiosidade foram remetidas às atividades artesanais e primárias e se tornaram motores do cinema de atrações ou espetacular em um país imerso no projeto de progresso racionalista.

No Brasil, a década de 1890 também foi considerada uma época de transições culturais, políticas, econômicas e sociais que teriam impacto nos rumos da sociedade brasileira das décadas seguintes. Para Pedro Lapera:

(...) As alterações no fluxo de informações – por conta da difusão da imprensa popular, da fotografia e do romance – vinham, ao longo do século XIX, conformando uma série de práticas econômicas, culturais e sociais que permitiu a formação de comunidades de leitores (...) cada vez mais habituadas ao consumo de imagens, eventos e narrativas que propiciavam a produção de sentido em torno da experiência da modernidade (2012, p. 1).

Nicolau Sevcenko analisa a mudança vertiginosa dos cenários e comportamentos no Rio de Janeiro entre o final do século XIX e o início do XX. O autor recupera a imagem visual que João do Rio usou para definir as transformações: “trepidação cinematográfica da sociedade”. O poder da ciência e da tecnologia suscitou um otimismo de que se estava no rumo certo. Ao mesmo tempo os novos recursos técnicos desorientam, perturbam e distorcem as percepções em função das escalas de potências e velocidades envolvidas nos novos equipamentos. Sobre as mudanças Sevcenko escreve:

O que implicaria um esforço para desvendar e compreender o modo pelo qual a experiência de viver nas grandes cidades modernas, planejadas em função dos novos fluxos energéticos e marcadas pela onipresença das novas técnicas, influencia e altera drasticamente a sensibilidade e os estados de disposição dos seus habitantes (SEVECENKO in Novais, 1998, p. 522).

A aceleração desconfortante e maravilhosa da vida causou alteração nos hábitos sociais da população urbana dos grandes centros do país que estava orientada nos ideais estrangeiros de progresso, modernidade e civilização; no entanto, o peso da tradição ainda era forte. Houve uma reorganização do espaço público ainda que não tenha havido modernização efetiva nesta época no Brasil. Os confrontos e ambiguidades socioeconômicos fizeram com que a modernização chegasse diferente e desigual para os indivíduos.

José Inácio Mello e Souza ao se referir ao Rio de Janeiro dos anos 1920 escreve:

Numa cidade em que as relações entre as classes ainda estavam permeadas pelo ranço escravista, onde o mercado capitalista de trabalho ou as instituições republicanas de partido representativo, justiça, educação, polícia funcionavam muito mal na satisfação e expressão das necessidades da maior parte da população, a absorção da modernidade obrigatoriamente passava por filtros (2004, p. 110).

A estrutura periférica ao capitalismo no país se evidenciou na formação do cinema no Brasil seja através da dominação na importação de vistas estrangeiras, seja pela precariedade e lentidão das inovações do mundo moderno. Vicente de Paula Araújo aponta alguns fatores para a lentidão na consolidação da presença dos cinematógrafos na cena urbana carioca: o fornecimento precário de energia elétrica; as tensões que decorreram da reforma urbana empreendida por Pereira Passos; o alto custo de importação das películas necessárias à produção de filmes (ARAÚJO, 1981).

José Inácio de Melo Souza (idem) divide a implantação do cinema no Brasil em dois grandes momentos: entre 1896-1907, predominância do cinema ambulante, no qual as apresentações aconteciam em teatros, parques de diversões, feiras, exposições, seguida, a partir de 1907-1908, pela implantação e montagem de uma rede exibidora de salas fixas¹⁶.

Na primeira fase a combinação das projeções com outras práticas ou experiências espetaculares foi determinante para a sobrevivência do cinema ambulante. Esta tradição de espetáculos combinados – projeção e outros gêneros de diversão - foi mantida no início da segunda fase. Nas palavras de José Inácio de Melo Souza:

(...) podiam aparecer salas, na sua maioria de curta vida, dedicadas à exibição, o que não as impedia de combinações variadas de cinema e teatro, cinema e *vaudeville* ou café-concerto, panoramas, museus de cera, casos teratológicos, anormalidades ou ilusionismo na composição das sessões (SOUZA, ibidem, p. 193).

A circulação e interpenetração física de espetáculos foi marcante mesmo após o surgimento das salas fixas como descreve o autor. A introdução de projetores em teatros, confeitarias, cafés, restaurantes e outros também não era incomum já que o cinema, meio moderno da época, favorecia a captação de público nestes espaços.

A mistura da experiência cinematográfica, que reproduzia vistas animadas, em ambientes diversos com uma diversificada gama de espetáculos populares incluía teatro, música, circo e café-concerto marcou os primeiros tempos no país. Vicente de Paula Araújo mapeou material de arquivo da época e tornou evidente a inserção física e simbólica do cinema entre diversos espaços de entretenimento da época. A nova invenção científica classificada como assombrosa, extraordinária e fantástica, circulava em diferentes ambientes e dialogava com as mais tradicionais manifestações culturais.

¹⁶ A produção nacional entre 1908 e 1911 floresceu conduzida por alguns exibidores. Neste período o mercado internacional não havia ainda se organizado e gerado monopólios como aconteceu posterior à guerra mundial. Assim, houve oportunidade maior para que a produção local fosse exibida (XAVIER, 1981).

Em uma passagem de anúncio de atrações de uma quermesse, em 1901 fica claro o diálogo do cinema com outras formas de entretenimento populares modernas e tradicionais: “os divertimentos apresentados: corridas de cavalinhos, pesca artificial, tiro ao alvo pelas srtas. Espanholas, viagem em estrada de ferro, bonecos vivos, teatro Pinta-Marrecos, Cia de operetas, fonógrafo, gramofone, cinematógrafo, lanterna mágica, etc” (O COMÉRCIO DE SÃO PAULO, 27.1.1901, p.3 in Araújo, idem, p.60).

O cinema circulava em teatros, cafés-concertos, circos, casas de diversões, confeitarias e espaços abertos (rua, feiras e quermesse). A sala fixa era apenas uma das possibilidades dentro de uma diversidade de locais acessíveis para os exibidores. Souza reforça a circularidade do cinema “(...) a projeção de películas foi uma das práticas incorporadas aos vários tipos de casas de espetáculos e de diversões existentes no meio urbano” (SOUZA, ibidem, p. 128).

O cinema no Brasil, como em outros países se tornou diversão dos grandes centros urbanos, principalmente com a intensificação e crescimento quantitativo das salas de exibição a partir de 1907. A explosão de salas fixas a partir deste momento foi moldada pela cultura francesa, principalmente se mapeada a importância de Pathé Frères para a formação do mercado exibidor no país que inseriu a atividade cinematográfica cada vez mais como atração para a família burguesa¹⁷. A grande mudança da Pathé Frères esteve associada à distribuição. A primeira empresa produtora cinematográfica de caráter imperial instaurou o fim da venda de filmes aos exibidores, substituindo-a por um sistema de locação das cópias.

Os ambulantes continuaram no país até a metade do século, mas se deslocaram para lugares distantes das grandes cidades. Sheila Schvarzman atenta para o estatuto plebeu da atividade cinematográfica no Brasil que tendeu a afastar a sua realização de tradições culturais mais eruditas (2011). A desimportância do cinema como valor cultural e artístico se refletia nas crônicas da época:

Cinema Sem Arte

É preciso ir aos cinematógrafos. Nada mais agradável. Uma fila outra fila, mais outra... Não nos agradou a primeira? Passemos à segunda. Não nos serve a segunda? Para adiante então.! Há filmes cômicos, há filmes sérios, há melancólicos, picarescos, fúnebres, alegres – alguns preparados por atores notáveis para dar a *reprodução* idealizada de qualquer fato, outras *tomadas nervosamente pelo operador*, à

¹⁷ A Pathé manteve uma média de 30% a 40% de controle do mercado de novos títulos nos primeiros anos de aparecimento das salas fixas (SOUZA, 2004).

passagem do fato. Umas curtas, outras longas. Pode deixar em meio delas sem receio e procurar a diversão mais além (...) Com um pouco é a agregação de vários fatos, é a história do ano, é a vida da cidade numa sessão de cinematografo – sendo um documento e tendo a excelente qualidade de não obrigar a pensar, senão quando o cavalheiro teima mesmo em querer ter ideias. Dizem que é a sua melhor qualidade essa (GAZETA DE NOTÍCIAS, Rio de Janeiro, 9.5.1909 in Souza, ibidem, p. 54).

Ao mesmo tempo surgiram estratégias de distinção diante da conformação do cinema como diversão para as massas, através de preços populares ou sessões gratuitas. “O acesso democratizado ao espetáculo cinematográfico era um problema a ser enfrentado” (SOUZA, ibidem, p. 134). A crônica abaixo evidencia o incomodo e a superioridade do teatro em relação ao cinema já no início do século:

Como se diverte o público carioca, o zé-povinho nas noites de sábado e de domingo? É curioso (...) O público do Rio tem uma série de diversões que são grátis. Talvez por isso não vá mais ao teatro. A primeira, a que está mais na *moda*, o delírio é o cinematógrafo, não o cinematógrafo Pathé ou o falante, mas o que estremece de *anúncios luminosos* (...) (GAZETA DE NOTÍCIAS, Rio de Janeiro, 20.10.1907 in Souza ibidem).

Esses dois trechos evidenciam como a disputa pela categoria de modernidade e moderno que marcou o período. As palavras usadas na Gazeta associam a experiência cinematográfica a uma modernidade negativa. Como afirma Barbero e Rey “o moderno se concebe, então, como o novo, o diferente, o que gera rupturas, o que amplia as perspectivas, mas também o que adentra territórios desconhecidos, fomenta linguagens inéditas, estende suas coberturas de expansão e impacta outras ordens da vida social” (BARBERO e REY, 2004, p.125). Percebe-se que para os intelectuais da época o discurso estava pautado no jogo dicotômico: rapidez x lentidão; estático x movimento; bom x ruim. Ser moderno poderia ser positivo ou negativo, dependendo do lugar de fala na disputa pela e na cultura.

O desejo de aproximar o cinema do público burguês e de fruição familiar exigiu a implantação de recursos distintivos: foi instituída política de diferenciação de preços de ingressos a partir de lugares (poltronas, camarotes de primeira, segunda etc.); os cinemas estavam associados a públicos específicos - reconhecidos pelos trajes e costumes; os filmes de arte foram exaltados pela imprensa como esforço de associar o cinema a um espetáculo para a elite urbana.

As minorias letradas associavam a cinematografia ao poder jornalístico e pedagógico e não ao cinema de vanguarda. Para Ismail Xavier a associação ao cinema-arte surgiu tardiamente se comparado à França e aos Estados Unidos. A questão principal neste primeiro momento se voltou para a influência do cinema como espetáculo de uma sociedade de massa emergente; a dimensão estética ficou para segundo plano. Para Ismail Xavier:

A concentração das preocupações no problema ético colocado pela nova diversão era função das particularidades do processo de assimilação do cinema como espetáculo a ser consumido numa sociedade pré-capitalista, ainda dominada por padrões e costumes de um patriarcalismo rural (idem, p. 119).

A polarização entre o nocivo ou malévolos efeito do cinema pautou as discussões sobre a categoria de modernidade e seu jogo de inovação que poderia ser visto como positivo ou negativo. A produção e circulação de imagens transpareciam a tensão do projeto de modernidade no Brasil e na tensão entre a formação de uma sociedade de massa e a resistência da elite dominante, que buscava formas de distinção.

Nesses primeiros anos de cinematografia, a ausência de controle institucional e falta de regras rígidas garantiram liberdade de produção e exibição que se modificaram rapidamente com as mudanças advindas do espírito do tempo. O primeiro cinema foi aquele da experimentação artesanal, quase circense, e acessória como forma rentável de espetáculo. Os filmes não eram produtos acabados: os rolos de filmes eram comercializados em separado e a ordem dos rolos ficava a critério do exibidor que escolhia o que julgasse mais adequado para o público. Assim, “os filmes eram recriados pelos exibidores a cada vez que eram exibidos” (COSTA, *ibidem*, p. 57).

Esta situação foi rapidamente transformada em estrutura industrial de produção, distribuição, exibição e consumo com a incorporação gradativa de público. O cinema só se generaliza como espetáculo industrial de massa quando deixa de ser marginal e torna-se atração exclusiva em locais transformados em espaços próprios para exibição de cinema. Em relação à linguagem instaurou-se a predominância da narrativa linear contínua através do recurso da montagem que estava em consonância com o teatro e literatura burguesa da época.

A passagem do cinema encarado como diversão popular e espetáculo no domínio das artes tradicionais ensaiou sinais de vínculos com as adaptações de obras literárias clássicas desde o período da Primeira Guerra. O cinema recorreu à literatura no que diz respeito à constituição de um campo autônomo e no processo “de alcançar o

patamar de ‘dignidade cultural’ que a literatura havia conquistado ao afastar-se, tanto das narrativas populares, quando da incipiente cultura de massa sujeita à lógica do mercado” (FIGUEIREDO, 2010, p. 16).

O cinema se descolou do espaço teatral, circense, feiras e exposições e se estruturou comercialmente, por intermédio de produtores, distribuidores e exibidores. A criação de especialistas para a atividade a partir de características de produção cinematográfica (como, por exemplo, um gênero de texto específico, o roteiro) consolidou um esquema clássico de divisão de trabalho industrial que garantiu à nova atividade metodologia própria. Os agentes do mercado – produtores e exibidores – se organizaram e passam a moralizar o cinema criando formas de auto-regulação e alteração na comercialização dos filmes – surgimento dos distribuidores - com objetivo de incorporar as classes médias detentoras de maior poder aquisitivo¹⁸.

As tradições e referências burguesas foram trazidas para os filmes a partir de 1907. Novas maneiras de fazer filmes, novas temáticas e as críticas da imprensa especializada da época revelaram esse alinhamento do cinema com a cultura dominante. Nas palavras de Costa:

Sabia-se que a burguesia só poderia entrar nos cinemas quando ver filmes se tornasse uma prática respeitável, familiar, educativa, e que evitasse os perigosos impulsos de afirmação das classes subalternas, pela repressão ou pela tutela didática de ideias sensatas (COSTA, *ibidem*, p. 66).

Essa *domesticação*¹⁹ do cinema estava inserida na cultura capitalista burguesa que buscou a normatização e moralização do negócio, do público e das temáticas através do movimento de “apagamento” das ambiguidades processuais da cultura popular. Na reflexão de Barbero: “Através de uma ‘indústria’ de narrativas e imagens, vai-se configurando uma produção cultural que ao mesmo tempo medeia entre e separa as classes” (BARBERO, 2006, p. 148).

Contudo, não há uma oposição entre esses dois momentos do cinema, mas uma convivência circular e dialética entre espetáculo e narrativa que permanece em diferentes graus no cinema clássico narrativo. Este processo não é reflexo de um aperfeiçoamento evolutivo e casual, mas sim de atravessamentos simbólicos, políticos e

¹⁸ Em 1908 foi criada a *Motion Picture Patents Company* que além de ser um órgão de auto-regulação pretendia monopolizar as atividades de produção, distribuição de filmes nos Estados Unidos. .

¹⁹ Entender domesticação não como algo monolítico, mas como processo em constante movimento.

econômicos de um determinado espírito do tempo marcado pela modernização e industrialização.

O pensamento de uma separação irreconciliável entre cinema de atração e cinema narrativo é ahistórico. Para Gunning o cinema de atração não desaparece com o domínio da narrativa e se torna evidente tanto em certas práticas de vanguarda, como em filmes narrativos, mais evidenciados em alguns gêneros (como o musical e ficção científica, por exemplo) (idem, p. 64).

Em seu estudo sobre a formulação original do cinema, Ismail Xavier volta ao cinema dos anos 1920, momento em que o pesquisador identifica a sedimentação da crítica cinematográfica na França e outros países, inclusive o Brasil. O cinema até então associado ao grande público e ao divertimento, passou a ocupar a esfera de intelectuais que, ainda presos à sua formação literária e às tradições clássicas, se afastavam do novo meio. A positividade do cinema junto aos artistas e intelectuais esteve associada a sua condição de modernidade - nova experiência sensível e inovadora - e como oposição e ruptura com a tradição, através do cinema de vanguarda e experimental. Xavier resume o elogio estético e técnico ao cinema:

A nova arte das imagens, fruto de uma nova técnica, isenta de qualquer ingerência de uma tradição nela ausente, assumiria uma posição de extrema importância, pois em nenhum outro lugar estaria melhor concretizado o ideal de um presente sem memória, que olha exclusivamente para o futuro (ibidem, p. 33).

O cinema foi associado a uma nova e original estética autônoma artística e o discurso formador se pautou pelo apagamento de sua circularidade e atravessamento de outras práticas culturais. Neste momento, o específico cinematográfico foi destacado discursivamente através da condenação do teatral e adaptações para o cinema. A expulsão das impurezas foi fundamental para a consolidação de cinema como estética autônoma, inserida no jogo da modernidade de inovação, velocidade e movimento.

Passou assim por um processo de legitimação como prática social oficial, se tornou objeto de atenção do erudito e foi sacramentado pela cultura dominante. O cinema deixou de ser apenas cinema e passou a estar inscrito no circuito artístico oficial, percorrendo um trajeto de afirmação cultural e política. Nas palavras de Xavier: “É o instante que deixa de ser simplesmente cinema, diversão popular, e passa a ser sétima arte, pintura da luz, sinfonia visual” (ibidem, p.14).

O cinema levanta a bandeira de autonomia da arte como reação à expansão da cultura de massa incipiente. O medo de se dissolver na cultura de massa emergente faz

com que o cinema se cole a um discurso da estética da autonomia para não ser associado como indústria/entretenimento. O cinema procurou trilhar os caminhos do campo da literatura: marcar um alto e um baixo dentro próprio campo²⁰.

A nova arte representava o presente glorioso e um tempo de inovação. O espírito progressista e moderno encontrava no cinema a aliança privilegiada entre ciência e arte, tornando-se assim a realização de um ideal moderno e novo elemento de cultura estético e ético. Na reflexão do autor: “o culto da arte, dentro de uma concepção particular de arte, e o culto da ciência, dentro de uma relação particular com as ciências, dão as mãos” (ibidem, p. 114).

Ismail Xavier manifesta que um cinema “distinto e de qualidade” associado à burguesia só se cristalizou no Brasil depois de 1925 com influência direta da indústria de Hollywood. Os grupos de elite resistiram ao cinema de forma mais contundente e apontaram maior incidência negativa à nova atividade que estava relacionada à “coisa de americanos”. A aceitação da nova arte vinculou-se à eliminação do cinema popular, gênero considerado vulgar e responsável pela degradação do espírito. Instaurou-se um discurso dicotômico marcado pela distinção radical entre “cinema puro” e “cinema popular”. A revista *Klaxon* discorre sobre a nova arte: “A cinematographia é a criação artística mais representativa da nossa época. É preciso que observe-lhe a lição” (KLAXON, n 1 15.5.22 in Xavier, ibidem, p. 143).

Apesar do ideal de estética autônoma, as tensões não internas no campo cinematográfico continuam. Pedro Lapera, através da pesquisa em periódicos sobre os indícios do consumo cinematográfico no Rio de Janeiro entre 1896 e 1916, fornece pistas de como a nova experiência foi percebida na cidade como meio massivo produtor de novas experiências sociais, perceptivas e discursivas. A Revista Moderna publicou uma pequena crônica comparando as formas de produção imagética pré e pós-cinematógrafo que resume o pensamento de intelectuais frente à nova experiência:

A História contemporânea tem de ser feita com instantâneos, como o retrato moderno tem de ser composto por uma série de Kodacks. (...) Quando Velásquez reproduzia na tela as expressivas physionomias dos príncipes da Casa de Austria, e, mais tarde, Machado de Castro fundia no bronze a pomposa e magnificente figura de El-Rei D. José, que ha cento e tantos annos garbosamente bifurca o seu monumental

²⁰Para Andreas Huyssen a vanguarda histórica quis desenvolver uma relação alternativa entre cultura de elite e cultura de massa, a despeito de seu fracasso final. Portanto, a vanguarda deve ser diferenciada do modernismo que em sua maior parte reforçou a dicotomia e distinção entre alto e baixo.

cavallo de Alter, pintores e esculptores, com socego e talento, com descanso e com aquelle sexto sentido que fecunda o cerebro e serve de poderosa objectiva, desenhavam ou coloriam os retratos dos seus modelos nas nobres e convencionaes posições em que a historia os ha de fixar (...)

Hoje a historia é escripta pelos reporters, em retalhos de papel, nas ante-camaras dos Paços e das Secretarias, nos corredores dos parlamentos, nas escadas dos terceiros andares, nas salas dos tribunaes, nas platéas e camarins dos theatros... (...)

A arte na maneira moderna soffre bastante. Por isso o público hoje ao mesmo tempo exige o quadro historico no museo e a estatua equestre na bella praça pombalina, e reclama as noticiasrapidas, elucidativas, minuciosas, os animatographos que lhes mostrem o personagem na intimidade de sua vida e surpreendido na série das expressões e movimentos (...) (REVISTA MODERNA. Rio de Janeiro, 15.01.1898, p. 412-413 in Lopera, idem, p. 10).

O rebaixamento no status da imagem com o advento do cinematógrafo foi indicado pela intelectualidade ao contrapor a relação contemplativa das imagens de obras de arte à *velocidade de fruição* através de aparatos tecnológicos de reprodução de imagens próprios da modernidade. Ora os valores da modernidade como agilidade e velocidade tiveram sentido negativo, ora sentido positivo. A disputa pelo significado palavra modernidade e tudo o que ela carrega marca os jogos simbólicos que estavam tecidos nas disputas na pela cultura.

Lopera destaca ainda uma abordagem mais positiva da modernidade na coluna Palcos e Salões do *Jornal do Brasil* que narra a presença de famílias de operários dispostos a comprar, por 500 réis, alguns minutos de divertimento e sonho. Em seguida, o pesquisador destaca a importância da adaptação cinematográfica do romance *Ressurreição* (de Leon Tolstoi). “há muita gente que não leu o romance. Não quis, não pode, não sabe ler. Que vá ao Odeon, ao Paris, ao Pathé. E há de vibrar no intenso desespero dessa desolada katioucha e há de bem dizer a obra evangelizadora e poderosa do illustre escriptor russo” (PALCOS E SALÕES do JORNAL DO BRASIL de 1.12.1909 in Lopera, ibidem, p. 11).

A adaptação de romance de autor de prestígio junto às elites no cenário internacional explicita a disputa por gostos e a tensão entre as práticas da escrita e da imagem trazidas pelo consumo de imagens em movimento no final do século XIX. Disputas e tensões pautaram a construção de hierarquias sociais em relação ao consumo cinematográfico e ao ritual de ir ao cinema que se desenvolvia em paralelo à construção do espaço urbano. Essas duas fontes selecionadas pelo pesquisador permitem ilustrar ambiguidades constituintes da historiografia da atividade cinematográfica no Brasil.

Como afirma Huysssem, “Desde a metade do século XIX, a cultura da modernidade tem-se caracterizado por uma volátil relação entre a alta cultura europeia e a cultura de massa” (1996, p.7). Neste sentido, a disputa interna do campo cinematográfico - uma vertente aliada à estética da autonomia e outra ao massivo - se estende até os dias de hoje. Existe uma disputa dicotômica evidente que tende a apagar as ambiguidades próprias da atividade cinematográfica.

As dicotomias modernas são incompatíveis com a realidade latino-americana que se perfaz nas mediações. O país viveu uma outra modernidade que não pode ser esgotada no atraso. A nossa modernidade periférica carrega consigo aspectos positivos e negativos que a condição de estar à margem pode trazer. O projeto de modernidade latino-americano conferiu características socioculturais singulares à formação do audiovisual no Brasil que dissolveu as dicotomias e se baseou nas mediações e antropofagias culturais.

O cinema chegou ao Brasil como uma importação entre tantas outras. A atitude mimética importada, misturada com nuances locais afastou o cinema mudo do final do século XIX e início do XX de se inserir como estética autônoma. Contudo, a relação com modelos estrangeiros não reduziu o cinema brasileiro ao esquema de mera imitação, garantindo em alguns casos espaço para veiculação do produto nacional.

Os componentes do ideário moderno e universal da experiência cinematográfica esbarraram e conviveram com um país econômica e industrialmente atrasado. A técnica cinematográfica foi, portanto, apropriada dentro do contexto social brasileiro, conformando particularidades. Diferente da Europa onde o cinema havia se estabelecido como indústria ao mesmo tempo como condições para novos grupos de artistas, que fizeram outro uso do cinema em diálogo com outras práticas culturais (criando um cinema independente), no Brasil, país periférico, importador de filmes, a precariedade e instabilidade da atividade cinematográfica, distanciava o cinema dos padrões de elite preocupados com a construção moderna de cultura nacional²¹.

A partir do final da década de 1920 com um cenário de institucionalização da nascente indústria cinematográfica e da ficção clássico-narrativa, e com a consolidação de um circuito exclusivo de salas comerciais de exibição de cinema, a situação de produção e de exibição de filmes se modificou. A experiência cinematográfica se consolidava como fenômeno de massa fundamental para a construção da ideia de Estado

²¹No Brasil houve uma dissociação entre artistas modernistas e o cinema, ficando este excluído do projeto artístico modernista (XAVIER, 1978).

Nação. Para Eduardo Morettin “o cinema passou a ser utilizado cada vez mais como ‘vitrine’ em que a nação projeta, diante de si e dos outros, as virtudes nacionais e serem celebradas em um cenário marcado pelo imperialismo” (2010, p. 2). No início do século XX a competência técnica e discursiva de uma cinematografia significava progresso nacional e foi considerada uma espécie de alegoria nacional.

Apesar de uma produção ainda precária, o Brasil também alimentava a mesma vontade de perpetuação pela imagem cinematográfica de uma memória histórica. “Sua veiculação pelas salas de exibição no espaço de Exposição constituía um esforço imagético de conferir uma identidade moderna ao Brasil por intermédio do cinema” escreve Morettin (idem, p. 3).

Em seu estudo, Morettin lembra a presença do cinema na Exposição Internacional do Centenário realizada entre 1922 e 1923 na cidade do Rio de Janeiro e a relação do novo meio de comunicação e o Estado. Houve a iniciativa da concessão do Estado para verbas para produção de filmes sobre a história e geografia do país para a exposição. Alguns filmes como *No país das Amazonas*, de Silvino Santos, encomendado por um capitalista amazonense, J. G. Araujo ganhou muita repercussão de público, ficando três meses em cartaz no Rio de Janeiro e, depois, seguindo um percurso internacional.

Em entrevista Morettin reforça o papel do Estado para o cinema na Exposição, sendo ele mesmo uma incorporação da modernidade enquanto técnica:

Tendo percebido o cinema, o Estado brasileiro voltou sua atenção a ele, e instituiu na programação da exposição à produção de filmes para exibição no evento, apresentando fomentos nesse sentido, como isenção da cobrança de taxa de importação sobre os negativos, materiais químicos e revelação. No entanto, nessa iniciativa estava envolvida uma elite letrada, sem nenhuma cultura cinematográfica, apresentando demandas por filmes institucionais no pior sentido do termo (MORETTIN, 2011, p. 217).

Não houve objetivo de constituição de uma política de longo prazo, tanto foi assim que nenhuma lei foi implementada até a década de 1930. O Estado, seguindo a tendência de outros países, buscou equiparar o Brasil às nações que tinham o cinema como sinônimo de modernidade. De acordo com Morettin:

A singularidade do Brasil nesse contexto, no entanto, era marcada pela ausência de uma indústria do cinema, o que dificultava o entendimento adequado de suas demandas e de suas necessidades por parte do aparato estatal, e por filmes que não corroboravam, necessariamente, a intenção esboçada nos projetos ideológicos de origem. De qualquer forma, na década de 1920 os dados foram

lançados, sendo os resultados parcialmente colhidos mais à frente (ibidem, p. 11).

O Estado estava naquele momento preocupado em criar novas estratégias de convencimento da população recorrendo aos meios de comunicação de massa, projeto que ganhou força nos anos 1930, com o rádio²².

O cinema se institucionalizou no Brasil nos anos 1930 com o ideal de Estado-nação e acesso dependente à modernidade. A necessidade de formar mercados nacionais em consonância com o desenvolvimento do capitalismo internacional tornou-se prioridade de Estado. A década foi marcada pela vontade de industrialização, modernização das estruturas econômicas e irrupção das massas nas cidades e o cinema teve papel fundamental. Para Xavier:

O cinema como produto e signo da técnica, não deixava de ter, incorporadas à sua significação, as conotações que a mãe-técnica adquiria como força de manipulação da natureza e fonte de um progresso, bem vindo aos olhos dos que dele usufruíam, e admirável aos olhos de todos, porque uma ideologia dominante o instaurava socialmente como símbolo do poder da humanidade em geral (ibidem, p. 24).

No período compreendido entre 1896 e 1930 a produção cinematográfica era artesanal no Brasil, sendo realizada de forma dispersa e isolada. Não existia, até então, sentimento de consciência cinematográfica nacional e um projeto estatal para a atividade.

No cenário internacional, a indústria cinematográfica europeia entra em colapso com a Primeira Guerra enquanto os Estados Unidos construíram uma situação de monopólio de produção, distribuição e exibição em todo o mundo. Para Sevcenko: “Nunca um único sistema cultural teve tanto impacto e exerceu efeito tão profundo na mudança de comportamento e dos padrões de gosto e consumo de populações por todo o mundo, como o cinema de Hollywood no seu apogeu” (SEVCENKO in Novais, idem, p. 602). O cinema hollywoodiano tornou-se referência mundial na década de 1930, através do sistema do *star system* e grandes estúdios. Este modelo influenciou não somente o mercado, mas também a narrativa e o modo de se fazer cinema no Brasil.

²² O rádio foi introduzido no Brasil no início dos anos 1920. Mas devido aos problemas técnicos de transmissão, difusão, qualidade de sinal e programação só a partir dos anos 1930 teve impacto decisivo para transformação da cultura brasileira (SEVCENKO in NOVAIS, 1998).

OS ANOS 1930 E O SONHO DE INDUSTRIALIZAÇÃO: MISTURAS, FLUXOS E PROJETOS

A década de 1930 foi marcada pelo início da intervenção estatal no cinema e pelo projeto dos grandes estúdios no país. Tanto o Estado quando a iniciativa privada se valeu da potencialidade mediadora e circular do cinema. O primeiro teve por objetivo incluir o cinema no projeto de integração nacional e por isso abriu mão do discurso da estética autônoma; e o segundo buscou a aproximação do público da experiência cinematográfica através da incorporação de outras linguagens e artistas (em especial o rádio).

Neste sentido os anos 1930/40 e 50 são ricos pois revelam e fazem gritar o processo de circularidade dentro da clássica historiografia do cinema brasileiro. Então mais do que recontar a história do cinema deste momento, irei pontuar e descortinar os encontros e trânsitos para iluminar um outro processo histórico e social de circularidade do cinema brasileiro.

Foi nos anos 1930, com o Governo Vargas, que o Estado iniciou políticas, diretrizes e medidas institucionais para intervenção na atividade cinematográfica. O projeto estatal de incentivo ao setor estava comprometido com o incremento da produção de filmes de curta-metragem, especialmente aqueles com fins educativos e de cunho nacionalista. Para Anita Simis, a intervenção do novo governo ocorreu no plano da produção, distribuição, importação e exibição, e conseqüentemente, o cinema deixava de ser uma atividade regulada apenas pelas leis do mercado (1996, p. 92).

O Governo Vargas atribuiu ao cinema, dentro do plano nacional para a cultura, a função de instrumento pedagógico, para auxiliar no ensino primário, secundário, superior e profissional e para veiculação dos valores do nacionalismo. A ideia de nação que vigorou no período foi mediada pelo projeto de união do povo brasileiro instituído a partir de sua integração a partir do poder estatal. O projeto de unicidade da identidade nacional tinha por objetivo diluir as diferenças culturais e transformar a multiplicidade

de desejos em um único desejo: “o de participar do sentimento nacional” (GALVÃO e BERNARDET, 1983, p. 8). Esse centralismo não objetivou apenas unificar, mas também uniformizar as diferenças culturais dos povos, num tempo em que as massas começavam a afetar o conjunto das sociedades urbanas, tornando-se impossível manter a organização das diferenças e hierarquias que vigoraram até então. O Estado procurou reordenar a sociedade e instaurou a aliança com o povo - através da interpelação popular-nacional -, a fim de construir o sentimento nacional, a partir de estratégias de poder.

Os meios de comunicação de massa foram decisivos nesse processo de construção de um imaginário de nação e cultura brasileira. A cultura de massa, que ainda estava em fase embrionária no país, passou a ser percebida como o lugar onde as diferenças podiam ser escondidas e encobertas, em função da integração que o massivo produzia. Neste sentido, o cinema se propunha a colaborar com o Estado e promover a união nacional. Jesús Martin-Barbero situa os meios de comunicação no âmbito das mediações, uma vez que o processo de transformação cultural não se inicia nem surge através dos meios, mas passam a desempenhar importante papel a partir de um determinado tempo (2006).

Entre os anos 1930 e 1945, com o nacionalismo em destaque nos debates políticos e econômicos no Brasil, o cinema poderia ser um meio “portador da ideologia nacionalista que se ocupa em identificar uma coletividade histórica em termos da nação e cuja solidariedade é garantida por meio de fatores étnicos, geográficos e culturais” (SIMIS, idem, p. 27). Nacionalismo e educação se complementaram nesse período histórico: O cinema levaria à contribuição na formação e integração da nação, ensinando o público a ser brasileiro e educando-o para tal. A experiência cinematográfica configurava-se como lugar de aprendizado e não de sonho.

A utilização do cinema a partir de iniciativas oficiais seria, portanto, veículo de exercício de poder. O papel do cinema era percebido como essencial para integrar, aproximar as diversas regiões e populações do extenso território do Brasil, construindo e solidificando a ideia de “homem brasileiro”. O cinema, fazendo uso da mediação, se tornou instrumento de propaganda do governo e de educação popular, através de cinejornais e filmes educativos.

No plano institucional, a criação do Instituto Nacional do Cinema Educativo (INCE), em 1936, órgão vinculado ao Ministério da Educação (MEC)²³, se materializou como difusor educacional, reforçando a articulação cinema, educação e nação, ao “promover e orientar a utilização da cinematografia, especialmente como processo auxiliar do ensino, e ainda como meio de educação popular” (SIMIS, *ibidem*, p. 34). O INCE foi responsável pela produção e distribuição de filmes educativos gratuitamente, além disso, atuou também nas projeções em escolas, institutos de cultura e criação de filмотeca. “Até 1941, já haviam sido editados cerca de duzentos filmes que foram distribuídos não apenas em escolas, mas também em centros operários, agremiações esportivas e sociedades culturais” (SIMIS, *ibidem*, p. 35). No entanto, o INCE não logrou implementar ações duradouras para o estímulo da indústria cinematográfica. Na verdade, sua criação desestimulou essa visão industrial do cinema, uma vez que atendeu unicamente ao setor educativo e cultural. Embora neste mesmo período tenha havido formulação de leis para o cinema, estas eram voltadas apenas para fortalecer o cinema educativo²⁴. Menos do que medidas de industrialização, os meios massivos da época buscaram a apropriação e o reconhecimento das massas populares. Para Autran: “A política ministerial não objetivou a industrialização do cinema brasileiro, mas tão-somente sua utilização como instrumento deste programa de formação da nacionalidade” (2004, p. 70).

A presença social das massas foi um fato político. A integração produzida pelo massivo tornou-se um elemento constitutivo do funcionamento da hegemonia burguesa, encobrendo diferenças e reconciliando os gostos. A cultura de massa passa então a se apresentar como popular contribuindo para a construção e integração da nação.

Com o desenvolvimento do cinema como meio massivo e de conciliação nacional, as ambiguidades e interfaces populares, formadoras do cinema, foram encobertas. A partir dos anos 1930 o discurso e as práticas que dominaram o cinema brasileiro estiveram em consonância com o projeto de Estado-nação.

A circularidade era identificada através do trânsito de atores e estrelas do rádio e teatro e influências literárias. Se nos primeiros tempos do cinema brasileiro, a circularidade de repertórios e sensações foi experiência formadora, a chanchada não

²³O Ministério da Educação foi criado no Brasil em 14 de novembro de 1930 com o nome de Ministério da Educação e Saúde Pública. Sua criação foi um dos primeiros atos do Governo Provisório de Getúlio Vargas, que havia tomado posse em 3 de novembro.

²⁴Exemplo disso é que, em 1932 foi instituída a obrigatoriedade de exibição nas salas de cinema, mas apenas para filmes educativos.

abandona as múltiplas referências, principalmente as oriundas do rádio. Produtores nacionais na década de 1930 a 1960, como Luis Severiano Ribeiro e Francisco Serrador, realizavam filmes que “eram extensões dos espetáculos de televisão, rádio ou teatro ligeiro nacionais” (SOUZA, 2004, p. 85).

O cinema nacional acompanhou as transformações da própria sociedade brasileira e foram criadas iniciativas privadas para o desenvolvimento e consolidação de uma indústria cinematográfica. As décadas de 1930, 1940 e 1950 no Brasil foram marcadas pela instalação de um capitalismo frágil e uma indústria cultural e um mercado de bens simbólicos incipientes. Na esteira das ideias de modernização, progresso e civilização no país, o cinema se nutriu do novo pensamento desenvolvimentista brasileiro.

Nesta época, os grandes estúdios brasileiros se consolidaram pelo investimento do capital privado, desvinculado do Estado, e objetivaram a construção de uma indústria e de um mercado de cinema no Brasil. Pensou-se, nesse momento, que o desenvolvimento de uma indústria cinematográfica nacional e a consequente afirmação de um mercado nacional poderiam se estabelecer independentemente das políticas estatais.

As variadas tentativas de industrialização do cinema do período evidenciam as mediações, deslizamentos e apropriações de outros repertórios como música, rádio, teatro, Hollywood e literatura para o desenvolvimento do cinema nacional. Seja pela vertente popular ou elitista, as empresas cinematográficas dos anos 1930, 1940 e 1950 buscaram se constituir a partir de referências múltiplas e diversas de um Brasil que se modernizava.

Fundada por Adhemar Gonzaga em 1930, a Cinédia foi fruto dos preceitos já defendidos pelo jornalista na revista *Cinearte* (1926 a 1942). A revista fazia campanhas regulares em favor da produção de filmes no Brasil e sua industrialização, sintonizados com o pensamento desenvolvimentista. Contraditoriamente, estava identificada com os ideais do cinema dominante, propondo e universalizando um modo específico de produção, aos moldes de Hollywood. Como afirma João Luiz Vieira, “assim, a proposta de um cinema brasileiro com padrão internacional de qualidade significava a adoção irrestrita do modelo de produção glorificado por Hollywood” (VIEIRA in Ramos, 1990, p. 133). A Cinédia inaugura o modelo de estúdio de porte no Brasil, potencializado pelo advento do cinema sonoro.

O espírito de modernização varria o país e a ideia era compatibilizar as diversas e modernas tecnologias de produção e realização dos grandes estúdios e a busca de um produto acessível para o grande público. Em sua primeira fase, a Cinédia se voltou para filmes com qualidade artística, bom acabamento técnico e apelo popular, tendo Humberto Mauro como seu representante de destaque. Com os insucessos de público, a Cinédia passou por uma crise econômica, mas sobretudo de orientação estética

Gonzaga adotou a partir de 1934 projetos grandiosos de adaptação da nossa literatura e ambientados em locações exóticas. No entanto, “a necessidade de viabilizar comercialmente a empresa levou Gonzaga ao encontro do filme musical de apelo popular” (RAMOS, 2004, p. 131). A fusão do cinema e rádio pareceu a melhor maneira de garantir êxito comercial²⁵.

Os filmes carnavalescos e as chanchadas vinculavam-se ao advento do cinema sonoro, uma vez que a música torna-se característica essencial desses gêneros. Produzidos pela Cinédia, *Alô, alô, Brasil* (1934) e a sequência *Alô, alô, Carnaval* “reconhecem a importância do rádio no título dos filmes e inclui no elenco, as principais estrelas radiofônicas brasileiras, como Carmen Miranda” (RAMOS, idem, p. 118).

O cinema se apropriou dos cantores e dos atores cômicos do teatro popular para criar filmes musicais e populares. Junto a isso, o cinema deu visibilidade e repercussão que expandiam e muito a popularidade alcançada nos veículos originais – rádio e teatro. O exercício de circularidade atravessou a prática cinematográfica do período que buscou o projeto de industrialização do cinema brasileiro. A Cinédia ampliou as possibilidades de difusão dos artistas por meio do cinema e criou todo um imaginário circular. Fernão Ramos discorre sobre o encontro das estrelas na tela:

Verdadeira constelação de astros e estrelas do rádio brasileiro, esses musicais reuniam cantores como: Mário Reis, Carmen Miranda, o Bando da Lua, Lamartine Babo, Francisco Alves, Almirante, as Irmãs Pagã, Dirce Batista, Heloísa Helena, entre outros (RAMOS, idem, p. 131).

A Cinédia incorporou no seu modo de fazer cinema de destaque popular com as principais estrelas e astros da canção dos anos 1930, formando os então cantores-atores

²⁵*Coisas nossas* (1931) de Wallace Downey foi a primeira revista musical do cinema brasileiro: um desfile de astros e estrelas.

que também se beneficiavam da circularidade entre os meios²⁶. Essa mediação de sucesso entre rádio e cinema também foi estendida para a Atlântida.

A Atlântida, criada em 1941, se voltou para produção de chanchadas e musicais, num diálogo explícito com as rádios da época, ao realizar filmes populares, baratos e adequados ao mercado, e ajudar a formar a cultura de massa no Brasil. Segundo Galvão e Bernardet, foi nos anos 1940 que o termo popular, “retrato do povo” se configurou no país. Afirmam os autores: “(...) boa parte da produção dos anos 1930 e 1940 se constituiu do que se poderia chamar de filmes ‘populares’ – quer porque falavam do povo, quer porque a ele se dirigiam: os melodramas e as chanchadas, sobretudo as carnavalescas” (idem, p. 34).

Diferentemente da Cinédia, na segunda fase da Atlântida, as narrativas tornam-se mais complexas com a introdução de novas situações dramáticas, tipos e personagens, além da experimentação de novos repertórios de movimento de câmera e técnicas de iluminação. Desta forma, a Atlântida se distanciou da encenação marcadamente teatral e radiofônica (RAMOS, *ibidem*). Com as chanchadas, a Atlântida, criou sua marca registrada, principalmente com a dupla Grande Otelo e Oscarito. E, desta forma, introduziu as primeiras estrelas genuinamente cinematográficas do gênero, em oposição às estrelas do rádio da primeira fase.

Com isso, a chanchada foi bem sucedida ao reproduzir aqui, de forma competente, o esquema do estrelismo de Hollywood, consagrando uma plêiade de atores e atrizes como Eliana, Anselmo Duarte, José Lewgoy, Zé Trindade, Violeta Ferraz, Zezé Macedo, Cyll Farney, Fada Santoro e muitos outros (RAMOS, *idem*, p. 118).

O estúdio produzia uma média de três chanchadas por ano e chegavam ao grande público através da distribuição e exibição organizada por Luís Severiano Ribeiro Jr. Pouco a pouco os brasileiros se acostumaram a ver atores e atrizes nas telas, principalmente através das estrelas do rádio que já possuíam fãs, como os de Emilinha Borba, Ângela Maria e Marlene, que arrastavam grande público para o cinema.

As comédias musicais carnavalescas não encontravam eco positivo na crítica e, com o surgimento da Companhia Cinematográfica Vera Cruz, vislumbrou-se a possibilidade de se fazer um cinema “puro e verdadeiro”. Para Paulo Emílio Salles Gomes: “Essas obras traziam, como seu público, a marca do mais cruel subdesenvolvimento” (1980, p. 91).

²⁶ Os cantores-atores não são exclusivos dos anos 1930. Vários cantores ainda hoje transitam no cinema, agregando visibilidade ao filme..

A respeito das chanchadas, João Luiz Vieira afirma que o cinema brasileiro se transformou numa sátira de si mesmo, através da paródia. Esta crítica ridiculariza o próprio cinema brasileiro por não poder se igualar ao cinema norte-americano; o público, por sua vez, é levado a rir de si mesmo. O autor nos lembra da importância do riso, já apontada por Mikhail Bakhtin, como um modelo alternativo àquele dominante. Por esses motivos não podemos deixar de considerar que as chanchadas eram dotadas de um sotaque popular, elaboradas técnica e artisticamente como produtos próprios da situação de dependência artística e econômica do cinema brasileiro naquele tempo.

De imediato, a paródia no cinema brasileiro surge como uma forte indicação da relação de poder existente na luta pelo mercado cinematográfico, apontando diretamente para a força dominante neste mercado que é a do filme estrangeiro, notadamente de procedência norte-americana (VIEIRA, 1983, p. 22).

No entanto, o autor acrescenta que, embora esse tipo de filme tivesse indicado uma estrutura de dominação econômica e cultural, não significou uma crítica consciente com a finalidade de denúncia (VIEIRA, idem). O fato é que a chanchada garantiu visibilidade ao cinema brasileiro para um público de massa, em um mercado inundado pelos filmes estrangeiros.

Carlos Manga, que anos mais tarde desenvolverá um sólido trabalho na televisão, dirige na Atlântida em 1954 dois filmes que também se tornaram paradigmáticos: *Nem Sansão nem Dalila* e *Matar ou Correr*. Paródias da superprodução de Cecil B. De Mille *Sansão e Dalila* (1949) e do western *Matar ou Morrer* (1952) de Fred Zinnemann, os filmes deslizam entre a comédia e a política.

A maioria as produções da Cinédia e Atlântida apoiava-se na repetição de fórmulas de sucesso e, principalmente, na articulação com outros ramos da indústria cultural como o rádio, o teatro, o circo e na imprensa, buscando o desenvolvimento de uma política do estrelismo. Os estúdios fizeram uma aliança declarada com o meio de comunicação de massa da época, o rádio, que tiveram por objetivo criar e consolidar um cinema popular brasileiro com a intensificação da produção de comédias musicais carnavalescas. Como afirma Vieira:

A inovação do som permitiu a visualização das vozes de cantores e cantoras já populares no disco e no rádio, ao ritmo de sambas e marchinhas inscrites, por sua vez no universo maior do carnaval. Embora, como via de saída frente à competição estrangeira ou enquanto proposta estética, esse rumo tenha sido combatido durante muitos e muitos anos, não restam dúvidas de que, nas décadas de 1930, 1940 e 1950, a união entre o cinema e a música brasileira, identificada para sempre com o cinema do Rio de Janeiro, possibilitou

a sobrevivência e garantiu a permanência do cinema brasileiro nas telas do país (VIEIRA in Ramos, 1990, p. 141).

O rádio já era o meio de comunicação de massa que penetrava nos lares e intimidades da família, gerando um sentimento de proximidade maior entre o público e o artista. Essa mediação entre cinema e rádio – por meio da circulação de astros e estrelas e repertório popular – instituiu um modo de fazer cinema declaradamente híbrido, multirreferente e circular que foi incorporado pela televisão anos mais tarde. Nas palavras de João Luiz Vieira:

O Brasil mudava, e é em torno de 1960 que a televisão estende-se em todas as direções, transformando-se rapidamente no meio de comunicação mais eficaz e poderoso do país. As filas começam a diminuir frente aos cinemas que exibiam as comédias cariocas aparentemente despretensiosas. Para a televisão partem não só diretores e estrelas – que, até hoje mantêm a tradição das comédias cinematográficas cariocas (como, por exemplo, Chico Anísio, Jô Soares e Costinha) – como principalmente o humor e a linguagem – que, garantindo a sobrevivência do cinema brasileiro, fizeram a delícia do público durante mais de três décadas (VIEIRA in Ramos, idem, p. 178).

Em contraposição a este modelo de cinema popular, a Vera Cruz surgiu, em 1949 - apoiada pela elite financeira paulista e contando com o interesse da intelectualidade da época - como sonho de uma burguesia que queria afirmar sua cultura e se tornar a expressão cinematográfica brasileira independente e internacional. A Vera Cruz é criada em meio ao aparato de legitimação cultural e difusão cultural no campo cinematográfico nos anos 1950: formação de cineclubes, congressos, legislação, prêmios, grupos de trabalho, festivais, publicações especializadas etc. Surgia pela primeira vez no Brasil uma Companhia Cinematográfica que contava com o interesse e o apoio da intelectualidade e da elite financeira paulista.

A Companhia Cinematográfica Vera Cruz foi a principal tentativa de implantação de uma indústria cinematográfica no Brasil, baseado no modelo de estúdios. Fundada por Francisco Matarazzo Sobrinho e Franco Zampari, a Vera Cruz simbolizava a colônia italiana que tinha acabado de criar o Museu de Arte Moderna (MAM) e o Teatro Brasileiro de Comédia (TBC). Nas palavras de João Luiz Vieira: “A Vera Cruz pretendia realizar um cinema com ‘expressão cultural’, criticando o tom

popularesco e vulgar das comédias carnavalescas cariocas, padrão que não era bem o que uma elite gostava de ver nas telas²⁷ (VIEIRA in Ramos, ibidem, p. 165).

A Vera Cruz se afastou das produções cinematográficas populares carnavalescas e musicais e adotou como modelo Hollywood, mas com a mão de obra importada da Europa. O mito de construção de uma industrialização cinematográfica brasileira residia na ideia de grandes produções, orçamentos elevados e alta tecnologia, todos copiados da indústria hollywoodiana. Mas a mão de obra era europeia, o que já explicita uma releitura. Uma mistura que marca a mediação entre o dentro e fora, o próprio e o alheio para criar um cinema brasileiro baseado no discurso elitista da época.

A qualidade técnica e de interpretação foram as maiores contribuições da Companhia. A Vera Cruz queria se firmar como “produção brasileira de produção internacional”, com “filmes de alto nível”, tendo como suporte a qualidade de técnicos, a importação dos melhores equipamentos disponíveis no mercado internacional, a construção de estúdios gigantescos e caros (modelo hollywoodiano), além do eficiente departamento de publicidade da empresa e seu modelo de *star system* (CATANI in Ramos, 1990, p. 205). No entanto, “do ponto de vista temático e artístico, sofria uma dependência excessiva em relação ao rádio, teatro de revistas e o espetáculo musical” (RAMOS, ibidem, p. 562).

O filme *O Cangaceiro* (1953) de Lima Barreto foi um sucesso completo: de público e crítica. No entanto, os sucessos não eram tão comuns. O filme *O pagador de promessas* (1962) de Anselmo Duarte foi o auge da Companhia e reflete a excelência técnica da Vera Cruz e dos atores do TBC, ao mesmo tempo em que integra ao drama elementos brasileiros. A empresa estava colada aos aspectos positivos e contraditórios trazidos pela modernização, em especial com o cuidado com a qualidade técnica internacional.

A Vera Cruz foi criticada por alguns pelo artificialismo e impostação ao tratar da realidade brasileira da época. Os filmes eram acusados de “estrangeiros”, que vinham não apenas do quadro de profissionais importados, mas por um desejo estético de fazer cinema em moldes internacionais.

²⁷ A Atlântida responde com mais um filme carnavalesco “verdadeiro manifesto prático de uma política mais ‘realista’ para o cinema brasileiro”. O filme-manifesto é *Carnaval Atlântida* (1952) de José Carlos Burle. O filme reconhece e assume, mais uma vez, a incompetência de se copiar os padrões de qualidade dos estúdios norte-americanos. O filme articula a paródia, chanchada e carnaval como resposta ao subdesenvolvimento. (VIEIRA in RAMOS, 1990, p. 165).

A Companhia Cinematográfica Maristela surge em 1950, nas trilhas abertas pela Vera Cruz, tentando imitá-la. Foi montado um grande aparato de produção e contratou-se quadro fixo (atores e técnicos, boa parte estrangeiro) e foram encomendados argumentos a grandes escritores da época como Millôr Fernandes e Alex Viany, mas a primeira fase da empresa não deu o retorno esperado. Optou-se por realizar coproduções, nas quais na maior parte dos filmes, a Maristela não desembolsou verba, e participou com seus ativos e pessoal técnico. A empresa também se alinhou a major Columbia, entregando-lhe a distribuição de seus filmes. A Maristela foi uma sombra da Vera Cruz e atingiu seu grande momento em 1957 quando Nelson Pereira dos Santos foi seu principal produtor. No entanto, não conseguiu se firmar no mercado como empresa protagonista e fechou suas portas em 1958.

Esses dois modelos ideológicos de produção, ainda que bastante diferentes entre si, tiveram impacto no mercado cinematográfico nacional. No período compreendido entre 1951 e 1955, foi realizada uma média de 27 filmes/ano. No entanto, a animação provocada pelo projeto industrial - da era dos estúdios - não durou muito no Brasil²⁸.

A implantação dos grandes estúdios surgiu no bojo da ideologia nacional-desenvolvimentista e, como consequência, na construção de uma indústria cinematográfica brasileira. O exercício das interfaces e circularidades nem sempre elaborados discursivamente, atravessaram o período da era dos grandes estúdios no Brasil, por meio do diálogo com o teatro, rádio e literatura.

Apesar de todas as tentativas, o cinema brasileiro não estabeleceu bases industriais. O projeto industrial foi deixado de lado e entrou em cena um outro projeto de cinema brasileiro protagonizado pelos cinemanovistas. Neste movimento, o cinema nacional buscou se constituir como campo artístico autônomo e não como indústria, em uma oposição clara ao cinema de Hollywood e seu modelo industrial.

Nessa época, aconteceram os primeiros Congressos de Cinema (1952/53), nos quais se discutiram desde a conquista do mercado interno, a necessidade de formulação de uma política cinematográfica até proposta de legislação para o setor. “Na verdade o que surgia naquele momento era a necessidade de se repensar a frustrada

²⁸Entre as razões elencadas para explicar o declínio da industrialização autônoma do cinema, deve-se levar em conta do processo frágil de industrialização no Brasil, o surgimento da televisão no país, a consequente migração de produtos e técnicos para o novo meio e má administração de recursos. O movimento de expansão do capitalismo se realizou somente em alguns setores, não se estendendo para a totalidade da sociedade. O processo de mercantilização cultural esbarrou nos limites do desenvolvimento econômico do país. Ortiz resume a questão “a ‘indústria cultural’ e a cultura popular de massa emergente se caracterizavam mais pela sua incipiência do que pela sua amplitude” (ORTIZ, 2001, p. 45).

industrialização cinematográfica, investigar as causas da crise da Vera Cruz (...)” e repensar o modelo para desenvolver a atividade cinematográfica no país (ORTIZ Ramos, 1983, p. 16). Os debates se estendiam para além do cinema e pensavam a questão do desenvolvimento capitalista e da concepção de cultura brasileira, que em última instância definiriam os rumos da cinematografia nacional. A reflexão e defesa de um cinema popular que representasse a realidade do povo e fosse destinado à massa de espectadores, com vistas à construção de uma indústria cinematográfica nacional, dominava o pensamento da época.

Nos anos 1950, o campo cinematográfico se dividiu em dois grandes grupos de ideologias distintas, trazendo novas discussões e debates para a atividade. Embalados pelo clima de desenvolvimentismo do período, emerge uma discussão importante em torno do cinema, protagonizada pelo Grupo de Estudos da Indústria Cinematográfica (GEIC), em 1956. Os integrantes do GEIC estavam subordinados ao Ministério da Educação²⁹, e, em 1961, foi criado o Grupo Executivo da Indústria Cinematográfica (Geicine)³⁰, que foi um dos protagonistas das discussões sobre os rumos do cinema brasileiro nas décadas de 1950/1960.

Ortiz Ramos categorizou o Geicine como “universalista-industrialista”, uma vez que defendia que o cinema deveria ser produto da iniciativa privada, cabendo ao Estado apenas a tarefa de criar condições protetoras para seu crescimento. Junto a isso, propunha a atração e associação ao capital estrangeiro, numa tentativa de tornar o inimigo em aliado. O Grupo estava, prioritariamente, comprometido com a industrialização do cinema brasileiro. Esse pensamento pode ser entendido nas palavras de Carvalheiro Lima, membro do GEIC:

Resta formar uma consciência cinematográfica e uma ação de esclarecimento do país, em relação aos problemas específicos da nossa cinematografia, dentro da tese de que a causa profunda do nosso cinema não é estética. Ela decorre de pressões bem mais profundas, definíveis como falta de uma legislação industrial. Preconizar e cumprir uma política de liberalismo sadio, e de estímulo à atração de capitais estrangeiros por via de co-produções seria o caminho (CARVALHEIRO LIMA in Ortiz Ramos, *idem*, p. 27)³¹.

290 Ministério da Educação - MEC, em decorrência da criação do Ministério da Saúde pela Lei n.º 1.920, de 25 de julho de 1953, passou a denominar-se Ministério da Educação e Cultura.

30 Grupo criado pelo Presidente da República pelo Decreto nº 50.278, de 17 de fevereiro de 1961. No Artigo 1º, lemos: “Fica criado o Grupo Executivo da Indústria Cinematográfica (GEICINE), diretamente subordinado à Presidência da República, a fim de dar execução às diretrizes básicas enunciadas no presente Decreto para incentivo à indústria cinematográfica brasileira”.

³¹ Interessante notar que desde os anos 1950 já se antevia a coprodução e a integração de mercado cinematográfico como solução. Esse pensamento é reelaborado nos anos 2000, e incorporado às políticas públicas através de acordos de co-produções internacionais.

Assim, os membros do grupo aspiravam à passagem de um “cinema subdesenvolvido” para um cinema nos moldes dos países desenvolvidos, tendo como base o clima de modernização capitalista que o país vivenciava na época. Algumas medidas como o decreto-lei que instituía que o distribuidor estrangeiro poderia aplicar parte do imposto de renda devido sobre a remessa para o exterior em filmes nacionais criada pelo Geicine em 1962 e a elevação da obrigatoriedade de exibição anual de 42 dias para 56 dias evidenciaram o pensamento desenvolvimentista do grupo.

No outro pólo, o grupo cinemanovista, categorizado por Ortiz Ramos como “nacionalista-culturalista”, estava comprometido com o cinema de autor, com objetivos culturais claros. A novidade do cinema novo é que havia um projeto para o país. O cinema deveria ser um instrumento de descoberta e reflexão sobre a realidade nacional. Afirmam Galvão e Bernardet: “No cinema novo, uma preocupação marcante seria a utilização de elementos da cultura popular como ponte para atingir o povo: a ideia é que se faça um cinema popular (que se dirija ao povo) com a matéria prima popular (que vem do povo)” (ibidem, p.139). Dever-se-ia, portanto, estreitar a comunicação com o povo, tendo por objetivo contribuir para a conscientização do mesmo, através de conteúdo e linguagem “nacionais”.

Inseridos no pensamento nacionalista, os cinemanovistas viam a penetração do capital estrangeiro como um grande mal imperialista que deveria ser combatido a qualquer custo. O grupo do cinema novo denunciava que a política cinematográfica defendida pelo Geicine adotava padrões capitalistas que aprofundavam a dependência do cinema brasileiro em relação às cinematografias estrangeiras mais desenvolvidas³².

Nos anos 1960, as duas vertentes protagonistas do campo cinematográfico, “universalistas-industrialistas” e “nacionalistas-culturalistas” se fortaleceram e a disputa se explicitou: uma que pensava o nacionalismo, atravessado pela cultura “e o cinema pelo binômio ‘desalienação-libertação nacional’, e uma concepção que submetia o ‘nacional’ a valores ditos universais, caracterizando uma postura ‘universalista-cosmopolita’” (ORTIZ RAMOS, 1983, p. 39). Essas duas correntes se chocaram ao

³²Não se pode deixar de apontar que também nessa conjuntura os fatores externos foram determinantes para redefinir os rumos da cinematografia nacional. É neste momento histórico que os grandes conglomerados de comunicação norte-americanos se impunham e se expandiam no país e no mundo, dando novas direções ao mercado de cinema no Brasil e à cinematografia nacional. No Brasil houve queda quantitativa na produção dos filmes ficcionais, processo que se aprofundou a partir da Segunda Guerra Mundial, com a tomada do mercado brasileiro pelo produto norte-americano.

longo da década em discussões sobre os rumos do cinema no Brasil e agitaram o campo cinematográfico. Seus agentes diretos, por meio de disputas culturais, legitimaram a batalha cultural para a orientação da condução da atuação do Estado para o projeto de industrialização e do que deveria ser o cinema nacional. Neste momento as práticas circulares do cinema se tornam cada vez mais silenciosas, apesar de presentes, dando lugar ao discurso das polarizações e dicotomias.

Com a emergência dos cinemas nacionais dos anos 1960 acontece na América Latina uma ampla frente de resistência ofensiva ao imperialismo econômico e cultural dos Estados Unidos. Era um cinema que ia contra o modo de produção de fábrica e estilo e narrativa do cinema clássico norte-americano. Hennebelle afirma que: “o cinema veio a transformar-se para nós – em tais circunstâncias – num instrumento de identidade e emancipação” (1978, p. 16). O cinema nacional, da década de 1960, foi percebido como uma ação internacional contra o cinema hollywoodiano, a favor de um cinema de temas nacionais e populares. Para o autor “(...) são as cinematografias nacionais e populares a única alternativa de resposta à ocupação das telas e à uniformidade das linguagens que impõe o primeiro cinema, o cinema do grande capital, o cinema hollywoodiano” (1978, p. 17). Os cinemas nacionais revolucionários dos anos 1960 foram considerados, portanto, verdadeiras frentes de combate anti-imperialista. O discurso da época reflete a disputa:

Cinquenta anos depois da Revolução de Outubro, o cinema americano reina sobre o cinema nacional. (...) Atualmente fazer um filme é contar uma história tal como é contada em Hollywood. Todos os filmes se parecem. O imperialismo econômico deu origem a um imperialismo estético (...). Nossa tarefa é libertarmos-nos dessas cadeias de imagens impostas pela ideologia imperialista por meio de seus aparelhos: imprensa, rádio, cinema, discos, livros (GODARD in Hennebelle, idem, p. 25).

Não há somente uma nova estética, o novo cinema dos anos de 1960 trabalhou com modelos alternativos de produção que apareceram ligados às novas formas de expressão da época.

Os novos cinemas nacionais dos anos 1960 instituíram dois aspectos centrais da produção audiovisual nacional contemporânea: foi, ao mesmo tempo, uma produção oficializada, reconhecida pelos poderes públicos, mediada pelas políticas públicas e leis de incentivo para o setor, e uma expressão da nação (SORLIN, 1996).

No Brasil, o cinema novo deveria ser um instrumento de descoberta e reflexão sobre a realidade nacional. Afirmam Galvão e Bernardet: “No cinema novo, uma

preocupação marcante seria a utilização de elementos da cultura popular como ponte para atingir o povo: a ideia é que se faça um cinema popular (que se dirija ao povo) com a matéria prima popular (que vem do povo)” (ibidem, p.139). Dever-se-ia, portanto, estreitar a comunicação com o povo, tendo por objetivo contribuir para a conscientização do mesmo, através de conteúdo e linguagem “nacionais”.

Inseridos no pensamento nacionalista, os cinemanovistas viam a penetração do capital estrangeiro como um grande mal imperialista que deveria ser combatido a qualquer custo. Não se pode deixar de apontar que também nessa conjuntura os fatores externos foram determinantes para redefinir os rumos da cinematografia nacional. É neste momento histórico que os grandes conglomerados de comunicação norte-americanos se impunham e se expandiam no país e no mundo, dando novas direções ao mercado de cinema no Brasil e à cinematografia nacional. No Brasil houve queda quantitativa na produção dos filmes ficcionais, processo que se aprofundou a partir da Segunda Guerra Mundial, com a tomada do mercado brasileiro pelo produto norte-americano.

Como resposta à ascensão da indústria cinematográfica norte-americana, os cinemas nacionais ganharam força em todo o mundo nos anos 1960. Foi principalmente depois da Segunda Guerra Mundial que o cinema americano estendeu seu império ao conjunto do mundo e se consolidou como o grande meio de comunicação moderno. O cinema americano se estabeleceu em bases industriais e se firmou mundialmente como produto de exportação através das *majors* e do próprio governo norte-americano. “Hollywood entrava na era da globalização, quando as contradições nacionalistas, ironicamente, tendem a se acirrar” (BUTCHER, 2005, p. 11).

O projeto de industrialização do cinema brasileiro só foi iniciado, por meio da participação estatal, com a instalação de órgãos culturais federais, a partir dos anos 1960, embalados pelos novos rumos econômicos e políticos do governo militar. Em 1969 a criação da Embrafilme - Empresa Brasileira de Filmes S/A - concretiza o projeto de industrialização via política estatal.

É também no final dos anos 1970 que a televisão se populariza e se consolida como principal meio de comunicação massiva. Se temos na Europa a formação de um público leitor, nos Estados Unidos a formação de um público cinematográfico, no Brasil e na América Latina temos um público televisivo. Então, para além de Hollywood, o cinema brasileiro ganha um novo “vilão industrial e massivo”, a televisão. A “angústia

da contaminação” dominou o cinema que se posicionou como arte revolucionária e se inseriu na luta discursiva distintiva com a televisão.

ABRAM ALAS PARA A TELEVISÃO ENTRAR NO AR

Diferente do cinema, a história da televisão no Brasil não seguiu a trajetória do modelo dominante mundial³³. A formação do novo meio no Brasil é repleta de singularidades. A principal delas é a não aliança institucional com a indústria cinematográfica nacional devido à ausência de uma estrutura sólida de cinema industrial brasileiro nos anos de 1950. Para Arthur Autran:

(...) a cinematografia nacional nunca se industrializou efetivamente, apesar das tentativas de vultos como quando se tentou copiar o modelo americano de produção com grande investimento de capitais – o caso da Vera Cruz na primeira metade dos anos 50 – ou quando o Estado assumiu a tarefa de coordenar e financiar o processo de industrialização – o caso da Embrafilme nas décadas de 1970 e 1980 (2004, p. 8).

Ainda assim, a televisão herda da experiência do cinema e do rádio, “as funções de máquina de fazer mitos, se aproveitando da maior intimidade com que disputaria o espaço doméstico e o cotidiano de seus espectadores” (SEVCENKO in Novais, 1998, p. 615).

Resgatarei da trajetória histórica da televisão brasileira os pontos de encontros e desencontros com os meios de comunicação existentes em seus anos de formação. A formação da televisão vem prioritariamente do rádio, meio popular e de massa da época que tinha como base a cultura oral. No começo do meio eletrônico não existia “profissional de televisão”. A televisão começou praticamente como um rádio com imagem.

As décadas de 1940 e 1950 as transmissões brasileiras ganharam o alcance internacional. Neste momento, as emissoras de rádio mantinham enormes estruturas

³³ Até o início de 1950 apenas três países tinham transmissões televisivas regulares: Inglaterra, França e Estados Unidos (REIMÃO, 2006).

artísticas e de produção irradiando seus programas para todo o país. A Radio Nacional foi a maior representante deste modelo (CALABRE, 2003, p. 1). Quando surge a televisão, o setor radiofônico já era forte e bastante profissionalizado: realizava contato diário com o público e provoca ampliação da popularidade artística.

A migração de artistas, gêneros, equipes e esquema de produção do rádio para a televisão criou um modelo ainda dominante no contemporâneo. Para Daniel Filho: “O rádio era a paixão nacional. Acho que o público aceitou tão bem a televisão, e tão depressa, principalmente porque reconheceu nela algo familiar” (FILHO, 2003, p. 11).

A televisão latino-americana foi criticada por sua predominância do verbal, como melhor evidencia de sua condição de subdesenvolvimento: era o rádio com imagens. No entanto, hoje com o desenvolvimento técnico parece difícil acreditar nesta explicação. A predominância do verbal na televisão “se inscreve na necessidade de subordinar a lógica visual à lógica do contato, dado que é esta que articula o discurso televisivo sobre o eixo da relação estreita e preeminência da palavra em culturas tão fortemente orais” (BARBERO, 2006, p. 296). Esta opção se distinguiu do cinema que tem como eixo orientador a imagem, desde seu nascimento, quando ainda não havia o cinema sonoro.

Interessa aqui descobrir, atentar e analisar as outras transversalidades que formaram o meio televisivo, com destaque para sua relação, convivência e circularidade com o cinema brasileiro a partir 1950/60. Não é objetivo fazer uma revisão da história da televisão, mas sim identificar e analisar a historiografia da televisão na sua relação com as outras linguagens e, em especial como cinema, meio audiovisual moderno e que antecede o campo televisivo. Vamos a essa história então.

Em 1944 a empresa General Electric publicou um anúncio com o título “A eletrônica trará a televisão ao nosso lar” (BARBOSA in Ribeiro, Sacramento, Roxo, 2010, p. 15). A promessa do novo aparelho tecnológico e doméstico entrou no imaginário brasileiro antes mesmo da instalação das primeiras emissoras no país. A televisão apareceu como um meio tecnológico, avançando no sentido da modernidade, e se constituindo como um espaço híbrido entre o rádio e o cinema antes mesmo de sua materialização. Neste sentido, povoou o imaginário da população antes de chegar ao espaço doméstico do país e criou o que Marialva Barbosa chamou de “imaginação televisual”.

O rádio até então era o grande meio massivo onde a população das grandes cidades buscava informações e onde o Estado-nação tecia seu projeto nacionalista. O

advento da televisão nos anos 1950 não mudou de imediato o protagonismo do rádio na sociedade brasileira. Para Sandra Reimão os primeiros programas “davam a impressão de um programa de rádio mostrado pela televisão” ou “rádio a caminho da televisão”. (REIMÃO, 2006, p. 20 e KLAGSBRUNN et al in Hollanda, 1991, p.13).

Os primeiros tempos da televisão no Brasil carregaram as marcas do improviso. Nas palavras de Barbosa: “Improviso que levou ao extremo de se descobrir, na hora mesmo da inauguração, que não havia receptores para um público ainda em formação” (BARBOSA in Ribeiro, Sacramento, Roxo, idem, p. 17). O improviso foi o recurso utilizado por atores, diretores e técnicos para resolver situações de total pioneirismo de instalação da televisão no país.

O desenvolvimento da televisão no Brasil na década de 1950 em seus primeiros anos contou com uma estrutura pouco compatível com a lógica comercial. Esse modelo quase que artesanal de implantação da televisão no país, marcado pelo improviso, só iria ser modificado com a criação de complexos como a Excelsior e a Globo, e com a ampliação do consumo de aparelhos no país na década de 1970³⁴. Nos anos 1950, a televisão brasileira, como meio de comunicação de massa, era ainda pouco consumida e foi considerada um artigo de luxo pela sociedade brasileira da época. No caso do cinema, este foi percebido como “(...) industrialismo da burguesia, que não mais se apóia nos princípios aristocráticos de cultura, nem nos moldes de um mecenato benemérito” (ORTIZ, 2001, p. 66).

Nos anos 1940/50, a emergência de uma sociedade urbano-industrial conviveu com graus diferenciados de modernização. Para fins comparativos, em 1950 apenas 20% da população era urbana; em 1975 essa proporção sobe para 60% (MATTOS, 2010).

As dificuldades tecnológicas, financeiras e materiais impuseram resistência ao desenvolvimento de um mundo moderno, gerando uma esquizofrenia entre o processo de modernização e as possibilidades reais de apropriação cultural e social daquilo que se modernizava. Canclini reflete sobre o processo:

Modernização com expansão restrita de mercado, democratização para as minorias, renovação das idéias mas com baixa eficácia nos processos sociais. Os desajustes entre modernismo e modernização são úteis às classes dominantes para preservar sua hegemonia, e às vezes para não ter que se preocupar em justificá-la, para ser simplesmente classes dominantes (2006, p. 69).

³⁴ A definitiva consolidação da televisão no cotidiano e imaginário da sociedade brasileira só aconteceu na década de 1980.

No Brasil, a vontade de modernização e a construção de identidade nacional estiveram intimamente associadas. O projeto moderno foi percebido como vontade de construção nacional e a televisão era instrumento e símbolo de um país moderno.

Oficialmente inaugurada em 18 de setembro de 1950, a TV Tupi Difusora de São Paulo já realizava exibições experimentais internas desde abril daquele ano. Já a TV Tupi do Rio de Janeiro foi inaugurada em 20 de abril de 1951. Importante destacar que a televisão brasileira surgiu como uma “aventura comercial de capital privado”³⁵. O novo meio no Brasil foi subsidiado através de recursos de empresas nacionais, graças a um modelo de venda antecipada de espaço publicitário. As dificuldades estruturais marcaram o início da televisão no Brasil e as transmissões, com imagens cheias de interferências. Estas eram realizadas ao vivo entre 17h e 22h, com grandes intervalos entre os programas. O processo de experimentação envolveu não apenas a utilização técnica do veículo, mas também novas propostas de encenação e criação de dramaturgias.

A década de 1950 foi marcada pela expansão da televisão no Brasil (de 1955 a 1961 foram inauguradas mais de 20 novas emissoras), introduzindo o novo meio no imaginário do brasileiro, mas ainda era uma expectativa a ser realizada. O preço do aparelho ainda era impeditivo para a introdução da televisão no cotidiano dos brasileiros. Em 1952 existiam apenas 11 mil televisores em todo o país. De acordo com Barbosa: “Como uma utopia comunicacional, a televisão ainda é para a maioria do público o *nenhures*, algo que só existe como imagem-imaginação, mas que gradualmente se transforma em utopia midiática” (BARBOSA in Ribeiro, Sacramento, Roxo, *ibidem*, p. 23). Nesta imaginação televisual, criada a partir de anúncios publicitários, o meio deveria ser experimentado de maneira coletiva, reunindo a plateia telespectadora qualitativamente igual.

Presente como imaginação, mas ainda ausente no cotidiano, a televisão teve uma programação voltada para o público capaz de despender dinheiro para comprar um aparelho televisivo. A programação marcada por textos e encenações do teatro clássico³⁶ e de vanguarda, música popular e erudita e alguns espetáculos mais populares,

³⁵ STRAUBHAAR, 1983.

³⁶ A TV de Vanguarda, da TV Tupi, apresentava encenações de peças teatrais clássicas como Shakespeare, Goethe, Brecht, Pirandello etc. “Não se tratava de uma mera transmissão de uma montagem teatral, o programa buscava adaptar as encenações à linguagem televisiva” (REIMÃO, 2006, P.33). Com isso,

a experimentação de uma nova linguagem e a pouca disponibilidade de receptores, devido ao alto custo do aparelho, marcam o primeiro momento da televisão no Brasil, e é caracterizada por alguns pesquisadores como “fase elitista”. Em 1951 a TV Tupi levou ao ar diretamente do palco do TBC, a peça de Maximo Gorki, *Ralé*, e a TV de Vanguarda obras de Shakespeare, Ibsen, Guimarães Rosa e outros.

O teleteatro foi o primeiro gênero ficcional e teve grande prestígio junto ao público, aos profissionais e críticos. Os teleteatros introduziram na televisão o referencial da alta cultura, através de montagens de clássicos da literatura e dramaturgia mundial, associados aos grandes atores o teatro nacional.

A presença de atores consagrados no teatro brasileiro na televisão agregou prestígio simbólico, elevando o gênero teleteatro como o “cartão de visitas” das emissoras. A TV Tupi, principal emissora da época, se voltou para um modelo de televisão cultural em seus primeiros anos, o que garantiu a ascensão do teleteatro no meio televisivo.

A combinação da dramaturgia clássica aliada à estética cinematográfica moldou as experimentações televisivas na década da TV ao vivo. Para Cristina Brandão:

Os anseios de se atingir um programa que trouxesse o prestígio aos canais, somado ao ideal de se fazer algo artístico na televisão, como se fazia no cinema foram responsáveis pela aproximação do meio eletrônico com o vasto acervo da literatura e da dramaturgia e com técnicas cinematográficas (BRANDÃO in Ribeiro, Sacramento, Roxo, *ibidem*, p. 39).

A ausência de uma indústria cinematográfica nacional e infraestrutura técnica e humana de imagem e som fez com que a televisão brasileira, diferente de outros países, tivesse uma formação particular, distanciada institucionalmente e discursivamente do cinema nacional.

A televisão não encontrou no cinema brasileiro território sólido para se abastecer, apesar de se utilizar de referências e repertórios explícitos das chanchadas em telenovelas³⁷. Contribuiu também para desenvolver o tratamento de imagem (todas as terminologias técnicas vêm cinema) e, mais ainda, emprestando textos de sucesso de suas adaptações no cinema para produção da televisão. Para Marta Klagsbrunn, “apesar de seu parentesco com o cinema, a televisão brasileira se desenvolveu sem grande apoio

ficou marcado na história como momento em que a TV Tupi alcançou maior prestígio junto à elite intelectualizada.

³⁷ A influência das chanchadas se estende aos dias de hoje. O autor Silvio de Abreu tem como sua principal referência o humor herdado das chanchadas.

de uma indústria cinematográfica, tão consolidada como, por exemplo, a norte-americana” (KLAGSBRUNN in Hollanda, *idem*, p. 8).

Os seriados norte-americanos se tornaram mais influentes do que o cinema nacional. Sandra Reimão, em sua pesquisa sobre programação televisiva, destaca que alguns formatos de programas foram diretamente inspirados no modelo narrativo da TV americana. Junto a isso, também eram exibidos telefilmes e seriados estrangeiros, especialmente norte-americanos³⁸. As influências estéticas portanto não eram restritas ao território nacional. A circularidade extrapolava os limites geográficos e tinha no cinema e na televisão norte-americanos fontes de inspiração e referência.

Internamente o novo meio encontrou estabilidade e confiança no modelo radiofônico - meio de massa da época, apoiado na publicidade, aliado ao clima de desenvolvimentismo do governo de Juscelino Kubitschek. Paralelamente, voltou-se para o repertório teatral, prestigiado na hierarquia social. Paulo Autran, Laura Cardoso, Procópio Ferreira, Cacilda Becker, Sérgio Brito e Ítalo Rossi são alguns dos atores que foram incorporados pela televisão e fizeram parte do consagrado teleteatro brasileiro. Jesús Martín-Barbero e Germán Rey (2004) analisam a condição paradoxal do teleteatro uma vez que permitia e pretendia a difusão em massa de um referencial da alta cultura, até então reservado a um público restrito.

O teleteatro foi o gênero formador da linguagem de televisão, ainda precária e artesanal em termos técnicos. Apesar disto, os teleteatros exigiam gastos volumosos e uma equipe preparada para apresentar um espetáculo em apenas uma noite. De acordo com Brandão:

O enfraquecimento do gênero só é sentido na segunda metade da década de 1960, quando a telenovela diária já se impunha como gênero de maior popularidade e de baixo custo para as emissoras de TV. Foi também o período em que aparecem, com maior frequência, os seriados e os filmes americanos (BRANDÃO in Ribeiro, Sacramento, Roxo, *ibidem*, p.48).

Alguns teleteatros importantes da época: *TV Vanguarda* (TV Tupi – SP), exibição semanal – 1952 a 1967; *O sítio do pica-pau amarelo* (TV Tupi – SP), exibição semanal – 1952 a 1963; *Câmera Um* (TV Tupi – RJ), exibição semanal – 1953 a 1967; *Teatro Cacilda Becker* (TV Paulista e TV Record), exibição semanal – 1953 a 1955; *Grande Teatro Tupi* (TV Tupi RJ e SP), exibição semanal – 1956 a 1965.

³⁸ Na Tupi foi exibido *Ben Casey* e *Dr. Kildare*, por exemplo.

Diferente do teleteatro, as primeiras telenovelas foram escritas, dirigidas e produzidas pelos profissionais do rádio. O formato em capítulos do rádio, e a fórmula do “gancho” foram incorporados na televisão. Em 1951, a TV Tupi lança a primeira telenovela *Sua vida me pertence* (Walter Foster). “É o início de uma produção que permanece até 1963, quando a telenovela passa a ser diária com a estreia, na TV Excelsior, de 2-5499 *Ocupado*, com Glória Menezes e Tarcísio Meira” (BRANDÃO, in Ribeiro, Sacramento, Roxo, ibidem, p. 49).

Os atores também eram oriundos deste meio. O referencial da radionovela, apoiado no gênero do melodrama e na figura do narrador, entrou e se consolidou na televisão brasileira. Mas não foi só da radionovela que a telenovela colheu influências. Também usou como referencial o teleteatro, cinema e teatro de revista. Junto a essa mudança, a TV Excelsior implantou a visão empresarial de emissora, criando uma grade regular de programação e valorizou os profissionais do meio. Para Brandão: “Finalmente, a TV Excelsior implantou na televisão brasileira uma mentalidade profissional que pressupunha o rompimento com um tipo de produção artesanal até então em vigor” (BRANDÃO, in Ribeiro, Sacramento, Roxo, ibidem, p. 54).

Disputas e conflitos entre profissionais da televisão marcaram os primórdios da televisão. A desigualdade de origens socioculturais e posições ocupadas por profissionais pontuaram a televisão da época numa tentativa de distinção cultural. Em batalha distintiva estavam os homens do rádio em contraposição aos homens do teatro e vice-versa. Os profissionais do rádio eram acusados de carentes de capital cultural e os do teatro de descompromissados com a formação televisiva. No entanto, a ficção, feita pelos profissionais do rádio, começou a se distanciar do teatro consagrado para se aproximar da ideia de povo (público ampliado do rádio) e da realidade do povo brasileiro. Para alguns pesquisadores essa distinção se apaga na circularidade que o novo meio foi tecendo:

Pode-se distinguir também na estrutura do resto da programação da TV a influência dos dois meios: do rádio viriam os shows, programas humorísticos, musicais; o teatro traria diversas formas de dramaturgias. Investigando a produção desta fase inicial, por vezes é difícil distinguir se a referência feita a uma emissão trata de teleteatro ou novela (KLAGSBRUNN et al, in Hollanda, ibidem, p.14).

Os humores da circularidade são resultados de lutas e negociações irresolutas que movimentam o campo televisivo e permitem paralelos futuros para pensar o espaço audiovisual brasileiro.

Diante de uma sociedade de modernidade pautada pela mediação e de consumo ainda restrito de bens culturais, a televisão deslizou entre os meios e a cultura de elite e popular, incorporando e transformando-os. Apesar de sua propriedade massiva, se distinguiu do rádio e do cinema estrangeiro, voltando-se, em um primeiro momento, para a cultura de caráter elitista, apoiado no teatro e literatura, destinando-se a um público dos dois maiores centros urbanos, São Paulo e Rio de Janeiro. Brandão analisa o processo: “Em meio à popularidade do rádio e do cinema (estrangeiro), a emissora que surgia em 1950 poderia ser comparada a mais uma iniciativa cultural do quilate de um TBC, de uma Vera Cruz e das Bienais que começaram a aparecer na sociedade paulista” (BRANDÃO in Ribeiro, Sacramento, Roxo, *ibidem*, p.39). A televisão fazia parte de um projeto de grupo de empresários que vislumbrava um país moderno.

Os telespectadores da época eram sujeitos privilegiados por possuir um aparelho de televisão, que veiculava repertórios da alta cultura mundial. A aquisição do televisor era considerada portanto sinônimo de status social. Por isso, a fabricação e consumo de televisores foi tão importante quanto a implantação da televisão no Brasil para o alargamento do público e consolidação de um novo setor industrial nacional.

Nos primeiros tempos, a televisão se baseou no modelo comercial radiofônico, e incorporou e reinventou os cânones e repertórios da literatura, teatro e cinema estrangeiro, campos culturais já consagrados no imaginário coletivo para construir sua linguagem e atrair um público ainda em formação em uma sociedade de capitalismo emergente. O espaço audiovisual deslizou entre os diversos níveis de cultura em seus primeiros anos de formação, e teve como traço definidor o hibridismo e referências intertextuais. Fez circular técnicas, referências, artistas, linguagens e até modelos comerciais de diversas áreas culturais. Na programação circulavam musicais, teleteatros, seriados, programas de entrevistas e noticiários, sem que houvesse uma orientação coerente e sistemática.

Os anos 1960 marcam uma virada no panorama da televisão brasileira. A ampliação do mercado de bens culturais e do acesso do veículo a todas as classes econômicas delineou uma mudança na televisão brasileira que se voltou para um caráter comercial. De acordo com Brandão há um crescimento de vendas de aparelhos de 401% na década de 1960. Junto a isto, há expansão do número de emissoras.

Foi com o crescimento do mercado e consumo de produtos industrializados que a televisão se tornou economicamente viável através da ampliação de espectadores potenciais e de faturamento publicitário. O desejo de desenvolver, modernizar e integrar

o país já norteava o imaginário como uma mudança necessária. Neste sentido, os meios de comunicação de massa seriam fundamentais para a promoção do desenvolvimento nacional. Desenvolvimento este de caráter econômico e simbólico que estava em consonância com o projeto político de construção de um imaginário nacional.

A década de 1960 foi o momento em que a televisão começou a desenhar sua estrutura de linguagem e sua estrutura produtiva: o “como fazer televisão”. O meio deixou de ser artigo de luxo para se tornar cada vez mais acessível a um número cada vez maior de consumidores.

A televisão passou por importantes transformações no período, sejam elas de ordem internas ou externas. De acordo com Alexandre Bergamo: “Por um lado, começa-se a esboçar um quadro de profissionais de televisão, por outro, ganha contornos mais claros a ideia de que a televisão tem um público diferente daquele do rádio, do teatro ou do cinema” (BERGAMO in Ribeiro, Sacramento, Roxo, *ibidem*, p. 59). A estruturação das emissoras pela grade de programação, diante de uma rotina pensada para um certo público, instituiu essa ideia de público televisivo.

O sucesso e consolidação da novela como gênero mais popular e lucrativo da televisão esteve voltada para uma mudança de linguagem: substituição gradual do teatral e fantasioso, por linguagem realista e temática do cotidiano brasileiro contemporâneo que é sempre atualizado pela cultura da moda. Em 1968 a TV Tupi com *Beto Rockefeller* trouxe as novelas para o universo contemporâneo das cidades próximas da atmosfera cultural do final dos anos 1960, de um país que se modernizava, além de introduzir uma linguagem coloquial próxima dos espectadores.

Neste sentido, a televisão, assim como o rádio, deveria ser inserida na rotina familiar, ocupar o lugar central da sala de estar das casas, devendo fazer parte do cotidiano da família brasileira. A formulação de uma grade de programação se tornava decisiva ao articular a divisão de horários em consonância com os tempos de trabalho e lazer. Filmes, programas infantis, noticiários, musicais, novelas deveriam ser cuidadosamente programados de maneira a atender a todos os membros da família brasileira. Com a introdução do videotape, em 1962, e sua utilização sistemática a partir do ano seguinte, a exibição da telenovela passou a ser diária e a televisão se adentrou no cotidiano do brasileiro. A TV Excelsior, em 1963, estruturou uma programação vertical combinada com uma horizontal (os programas eram exibidos de segunda a sexta e em horários fixos) aliando a ideia de rotina familiar à programação televisiva.

Em 1965 iniciou-se um processo de transformação que se refletiu no fluxo de programação das emissoras. Alguns fatores indicam o período de transição: o videotape (1962) que fez com que a produção nacional se concentrasse cada vez mais no eixo Rio-São Paulo e permitiu que as emissoras adotassem uma programação horizontal como meio de fixação do público, a grande importação de seriados norte-americanos³⁹, o declínio da Tupi, o acordo TV Globo e grupo Time/Life e a ascensão e queda da Excelsior.

Surgem nos anos 1960 duas emissoras que vão reformular a televisão brasileira: TV Excelsior (1960) e TV Globo (1965). A TV Excelsior, criada em 1959, foi a primeira a ter uma visão empresarial moderna. A emissora foi a primeira a produzir uma telenovela diária e substituiu as adaptações de obras estrangeiras por programas de linguagem coloquial e temáticas nacionais. No entanto, a emissora não resiste à mudança do cenário político de 1964, uma vez que apoiou a manutenção do então presidente João Goulart, e é extinta em 1970. A emissora teve sua concessão cassada em 1969.

A TV Globo, por sua vez, se beneficiou do cenário político e econômico da época e expande seu poder em todo o território nacional apoiada no projeto de integração nacional. A emissora, criada em 1965, se voltou para uma programação popular. Os programas de auditórios eram frequentes: Chacrinha, Silvio Santos, Dercy Gonçalves foram alguns dos programas que abusavam de elementos popularescos. Apesar de serem bastante assistidos, havia resistência a esse tipo de programação por parte da elite intelectualizada.

Diversos profissionais de administração, comercialização, financeiro programação e produção foram para a TV Globo na tentativa de estruturar uma empresa forte e moderna. A emissora deixa de ser dirigida por profissionais do meio artístico e jornalístico para ser comandada por homens de publicidade e marketing. Essa virada marca uma nova concepção do que poderia ser a televisão brasileira. Walter Clark e José Bonifácio – o Boni - foram responsáveis pela reestruturação da TV Globo. Adotou-se o modelo de horizontalidade e verticalidade (reserva de horário para determinados programas e organização diária em faixas de horário), implantado pela TV Excelsior.

³⁹ Na pesquisa de programação de 1960 Sandra Reimão avalia que os gêneros mais presentes eram filmes e seriados, seguidos por programas de auditório, shows variedades. A telenovela ocupava 3º lugar, seguido por programas esportivos e telejornais. Em relação à origem da programação, em 1965, 61% da programação é de origem nacional (2006).

Este modelo permitiu a racionalização e aumento de vendas de espaço publicitário ao mesmo tempo em que contribuiu para fidelizá-la a família brasileira.

A TV Globo, inserida no projeto de integração nacional do governo militar, entendeu que a televisão é um produto familiar de dimensão nacional. Nos anos 70, com a pesquisa e aferição de audiência possibilitou que a montagem de uma grade de programação espelhasse melhor a representação da rotina da família brasileira. Clark e Boni criaram toda a concepção do Jornal Nacional: horário nobre, entre duas novelas. Fantástico e Globo Repórter, ambos criados em 1973, estavam inseridos na concepção de televisão nacional e de qualidade.

No contexto político os militares buscavam estratégias para o projeto de integração nacional, e a televisão era peça estratégica nesse processo. Em 1965 foi criada a Empresa Brasileira de Telecomunicações (Embratel) e em 1969 as emissoras puderam propagar sua programação por micro-ondas. A TV Globo foi a primeira a utilizar o sistema em 1969 quando levou ao ar o Jornal Nacional, o primeiro programa de televisão transmitido em rede, graças à infraestrutura tecnológica fornecida pelo governo. O Jornal Nacional inaugurou um novo estilo de jornalismo na TV brasileira por ser transmitido em rede, por consolidar um modelo de informação fragmentado e curto, por adotar uma metodologia de apresentação fria e pretensamente objetiva e pela abrangência de assuntos devidos à instalação de escritórios no exterior.

O projeto do governo foi fundamental para a expansão da TV Globo. De acordo com Ana Paula Goulart e Igor Sacramento:

Eram as condições técnicas que a Globo precisava para realizar seu projeto. Ao possibilitar a geração de uma programação uniforme para todo o país, a empresa diminuía os custos de produção dos seus programas e aumentava sua capacidade de comercialização do espaço publicitário (RIBEIRO e SACRAMENTO in Ribeiro, Sacramento, Roxo, *ibidem*, p. 114).

A TV Globo tinha como projeto fazer a integração nacional através da imagem. Se os militares queriam a unificação política das consciências, os empresários da mídia desejavam a integração e ampliação de consumo. “Um grupo se pautava mais pela dimensão político-ideológica e o outro mais pela econômica. Em princípio isso não configurou uma contradição. Significou, ao contrário, uma adequação de interesses” (RIBEIRO e SACRAMENTO in Ribeiro, Sacramento, Roxo, *ibidem*, p.116). No entanto, a ideologia da Segurança Nacional moralista gerou conflitos entre empresários e governo. O Estado passou a ficar atento à elevação do nível da televisão na década de

1970, repudiando programas considerados popularescos e vulgares. A programação deveria estar em sintonia com os preceitos da Segurança Nacional que estava em consonância com os valores de “qualidade e gosto” do projeto de nacionalização da ditadura.

Para evitar discordâncias a TV Globo e a TV Tupi assinaram um protocolo de condutas se comprometendo a excluir alguns tipos de programas considerados de “mau gosto” e assegurar programas de “alto nível de qualidade” em sua grade. A partir dos anos 1970 a TV Globo começou a investir em grandes nomes da literatura e casos especiais (1971) escritos por signos cultura de elite: Dias Gomes, Domingos de Oliveira, Plínio Marcos e Gustavo Dahl.

Dias Gomes explica o sentimento que teve quando foi chamado pela TV Globo:

Quando a Globo me chama, eu penso: a Globo está me dando uma plateia popular, aquilo que eu sonhei no teatro o tempo todo. Uma plateia que vai de A a Z, desde o intelectual até a cozinheira, faxineiro e tal. Eu tenho o direito de recusar? Politicamente, estaria correto recusar? Não seria uma estupidez, se estão me dando plateia? Bom (alguém poderia dizer) mas você está fazendo isso dentro de um órgão que apoia o regime. Mas e daí, o que é que vai ao ar? Não interferem, aquele espaço ali é meu. Quando eu escrevo um livro ele vai para uma livraria, exposto numa vitrina que tem de tudo, tem obras ao lado que são contrárias ao meu pensamento (GOMES in Ridenti, 2000, p.329).

As contradições expostas por Dias Gomes permearam o período e fizeram com que artistas e intelectuais aderissem ou recusassem o diálogo com o meio massivo.

Um pouco mais tarde vieram os seriados (anos 1970) e séries (anos 1980). Os programas demasiado popularescos foram cortados da grade de programação⁴⁰. Foi no final da década de 1970 que a Globo produziu os primeiros seriados brasileiros, entre eles, *A Grande Família* (1971), *Ciranda Cirandinha* (1978), *Carga Pesada* (1979) e *Malu Mulher* (1979).

Daniel Filho acreditava que os brasileiros não podiam fazer uma simples cópia ou uma tradução dos seriados americanos. Era fundamental mergulhar na realidade brasileira. *Ciranda Cirandinha*, idealizado por Daniel Filho, foi um programa voltado para o público jovem e para seus pais que tentavam entender os jovens da época. Escrita por Domingos Oliveira, Antônio Carlos da Fontoura, Luiz Carlos Maciel e Euclides Marinho o seriado contava a história de amigos que viviam na década de 1970, assim como acontecia no mundo fora da tela. O elenco contava com Lucélia Santos, Fábio Junior, Denise Bandeira e Jorge Fernando. Para Marina Caminha

⁴⁰ Chacrinha só retornou à TV Globo já com a reputação de grande comunicador brasileiro.

O seriado surgiu com o forte propósito de espelhamento de uma classe social e etária, posicionada politicamente na classe média burguesa. As tramas simbolizavam o comportamento de uma geração pós-69, em que a noção de juventude como projeto político de transformação foi solapada, emergindo nessa narrativa as consequências resultantes desse contexto a partir de um conflito entre conformação e inconformismo (CAMINHA, 2008, p. 1).

Após *Ciranda Cirandinha*, Daniel Filho cria o seriado *Carga Pesada* que revelava a paisagem brasileira e o imaginário caipira, quando isso ainda não era pauta na televisão. *Malu Mulher* discutia as relações entre homem e mulher; as dificuldades da vida conjugal e da vida profissional; a educação dos filhos; e o conflito de gerações, questões até então inéditas na televisão brasileira. O seriado debatia ainda a condição da mulher emancipada que, diante de uma liberdade recém-conquistada, queria assumir responsabilidades sem precisar se submeter à figura do marido. *Malu Mulher* falava para essa nova mulher, que tentava tomar conta do próprio destino na sociedade brasileira no final dos anos 1970. Como estratégias utilizaram a articulação com profissionais com outros meios e da ambivalência e tensão com o projeto moralizador do governo. Ao mesmo tempo em que se guiavam pelo realismo melodramático não se furtavam de tocar em temas como divórcio, drogas, aborto e política.

Diante de aprimoramentos técnicos e alterações na programação, a partir de 1973 começou a se consolidar o que a imprensa viria chamar de “padrão Globo de qualidade”. A produção passou a estar submetida a um rígido conjunto de convenções formais – estéticas, técnicas e administrativas -, garantindo uma identidade de programação Globo. As transmissões ao vivo ficaram cada vez mais raras pois inviabilizavam o rígido controle de qualidade obtido com os programas gravados. Segundo Goulart e Sacramento: “O novo padrão se firmou através de um processo pulverizado, mas teve como marco simbólico o início das transmissões regulares em cores, em 1973, com a telenovela *O Bem Amado*, de Dias Gomes” (RIBEIRO e SACRAMENTO in Ribeiro, Sacramento, Roxo, ibidem, p. 123).

Outro destaque foi a Record a partir de 1965 com os programas de música popular brasileira que se tornaram febre na época. Há nesses programas um entrecruzamento de temporalidades e códigos culturais distintos no sentido de cooptar cada vez mais um público de massa migrante do rádio. A combinação de estrelas como Elis Regina, Roberto Carlos e Chico Buarque dá o tom dos programas musicais. Neste sentido, “a consagração dos festivais da canção é, em parte, consequência de uma

ampliação do público, de demandas musicais e ideológicas (...)”. (NAPOLITANO in Ribeiro, Sacramento, Roxo, ibidem, p. 88). Elementos da tradição do samba se misturavam com a bossa nova e com o engajamento cultural da época formaram a ideia de cultura musical nacional-popular para avançar na popularização do produto musical e do meio televisivo.

Mas é somente nas décadas de 1970/1980, quando a televisão se tornou veículo popular, que a noção de público televisivo foi materializada associada à ideia de povo. Essa transformação esteve inserida em um terreno de lutas culturais e em sintonia com as mudanças socioculturais do país. A redefinição da dramaturgia da televisão foi um marco estrutural importante já que o teleteatro, gênero de maior prestígio até então, cedia espaço para produções originais criadas especialmente para a televisão. A racionalização econômica e a concorrência com outros formatos enfraqueceram o teleteatro que ainda tentava se segurar nos grandes nomes. Em 1974 Antunes Filho adaptou a peça *Vestido de Noiva* de Nelson Rodrigues para a série de teleteatros produzida pela TV Cultura de São Paulo. O programa tornou-se um marco do formato de teleteatro na televisão brasileira.

A modernização televisiva é resultado de um conjunto de mudanças de produção e de programação realizada na década de 1960/70. Novos profissionais, entre eles artistas e intelectuais de esquerda, ingressaram no meio televisivo, garantindo uma programação distinta e de “alto nível”, ampliando o espectro do público do novo meio. A formulação da rígida grade de programação modernizante foi definida no período entre 1975 a 1979, nos horários das 18h, 19h, 20h e 22h. O conjunto de transformações consolidou a televisão como um empreendimento nacional bem-sucedido no campo da produção cultural e do entretenimento.

Os anos 1960 e início dos 1970 foram importantes para a televisão pois foi o momento em que o meio se apropriou e rompeu discursivamente com o rádio, teatro e cinema para buscar uma produção e público próprios e uma identidade autônoma. As influências de linguagens e técnicas que a televisão sofreu nas suas duas primeiras décadas ficam claras em seu processo formador massivo. Elementos técnicos, modelos de negócio, repertórios simbólicos e profissionais do rádio, teatro e cinema circulavam no meio televisivo e foram decisivos para a formação de um campo que se queria autônomo. Cada um dos meios tem um significado social e colaborou para estratégias no jogo de distinção e massificação da televisão no país. A interface e combinação fundamental da cultura de elite com a popular pontuaram a formação do circular do

campo televisivo brasileiro para formar o massivo. Percebe-se portanto um intercâmbio de influências bastante intenso na implementação da modernização brasileira, que teve na televisão espaço privilegiado de manifestação.

O cinema brasileiro se distanciou do meio eletrônico que se tornaria o grande veículo de mediação do mundo ao misturar o modelo narrativo clássico de Hollywood com o recrutamento de profissionais do rádio e teatro.

(...) Na medida em que o rádio fornecia aos iniciantes um passado exclusivamente sonoro, restava ao cinema cumprir o papel imagético. Neste caso, o cinema americano, hegemônico durante as décadas de 40 e 50, que se impõe, uma vez que inexistia uma cinematografia nacional que pudesse servir de base para aqueles que começavam a enfrentar problemas técnicos e artísticos em relação à imagem (ORTIZ, BORELLI e ORTIZ RAMOS, 1988, p. 40).

A modernização da televisão se deu entre rupturas e continuidade, entre ideais modernizantes e tradicionais, entre cultura popular e cultura de elite, entre o nacional e estrangeiro, entre referências e repertórios de linguagens de rádio, teatro, literatura e cinema, especialmente o norte-americano. O meio televisivo é herdeiro da circularidade cultural e influências diversas. Toda essa transversalidade foi fundamental para estruturar a disseminação da televisão para todos e em todo o território nacional.

O processo de formação do espaço audiovisual é marcado pelo atravessamento e circularidade de referências e repertórios. Apesar de separados por um período de 50 anos, cinema e televisão estiveram imersos na consolidação de uma sociedade e cultura massiva o que revela as dimensões de interpenetração e misturas entre os diferentes níveis de culturas e produções culturais.

Ora desejado, ora ocultado, o cruzamento e tensão entre cinema e televisão esteve inscrito na formação do espaço audiovisual brasileiro. Como o exercício de circularidade entre esses meios nem sempre foi visível, a forma mais primária e imediata de diálogo entre os meios se daria por meio da exibição de filmes nacionais no novo meio eletrônico que ensaiava o que viria ser a identidade da televisão brasileira.

A CAIXA PRETA: A PRESENÇA DE FILMES NACIONAIS NA TELEVISÃO BRASILEIRA (1950-1960)

A televisão deslocou o local de consumo dos filmes para o espaço doméstico e modificou a relação de consumo com os espectadores. A presença do filme brasileiro na televisão brasileira é a forma mais evidente de integração e parceria entre os meios, no entanto, até hoje parece ainda ser um dos obstáculos a ser superados.

Nos estudos de comunicação não existe uma fonte de referência sobre o histórico de exibição de filmes na televisão aberta brasileira. Por ocuparem diferentes lugares de prestígio e na hierarquia da cadeia do audiovisual, os estudos de cinema ignoraram a relação dos filmes com a televisão e a importância deste meio para a difusão do cinema nacional. Já os estudos sobre a televisão se concentraram na produção e nos produtos oriundos do campo televisivo, como o teleteatro e, principalmente, a telenovela e o telejornalismo.

Por esta razão, a pesquisa entende a importância de fazer um breve levantamento da exibição de filmes nacionais na televisão brasileira nos seus primeiros anos, 1950-1980. Pois este foi um momento de uma opção de política distintiva entre os meios que se revela no histórico de exibição de filmes nacionais na televisão, muito falado mas pouco mapeado.

No entanto, não é objetivo desse estudo traçar a trajetória completa da exibição de filmes nacionais na televisão, mas sim mostrar como a televisão recebeu e reconheceu o cinema brasileiro por meio da (não) exibição de filmes nacionais logo nos seus primeiros anos de modo a fortalecer o discurso de uma memória silenciosa da circularidade do espaço audiovisual brasileiro.

Para isso, foi realizada uma ampla pesquisa que teve como fonte primária o *Jornal do Brasil* (JB) sobre a presença do filme nacional na programação televisiva dos

primórdios⁴¹. Portanto, esta é uma importante contribuição para os estudos de cinema e televisão, pois fornece dados até então inéditos sobre a programação de filmes desde o início da televisão, através de consultas ao material de imprensa da época. O levantamento de informações de fontes de arquivo é balizado e matizado a partir de referências teórico-conceituais. Produzir um panorama histórico sobre a presença do longa-metragem na televisão brasileira é um relevante instrumento para analisar o histórico das mediações e disputas entre cinema e televisão no Brasil.

A programação diária do jornal foi consultada e constatou-se que não era divulgado o título do filme até 1970. Em 1950/60 a única informação disponível era o nome do programa de filmes. A falta de referências dos títulos e informações dos filmes exibidos nas décadas de 1950/60 é um dado indicativo importante da presença/ausência de filmes nacionais na televisão brasileira, pois evidencia o lugar secundário do produto fílmico na televisão. O novo meio optou por investir em programas nacionais voltados para um novo público. Quando havia programação estrangeira era, em sua maioria, séries norte-americanas.

A preferência do público era pela programação nacional. Destacam-se as dramaturgias, seguido de programas de estúdios e telejornais. Os filmes são pouco citados de acordo com a pesquisa de Marta Klagsbrunn, Beatriz Rezende, Vera Lins e Javier Raff (KLAGSBRUNN et al in Holanda, 1991). A televisão brasileira investiu em programações próprias, sendo desde o princípio produtora e exibidora de conteúdo para o meio. Os filmes eram coadjuvantes em um meio que, aos poucos, buscou se consolidar como massivo.

O destaque eram sempre os programas feitos pela e para a televisão. A televisão, ainda em descoberta e formação, buscava sua consolidação discursiva como veículo com uma linguagem própria diferente da do cinema e do rádio. Assim, os filmes eram acessórios complementares de programação, o que ressalta os diferentes lugares ocupados discursivamente pelos meios no período.

A programação da televisão nos veículos impressos reflete o investimento em programações próprias. Abaixo exemplo de como era apresentada a programação dos filmes nas revistas:

⁴¹ A pesquisa foi realizada através do PIBIC em conjunto com o então aluno do curso de cinema e vídeo Felipe Patrocínio Teixeira Vaz.

SEGUNDA

RIO

- 4.25 — A Estrada é o Limite — TV Tupi
- 6.55 — O Sítio do Pica-Pau Amarelo — TV Tupi
- 8.25 — O Rio Agradece — TV Tupi
- 9.00 — Grande Circo Arreia — TV Rio
- 9.30 — Repórter Esso — TV Rio
- 9.15 — Sim ou Não — TV Tupi
- 9.00 — Notícias Cariocas — TV Rio
- 9.40 — Fantasia — TV Tupi
- 9.00 — Reportagem Ducal — TV Tupi
- 9.25 — Grande Teatro — TV Tupi
- 9.35 — Festival de Filmes — TV Rio

MINAS — TV ITACOLOMI

- 9.30 — Sessão passatempo
- 9.00 — Repórter Esso
- 9.25 — Vamos Contar História
- 9.55 — Variedades Piraquê
- 10.05 — Teatrinho Aidê Miranda
- 10.25 — Repórter Real
- 10.40 — Minha Cidade é Assim

TERÇA

RIO

- 12.30 — Discoteca do Chacrinha — TV Tupi
- 14.00 — Teatro do Lar Feliz — TV Tupi
- 15.00 — Clube do Titio — TV Tupi
- 18.00 — Cineminha Kibon — TV Tupi
- 19.00 — Fação Negro — TV Rio
- 20.06 — Praça da Alegria — TV Rio
- 20.40 — Viajando com Antônio Mestre — TV Rio
- 20.50 — Teatro de Novelas Coty — TV Tupi
- 21.00 — Elizete Cardoso — TV Rio
- 21.10 — Quem Sou Eu? — TV Tupi
- 21.30 — Não Durma no Ponto — TV Rio
- 21.38 — Está é a sua Vida — TV Tupi
- 22.20 — Estúdio V — TV Rio

MINAS — TV ITACOLOMI

- 19.28 — Firestone nos Esportes
- 20.28 — Memórias Agentes o Sucesso
- 20.30 — Musicais Phitipe
- 21.20 — Variedades Piraquê
- 21.30 — Com a Palavra e Cartaz
- 22.00 — Repórter Real
- 22.15 — Musical 4
- 22.25 — Um Plano Dentro da Noite

QUARTA

RIO

- 19.25 — Circo Bom-Briil — TV Tupi
- 20.20 — Tele-Testes Lutz Ferraz — TV Tupi
- 20.35 — Quêbra de Damas — TV Rio
- 20.40 — Celas Nôças — TV Tupi
- 21.00 — Carrousel Tonelux — TV Rio
- 21.30 — Adivinhe o que Ele Faz — TV Tupi
- 21.30 — Sobe-Pape com Silveira Sampelo — TV Rio
- 22.40 — O Mundo Financeiro — TV Tupi
- 23.00 — Quarta 23 — TV Tupi
- 23.05 — Atracões Maud — TV Rio



PROGRAMAS DAS TVS DO RIO E MINAS

MINAS — TV ITACOLOMI

- 19.05 — Cordas Mágicas
- 19.20 — Firestone nos Esportes
- 19.40 — Tamanho não é Documento
- 20.25 — Astros que Cantam
- 20.40 — Variedades Piraquê
- 21.00 — Eu Sou Você
- 21.30 — Adivinhe o que Ele Faz
- 22.00 — Repórter Real
- 22.15 — Musical 4
- 22.25 — Música de Sonho

QUINTA

RIO

- 12.45 — Rancho Alegre — TV Tupi
- 17.00 — Sessão das Cinco — TV Tupi
- 18.30 — Clube do Titio — TV Tupi
- 19.30 — Musical — TV Tupi
- 20.20 — Aventuras de Eva — TV Tupi
- 20.30 — Maysa
- 20.50 — Teatro de Novelas Coty — TV Tupi
- 20.55 — Ari e seus Calouros — TV Rio
- 21.15 — Espetáculos Tonelux — TV Tupi
- 21.25 — Cruzeiro Musical — TV Rio
- 22.10 — Prêto no Branco — TV Rio
- 22.30 — Falando Francamente — TV Tupi
- 22.40 — Stellinha Egg — TV Rio

MINAS — TV ITACOLOMI

- 19.05 — Constelação Associada
- 19.28 — Firestone nos Esportes
- 19.40 — Conversa de Fila
- 20.00 — Repórter Esso
- 20.55 — Variedades Piraquê
- 21.30 — O Alvo é Gardêni
- 22.15 — Teatro Walka (2ª parte)

SEXTA

RIO

- 20.20 — Eu Quero Saber Mais — TV Tupi
- 20.30 — Interlúdio — TV Rio
- 21.00 — Sem Censura — TV Rio
- 21.10 — 900 Segundos — TV Tupi
- 21.30 — Ali Babá e os 40 Garçons — TV Tupi
- 22.20 — Carlos Fria Entrevista — TV Tupi
- 22.50 — Câmera Um — TV Tupi

MINAS — TV ITACOLOMI

- 19.00 — Sabatinas Mayzena
- 19.40 — Cateleocópia

- 20.25 — Gótes de História
- 20.50 — Variedades Piraquê
- 21.00 — Está é a sua Vida
- 21.35 — Intermisso
- 22.15 — Teatro de Equipe

SABADO

RIO

- 13.30 — Passaporte para a Pama — TV Tupi
- 14.00 — Gofinho — TV Tupi
- 14.57 — Bar de Melodias — TV Tupi
- 15.05 — Tarde Esportiva — geral
- 18.30 — TV Discos — TV Rio
- 19.00 — Rhythmos 3 Simon — TV Tupi
- 19.30 — Os Melhores da Semana — TV Tupi
- 20.20 — Marisa, Meacyr & Música — TV Tupi
- 20.30 — Villa da Nossa Amizade — TV Rio
- 20.50 — Em Tempo de Músicas — TV Tupi
- 21.30 — Al Verm D. Isaura — TV Tupi
- 22.25 — Teatro de Comédia — TV Tupi
- 23.00 — Cinemax Factor — TV Rio

MINAS — TV ITACOLOMI

- 19.00 — Curso Itacolomi (Inglês)
- 19.30 — Circo Bom-Briil
- 20.25 — Musicais
- 20.55 — Testes Panatr
- 21.20 — Cateleocópia
- 21.30 — Roubal
- 22.15 — Cinemax Factor

DOMINGO

RIO

- 12.30 — Clube do Guri — TV Tupi
- 13.30 — Estúdio 13 — TV Rio
- 14.00 — Vespéral Trol — TV Tupi
- 15.00 — Tarde Esportiva — geral
- 17.50 — Oinkana Estréia — TV Rio
- 18.25 — Aquela Teatrinho — TV Rio
- 20.20 — Teatro de Variedades Moinho de Ouro — TV Rio
- 20.05 — Teatro Walka — TV Tupi
- 21.10 — Velhas Estampas — TV Rio
- 21.45 — TV Rio Ring — TV Rio
- 22.15 — Teatro de Equipe — TV Tupi

MINAS — TV ITACOLOMI

- 15.15 — Jornada Esportiva
- 18.05 — TV de Aventuras
- 19.25 — Clube dos Amigos
- 20.15 — Música Eterna
- 20.30 — Firestone nos Esportes
- 20.50 — Sessão Passatempo
- 21.05 — Teatro Itacolomi

NA PRÓXIMA SEMANA AQUI ESTARÃO OS PROGRAMAS DE SÃO PAULO

TV Programas, 02/06/59.

Os filmes eram exibidos como programas. Não há referência aos títulos dos filmes, eles eram considerados programas. Abaixo os programas de filme publicados em 1960 no JB por emissora com horário e datas de exibição. Não há referência nem ao título do filme, nem ao diretor, e à nacionalidade, há somente o nome do programa no qual eram exibidos os filmes e os horários nesta fase de implementação da técnica televisiva.

Ano 1960: emissora, nome programa, horário de exibição e datas

TV Tupi

Matiné 14:30-15:35 (29/03)
Sessão de Cinema 14:30-16:00(05/01, 09/02)
Sessão de Cinema 15:35-17:00 (26/01, 02,16,23/02 08,15,22,29/03)
Cineminha Kibon 18:25-19:00 (05/01, 09/02 08/03 23,30/08 15,29/11 06/12)
Cineminha Kibon 19-19:20 (26/01)
Cineminha Kibon 18:35-19:00 (16/08)
Cineminha 18:25-19:00 (16,23/02 15,22,29/03 10/05 14,21/06 11,25/10 01/11 27/12)
Filme Completo 23:00 (02,09/02)
Filme longa-metragem 23:05 (16,23/02 08,15,22,29/03)
Filmoteca 23:40 (10/05 14,21/06)

TV Continental

Documentário de arte 23:10-23:45 (06,27/12)

TV Rio

Cine TV 13 22:40-23:30 (05/01)
Filmoteca 19:40-19:45 (16,23,30/08)
Cineminha PirlimPimPim 16:50-18:30 (27/09)
Cineminha PirlimPimPim 17:50-18:30 (11/10)
Cineminha PirlimPimPim 18:00-18:30 (01/11)

TV Tupi

Documentários Filmados 16:00-17:00 (13/01)
Documentários Filmados 14:55-16:00 (20/01, 10/02)
Filme de Longa-metragem 15:20-17:00 (27/01, 03,17,24/02 09,16,23,30/03)
Filmoteca Mirim 18:35-19:00 (01,08,15,29/06)
Filmoteca 16:35-16:55 (17/08)
Filmoteca 14:30-15:05 (24/08)
Filmoteca 13:10-13:35 (21,28/12)
Filmoteca 16:05-17:00 (21,28/12)
Filmoteca 23:35 (21,28/12)

TV Rio

Cine TV 13 18:35-19:10 (13/01)
Cinema em Casa 20:35-21:20 (14,21,28/09 05/10 02/11 28/12)

TV Tupi

Filme de Longa-metragem 15:30-17:00 (04/02)
Sessão de Cinema 15:35-17:00 (18,25/02 03,10/03)
Filmoteca Mirim 18:30-19:00 (12,26/05)
Filmoteca 16:35-17:05 (14,21/07)
Filmoteca 14:30-16:05 (21/07)
Filmoteca 16:35-16:55 (18,25/08 01/09)
Filmoteca 23:40 (15,22/09 06,27/10)

TV Continental

Documentando 23:45 (22/12)
Documentário de Arte 23:25 (29/12)

TV Rio

Filmes 15-16:15 (07,14/01)
Filmes Variados 18:35-18:55 (07,14/01)
Cine TV 13 13:35-14:30 (04,18,25/02 03,10/03 12,19,26/05 21/07 18,25/08)
Cine TV 13 13:40-14:20 (22/09 27/10 10/11)
Cine TV 13 12:40-14:20 (15/09)

TV Tupi

Sessão de Cinema 15:00-16:00 (01/01)
Sessão de Cinema 15:30-16:00 (08,14,22/01)
Sessão de Cinema 15:30-17:00 (29/01,05,02)
Filme de longa-metragem 15:30-17:00 (12,19,26/02 04,11,18,25/03)
Filoteca 16:35-16:55 (12/08)

TV Rio

Cine TV 13 13:40-14:20 (02,09/12)

TV Tupi

Sessão de Cinema 12-12:30 (09,30/01, 13,27/02, 12/03)
Filoteca 18:30-18:55 (18/05, 16/07)
Filoteca 18:55-20:00 (17,24/12)

TV Continental

Cinema em Casa 22:30 (09/01 13,20,27/02 05,12/03)
Cinema em Casa 22:45 (24/12)
Cine Clube Continental 22:10 (17/12)

TV Rio

Cine TV 13 23:00 (09,30/01 20,27/02 05,12/03)

TV Tupi

Sessão de Cinema 15-15:40 (07/02)
Filoteca Mirim 19:15-18 (29/05)
Filme longa-metragem 22:45 (29/05)
Filme de longa-metragem 22:35 (19/06)
Filoteca 19:10-19:35 (19/06 17,24/07)
Filoteca 23:25 (11,25/09 02/10)
Documentário 18:00-18:25 (30/10)

TV Rio

Cineminha 10-10:30 (03/01)
Cinema em Casa 10:50-11:20 (19/06 17,24/07 14/08)
Cinema em Casa 11:00-11:45 (25/09)
Cinema em Casa 11:00-12:00 (30/10)
Cinema em Casa 11:00-11:40 (11,25/12)
Cine TV 13 12:00-12:40 (30/10)
Cine TV 13 14:00-15:30 (11/12)
Cineminha PirlimPimPim 19:25-20:30 (07,21,28/02 06,13,20,27/03 15/05)
Cineminha PirlimPimPim 20:00-20:30 (17,24/07 14/08)

No levantamento é possível verificar como de 1955 a 1969 não eram divulgados os nomes dos filmes exibidos. As emissoras tinham programas específicos para filmes (ficção e documentário) e seus nomes é que eram divulgados e não o título do filme.

Alguns poucos programas de filmes dão dicas da origem ou gênero do filme, como por exemplo: *Festival de cinema francês* exibido da TV Rio em 1959; *Suspense Hitchcock* na TV Tupi em 1961; *Festival Charles Chaplin* na TV Tupi em 1966 e *Hollywood 68* na TV Rio em 1968. As informações revelam a presença/ausência de filmes na programação das emissoras, mas não se verifica uma regularidade de horários, apesar da alta concentração na parte da tarde e noite.

A confirmação de que as emissoras não divulgavam o título de seus filmes pode ser vista na página 6 do Caderno B do Jornal do Brasil do dia 10 de janeiro de 1970.

INDICAÇÕES DO DIA – Salvo o Moacir Franco Show (Canal 13: 22:30), que talvez justifique uma olhadela; para ver como anda o comediante, os demais programas de sábado não são lá muito atraentes. Resta, portanto, além (naturalmente), das novelas, a alternativa das séries de TV, já que as emissoras preferem ocultar os nomes dos filmes de longa-metragem de suas programações. Missão Impossível (Canal 2: 22h) dos mini-filmes de hoje, costuma ser o melhor (JORNAL DO BRASIL em 10.01.1970).

Nesse mesmo ano a partir de 19 de agosto os títulos dos filmes aparecem nos jornais, inicialmente pela TV Globo e logo a seguir todas as outras seguem o mesmo padrão. A partir do dia 19 foram exibidos aproximadamente 228 filmes estrangeiros e nenhuma obra nacional⁴².

Ao longo da década de 1970 os filmes se tornam cada vez mais presentes na grade da TV brasileira, devido ao número de novas emissoras que entravam no mercado e ao aumento de obras veiculadas em cada emissora. De aproximadamente 562 filmes em 1971 o número sobe para 1.021 em 1972 e 1.422 em 1973. O que leva a concluir de que existia demanda do público pelas obras cinematográficas na televisão. As séries que tinham bastante espaço nas grades durante as décadas de 1950 e 1960 são aos poucos substituídas pelos filmes.

⁴²A quantidade é aproximada devido a não ser possível ter acesso a todas as edições pois algumas faltavam no acervo. Como o número de edições faltantes é relativamente pequeno o número não está distante da realidade.

O crescimento do número de filmes não implica necessariamente em um crescimento do cinema nacional dentro da programação. Essa participação sempre foi pontual. Pelo texto de Fausto Wolff em sua coluna da edição de 22 de outubro de 1965 do *Jornal do Brasil* é possível identificar que existia essa presença, mas provavelmente por um período temporal bem curto. O filme citado pelo repórter é *De Vento em Popa*, obra de Carlos Manga produzido em 1957.

Em consequência mudei de canal. Fui para o 2, ocasião que me convenci de que o Sr. Severiano Ribeiro sabe fazer render o dinheiro que aplica. Pois não é que conseguiu vender todos os abacaxis produzidos por sua companhia, a Atlântida, para a TV Excelsior? Sério! Para provar o que digo é verdade, lá estavam no vídeo: Oscarito, Sônia Mamede, Cil Farney e a Dóris Monteiro. Pois é: depois de faturar em todos os seus cinemas, do Crato a São Sebastião do Cai, o Sr. Severiano Ribeiro passa em revista os canais de TV. Como o filme em questão era verossímil demais para o meu gosto, pois contava a história de um professor de física que desiste de construir a bomba atômica para realizar um show de baião, tratei de voltar rápido para o canal 4 (WOLFF in JB em 22.10.1965).

Essa participação é muito difícil de apreender e saber exatamente quais eram os programas, horários e nomes dos filmes exibidos devido à falta de dados nas primeiras duas décadas da televisão brasileira.

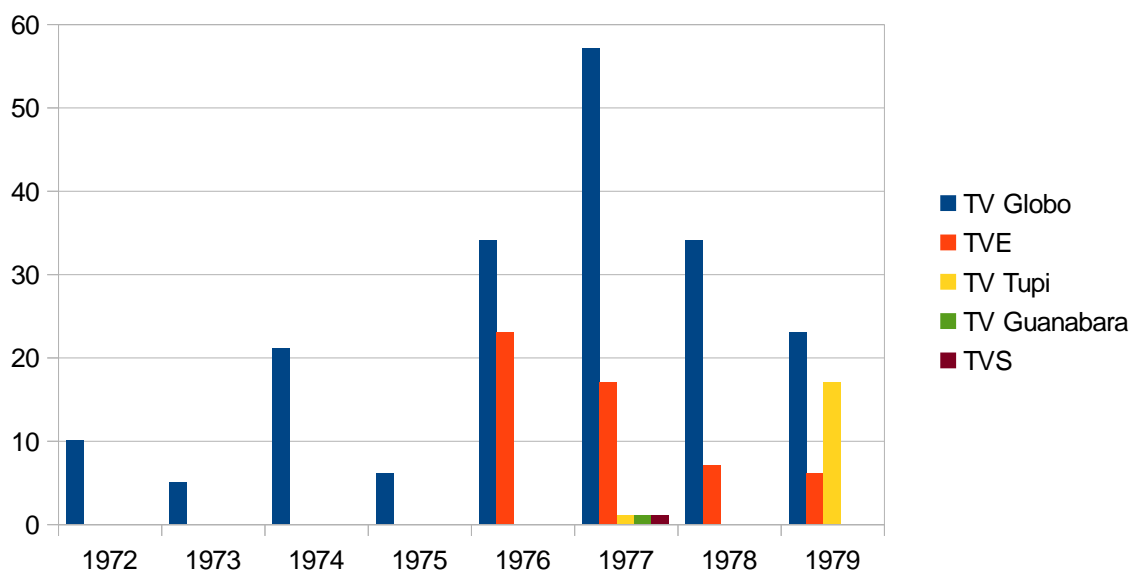
É somente na década de 1970 quando a televisão se torna o grande veículo audiovisual nacional que a programação televisiva ganha destaque nos veículos impressos e no cotidiano do brasileiro. A grade de programação passa a ser divulgada em sua completude – com os títulos dos filmes. A partir de então, fica evidente o domínio dos filmes estrangeiros - em sua maioria norte-americano - e em consonância com a política das distribuidoras *majors* que se fortaleciam no país.

Com a mudança do cenário a visão sobre a participação do audiovisual dentro do mercado da TV aberta fica bem mais clara. A TV Globo foi na década de 1970 a principal promotora do cinema nacional. Em 1972 começou a exibir nas madrugadas de sábado a *Corujinha Nacional* que logo a seguir mudou para domingo com o nome de *Coruja Nacional*. Até 1976 todos os filmes nacionais encontrados foram exibidos pela TV Globo. Em 1976 a TVE também começa a exibir de alguns títulos, mas de uma forma muito mais tímida.

A TV Tupi só começou a realmente a passar a partir de 1979, pouco antes da sua extinção, enquanto na TV Guanabara e TVS não foram encontradas nenhuma exibição. O ano de 1977 é uma exceção pois dia 07 de setembro todas as emissoras exibiram o

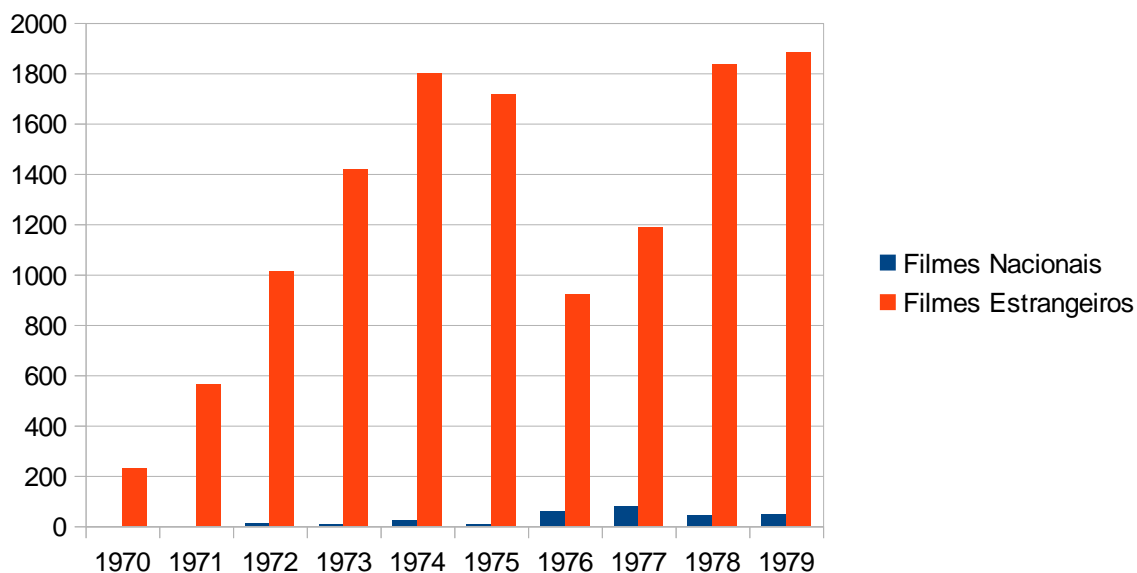
filme Independência ou Morte às 17 horas. Se não fosse por essa provável imposição somente a TV Globo e a TVE teriam exibido filmes nacionais em 1977.

Participação dos filmes nacionais por canais nos anos 1970



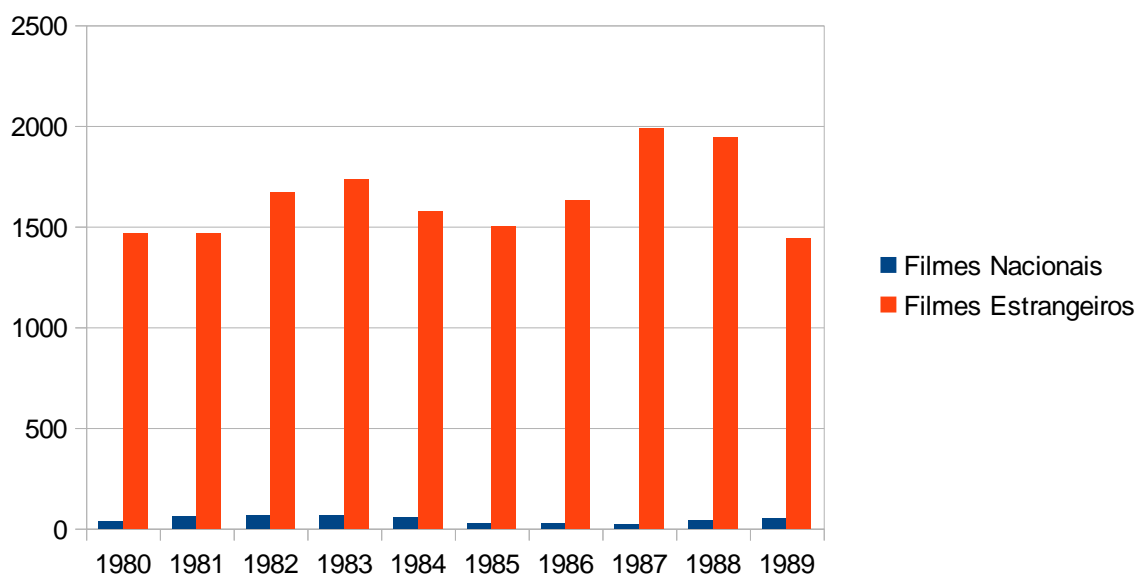
No entanto a participação nacional é desproporcional se comparada à exibição de filmes estrangeiros nos canais de televisão.

Proporção de longas-metragens brasileiros exibidos na década de 1970



Na década de 1980 a televisão se consolida como o principal meio massivo no país. A programação era produzida dentro das emissoras e o conteúdo nacional era o grande destaque. No entanto, quando analisada a exibição de títulos nacionais na televisão aberta ela é praticamente desprezível em relação ao montante de filmes exibidos.

Proporção de longas-metragens brasileiros exibidos na década de 1980



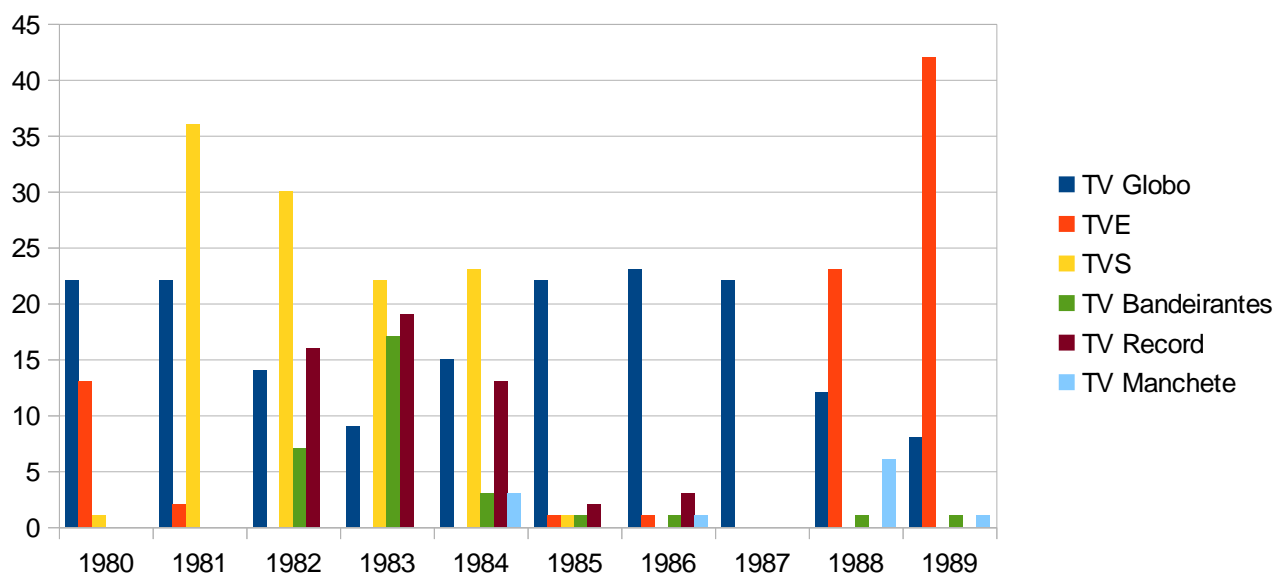
Analisando cada emissora separadamente percebe-se que a TV Globo na maior parte dos anos manteve um número de aproximadamente vinte obras por ano. A

emissora se concentrou em produtos cinematográficos com elenco da própria TV Globo e com perspectiva de bom retorno de audiência. São destaque do período os filmes dos *Trapalhões* e *Xuxa*.

A TVS exibiu entre oitenta é a principal exibidora de filmes nacionais e subitamente desiste de passá-los. Assim como a TVS, a Bandeirantes e Record, inicialmente passam um número considerável de títulos e diminuem bruscamente. O crescimento da TVE na parte referente a 1988 e 1989 é majoritariamente devido a exibição de curta-metragem.

Nos anos 1970 e 1980 a TV Globo foi a principal e mais constante divulgadora do cinema nacional da TV aberta. O número de filmes por ela transmitidos é muito pequeno mas ainda assim é superior ao resto das emissoras.

Distribuição de títulos nacionais por emissora nos anos 1980



A política de exibição de filmes nacionais revela como a circularidade dos primórdios do cinema e da televisão vai se perdendo no decorrer da história sendo substituída pelo discurso da distinção. Porque a presença do filme nacional seria a forma mais imediata de integração política entre os meios. No entanto, observa-se uma ausência de participação do cinema nacional na programação televisiva até os anos 1980.

Esta breve revisão e análise da exibição de filmes nacionais na televisão reforça os discursos distintos e excludentes que o cinema e a televisão adotaram para construir seus projetos de identidade. A disputa entre cinema e televisão no Brasil ganha novos contornos nos anos 1960 e 1970, em uma clara opção pela segregação discursiva baseada na disputa distintiva. Assim como o cinema brasileiro não poderia se “contaminar” pela televisão, nesta não haveria espaço ético-estético para filmes nacionais.

A ANGÚSTIA DA CONTAMINAÇÃO E A FORMAÇÃO DO MERCADO DE BENS SIMBÓLICOS NO BRASIL (1960-1990)

A televisão operou uma ruptura profunda no cinema, na medida em que as imagens em movimento se fazem em uma tela em domicílio. Enquanto o cinema se desenvolveu como experiência coletiva em espaço qualificado – sala escura -, a televisão surgiu como espetáculo em domicílio.

Desde o nascimento do novo meio no Brasil, não se atentou para uma possível integração institucional com o cinema. Bernardet e Galvão apontam a rara exceção do produtor, diretor e crítico Fernando de Barros, que defende já em 1952 a aliança entre cinema e televisão. Para ele:

Os homens de cinema devem se unir à TV e já, porque, por enquanto, os homens da TV ainda não são fortes. Há um dirigente de TV que aceitaria fazer um convênio com um grande estúdio, para ele seria preferível, pois não teria que empatar dinheiro em máquinas. Mas os homens de cinema não querem saber de nada, parece que eles têm o rei na barriga (REVISTA FUNDAMENTOS in Bernardet e Galvão, 1983, p. 96).

O discurso do cinema brasileiro a partir dos anos 1960 pautou-se pela “angústia da contaminação” ao se posicionar como arte autônoma. A perspectiva nacionalista-culturalista⁴³ que dominou o pensamento cinematográfico brasileiro a partir dos anos 1960 afastou as tentativas de união com a televisão, que foi acompanhada pelo pensamento empresarial e massivo. Desconhecer a tensão e contraditório do massivo na televisão, atentando apenas para as eficácias integradoras e mercadológicas foi o que justificou a ausência de discussão sobre políticas culturais para o meio. “A televisão não seria assunto de cultura, só de comunicação” (BARBERO, 2006, p. 299), ficando o cinema nacional responsável pela vertente cultural do espaço audiovisual brasileiro.

⁴³ Sobre o assunto ver : José Mário Ortiz Ramos. *Cinema, estado e lutas culturais: anos 50, 60 e 70*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

Parte considerável dos estudos sobre o campo acompanhou as disputas internas e privilegiou o discurso da dicotomia e da distinção entre os meios.

Há uma memória silenciosa da circularidade entre cinema e televisão entre os anos 1960 e 1990 que precisa ser narrada. Complexificar os lugares discursivos do cinema e da televisão é fundamental para avançar nos estudos de cultura, audiovisual e comunicação. Torna-se cada vez mais urgente olhar para o cinema e televisão sem recorrer às velhas certezas e visões dicotômicas de bom x ruim, amor x ódio, arte x entretenimento e atentar para suas disputas por significação na cultura (em diálogo permanente com outros campos sociais).

Pierre Bourdieu (2008) propõe a teoria da distinção e a questão do gosto para explicar os posicionamentos sociais através de práticas de consumo. É nas diferentes formas de relação com a cultura que se demarca a distinção social. Os signos são terrenos de disputas permanentes, sendo o processo social o lugar em que se confere significado ao bem. Assim para o autor: “O gosto classifica aquele que procede à classificação: os sujeitos sociais distinguem-se pelas distinções que eles operam entre o belo e o feio, o distinto e o vulgar; por seu intermédio, exprime-se ou traduz-se a posição desses sujeitos nas classificações objetivas (idem, p. 12). Para Bourdieu, a distinção não se dá apenas pela posse, mas principalmente pelo uso que se faz do bem.

As distinções se dão portanto pelas disputas vinculadas ao gosto social, como lugar de legitimação e deslegitimação. A partir de classificações e hierarquizações, as disputas por significação são experimentadas. Para o autor, os critérios de valor estão atrelados às condições de classe que fornecem um conjunto de possibilidades e impossibilidades como demarcações de fronteiras, materializando-se em diferentes estilos de vida.

O processo quantitativo de massificação é acompanhado por um processo de individualismo qualitativo. Neste sentido a distinção se torna conceito importante para entender o consumo contemporâneo. O consumo, para além de uma prática econômica, é uma relação social que pontua um lugar no mundo. Nas palavras de Bourdieu:

Assim, o número de espaços de preferências é tão grande quanto o número de universos de possibilidades estilísticas. Cada um desses universos – bebidas (águas minerais, vinhos e aperitivos) ou automóveis, jornais e semanários ou lugares e formas de férias, mobiliário ou arranjo de casas e jardins, sem falar dos programas políticos – fornece os raros traços distintivos que, funcionando como sistema de diferenças, de distâncias diferenciais, permitem exprimir as mais fundamentais diferenças sociais de uma forma quase tão completa quanto aquela manifestada pelos sistemas expressivos mais

complexos e mais requintados que podem ser oferecidos pelas artes legítimas; e é possível verificar essas possibilidades praticamente inesgotáveis que o universo desses universos proporciona à busca da distinção (ibidem, p.212).

A partir dos anos 1960, o cinema brasileiro se apresentou discursivamente como arte autônoma e se posicionou no universo da cultura de massa em um jogo de negociações, atritos e adesões. A resistência do cinema em se dissolver no mercado de bem simbólicos está profundamente imbricada nos processos e pressões da cultura de massa que ele, ao mesmo tempo em que está inserido, busca estratégias de se distinguir, e, em especial, da televisão.

As ambiguidades e deslizamentos entre o “popular” e “público” e a busca pelo terreno do “culto” por meio de adaptações literárias, que contavam com o respaldo oficial, marcaram a cinematografia do cinema novo⁴⁴. São inúmeras as adaptações da literatura brasileira: *São Bernardo* (1972) de Leon Hirszman, *Macunaíma* (1969) de Joaquim Pedro de Andrade, *A Dama da Lotação* (1978) de Neville d’Almeida, *Dona Flor e Seus Dois maridos* (1976) de Bruno Barreto, *Memórias do cárcere* (1984) de Nelson Pereira dos Santos, são paradigmáticos e reforçam a disputa do cinema brasileiro pelo lugar de estética autônoma através de sua aliança com a literatura

Ao mesmo tempo aparecem os filmes preocupados com o espetáculo, utilizando para isso recursos da comédia e do erotismo. *Xica da Silva* (1976) de Cacá Diegues provoca importantes discussões dentro do campo cinematográfico que deslizava entre o desejo de ser estética autônoma e se inserir na cultura de massa. O mesmo *Macunaíma*, cultuado como arte, dialoga com a cultura popular se utilizando do excesso e da paródia para fazer gritar o político.

As disputas são tecidas na cultura. As categorias de arte, massa e popular deslizam de acordo com interesses dos grupos que compõem o jogo distintivo. Metaforicamente, cada peça pode ter diversos usos (para o bem ou para o mal), é preciso saber usá-la de forma e na hora certa. O consumo e os modos de apropriação do produto se tornam *locus* de distinção social. A partir da lógica da distinção, formou-se um hiato entre cinema e televisão que impediu que houvesse a formação de um espaço audiovisual sistêmico, integrado e institucionalizado. Neste momento a circularidade entre cinema e televisão foi silenciada nos discursos do espaço audiovisual brasileiro.

⁴⁴ A pornochanchada, gênero criticado pelos setores mais moralistas, tinha objetivos mais pragmáticos, alinhados à expansão da indústria cultural no Brasil. Silvio de Abreu dirigiu pornochanchadas nos anos 1970.

Como argumenta Bourdieu, gosto é uma questão de classe social e, como tal, deve ser historicamente situado. O belo, o refinado, o que se entende como "bom gosto", portanto, são pontos de vista estéticos construídos pelas camadas dominantes que buscam universalizar essas visões de mundo particulares (FACINA, 2011). Assim, mais do que uma categoria estética, a distinção entre cinema e televisão expressa conflitos políticos e ideológicos na arena da cultura, definindo fronteiras entre classes sociais diferentes e desiguais, bem como nichos de mercado que, por vezes, são complementares entre si na dinâmica da indústria cultural.

O projeto modernizador brasileiro é acompanhado por uma cisão radical entre os meios e ambos buscam autonomia dentro do campo das artes e da comunicação. Consagrou-se no imaginário nacional que cinema é um meio cultural e televisão um meio de comunicação. As políticas públicas seguiram o padrão da alta divisão: cinema como arte e televisão como massa.

Para Pedro Butcher: “No projeto cultural da ditadura militar persiste uma clara divisão entre a ‘cultura de massa’ e a cultura popular e ‘artística’ – sendo que a televisão se insere no primeiro grupo, e o cinema no segundo” (2006, p. 38). As políticas de estado acompanham e reiteram as divisões modernas já colocadas pelos agentes culturais. Isso pode ser percebido na forma diferenciada de ação do governo: para a cultura de massa, houve um alto investimento em infraestrutura de telecomunicações (criação do Sistema Nacional de Telecomunicação operado pela Embratel), mas a administração dos meios de comunicação foi repassada à iniciativa privada. Para as atividades artísticas foram criados órgãos estatais de apoio a projetos individuais. No caso do cinema foi criada a Empresa Brasileira de Filmes S/A (Embrafilme) em 1969 que teve sua política marcada pelo apoio à produção e distribuição de filmes nacionais, sem avançar os limites da atividade cinematográfica. As políticas públicas para o audiovisual no Brasil foram historicamente marcadas pelo investimento quase que exclusivo no fomento à produção de obras nacionais, apoiadas na dimensão disciplinadora e civilizadora de cultura já que, especialmente nos governos militares, a gestão da cultura era feita pelo Estado.

O governo militar tinha concomitantemente o nacionalismo e o desenvolvimento econômico como eixo central e convergente, portanto, o projeto nacional, apoiado na alta cultura, se tornou uma questão comandada pelo Estado. A cultura e os meios de comunicação de massa foram vistos como peças fundamentais para a pedagogia do

povo brasileiro e para a integração nacional⁴⁵. O cinema brasileiro deveria ter como objetivo representar e construir um imaginário comum do povo e da nação brasileira e colaborar para o desenvolvimento econômico do país. Para Eagleton o próprio projeto moderno de Estado-nação carrega um correlato político da unidade do individual e do universal. Essa negociação difícil, e ao mesmo tempo reconciliadora, entre o universal e o específico, é harmonizada pelo Estado-nação (2005).

O Estado, através de seus governos, influiu e atuou de diversas maneiras no empreendimento televisivo, sempre investindo e estimulando o crescimento do novo meio no país: deteve o poder de conceder e cancelar concessões, estimulou as emissoras comerciais, realizou empréstimos, através de bancos públicos para emissoras privadas, investiu na infraestrutura e na divulgação de publicidade.

Até o início dos anos 1960 havia pouca regulamentação. Jânio Quadros criou o Conselho Nacional de Telecomunicações, determinou que os programas estrangeiros deveriam ser dublados e que as emissoras de televisão deveriam exibir um mínimo de filmes nacionais por dia. Foi com o regime militar, a partir de 1964, que a ingerência do Estado sobre a televisão se adensou e mudou de qualidade já que as telecomunicações foram consideradas estratégicas na política de desenvolvimento, modernização e integração nacional.

O governo militar investiu na infraestrutura necessária à ampliação da televisão no território nacional e acompanhou de perto a programação através de regulamentações, censuras e políticas culturais normativas. Os militares investiram no sistema de transmissão de micro-ondas, inaugurado em 1968, que estendeu o tráfego de ondas de televisão via terrestre para além dos estreitos limites anteriores. Um pouco depois o governo financiou a comunicação via satélite alargando ainda mais a televisão pelo território nacional. A comunicação via satélite foi aprimorada em 1985/1986, quando foram lançados os satélites brasileiros. Para Esther Hamburger:

A indústria televisiva se consolidou em conexão com o Estado sob o regime militar. O governo investiu em infra-estrutura, controlou a programação através da censura, da propaganda e de “políticas culturais” e, apesar da interferência estatal, a televisão brasileira manteve sua natureza comercial privada (2005, p. 35).

O regime militar utilizou os meios de comunicação de massa para divulgar os valores desenvolvimentistas e construir o espírito nacionalista. A televisão foi o meio

⁴⁵ Filmes históricos, baseados na literatura brasileira ou de relevância para a cultura nacional ganharam destaque na política da Embrafilme.

privilegiado para imposição e promoção do projeto do governo militar. De acordo com Sérgio Mattos: “A televisão, pelo seu potencial de mobilização, foi mais utilizada pelo regime, tendo também se beneficiado de toda a infraestrutura criada para as telecomunicações” (MATTOS, 2010, p. 39). Apoiado na doutrina de segurança e desenvolvimento, o governo militar criou diversas leis e instituições voltadas para a comunicação a fim de estruturar o setor no país. O regime militar contribuiu para o desenvolvimento técnico da televisão, que foi usada para divulgação das ideias do governo autoritário.

A TV Globo, criada em 1965, foi a maior beneficiária das políticas governamentais para o setor. Para Hamburger:

A nova rede cresceu rapidamente, movida por uma combinação de diversos fatores, como relações amistosa com o regime, sintonia com o incremento do mercado de consumo, uma equipe de produção e administração preocupada em otimizar o marketing e a propaganda, um grupo de criadores de esquerda vindos do cinema e do teatro (1998, p. 455).

A empresa aderiu ao projeto de “integração nacional” do governo militar, que envolvia tanto interesses de controle ideológico quanto de expansão do mercado de bens nacionais. Para Alexandre Figueirôa e Adriana Fechine, “esse apelo nacionalista serviu tanto ao projeto de integração nacional dos governos militares quanto à estratégia de defesa de mercado da Rede Globo contra os ‘enlatados americanos’ (...)” (FIGUEIRÔA e FECHINE, 2008, p. 22).

O projeto desenvolvimentista brasileiro colaborou, portanto, para a segmentação discursiva e para o silenciamento da circularidade das práticas simbólicas ao investir na implantação de infraestrutura, no caso da televisão, e criação de órgãos públicos para o cinema. A gestão diferenciada de investimento revelou uma política pública anacrônica e dicotômica. Para Canclini, os procedimentos de distinção simbólica operam numa dupla separação: de um lado, o tradicional administrado pelo Estado, de outro o moderno gerenciado por empresas privadas; e o experimental para elites, administrado por um perfil de empresas e o massivo organizado por outro. Nas palavras do autor: “A tendência geral é que a modernização da cultura para elites e para massas vá ficando nas mãos da iniciativa privada” (CANCLINI, 2006, p. 89).

De acordo com essa reflexão caberia ao Estado a responsabilidade de preservação do patrimônio tradicional e à iniciativa privada a cultura moderna e renovadora. Até os anos 1980 (final do governo militar) a segregação entre cultura de

elite e de massa foi incorporada e adensada por políticas diferenciadas de investimentos (públicos e privados) e pela crescente especialização de artistas, produtores e públicos.

Paradoxalmente, a primeira ação estatal de aliança entre cinema e televisão veio ainda no período da Embrafilme. A empresa lançou, em 1977, um programa para produção de piloto para séries de televisão. Foram selecionados 22 projetos, mas devido à desarticulação entre cinema e televisão, alguns projetos viraram longa-metragem e outros não foram concluídos e/ou exibidos. Para Tunico Amancio, a Embrafilme apostava numa futura obrigatoriedade de exibição de série nacional na televisão (2000). De fato houve aumento de conteúdo nacional na programação televisiva, mas o modelo adotado foi o de internalizar e controlar a produção audiovisual. O empreendimento estatal da década de 1970 mostrou os limites e as tensões entre cinema e televisão⁴⁶. No entanto, merece destaque pois foi a primeira iniciativa institucional de articulação entre cinema e televisão no país.

A fragilidade da estrutura industrial do cinema e sua afirmação como arte-autônoma surgiu *pari-passu* com o desenvolvimento da televisão nos anos 1950/60. O processo de modernização audiovisual brasileiro é próprio de país periférico: é feita de maneira desarticulada e incompleta. Paulo Emílio (1980) escreveu sobre a situação colonial do cinema brasileiro e afirmou que a situação de subdesenvolvimento do cinema caminha passo a passo com o subdesenvolvimento da sociedade em geral.

O sistema televisivo brasileiro, por sua vez, vai ser financiado por meio da publicidade e vai se consolidar um padrão industrial, competitivo internacionalmente. A emissora incorporou a necessidade de montar uma indústria cultural adequada à nova fase de desenvolvimento e modernização capitalista (ORTIZ, BORELLI e ORTIZ RAMOS, 1988). A ausência de uma estrutura industrial cinematográfica no país fez com que o audiovisual brasileiro “pulsasse” uma etapa, consolidando a indústria audiovisual através do meio eletrônico (RAMOS, 2001). A televisão simbolizava a modernização, deixando para trás o discurso moderno de industrialização cinematográfica de outrora.

Mais uma vez a ambiguidade que cerca a categoria de modernidade no Brasil faz com que a mesma se torne conceito central para a disputa entre cinema e televisão. Se modernização significa velocidade e inovação, o cinema irá jogar com este significado para acusar a televisão de superficial e comercial, ao mesmo tempo em que, para se

⁴⁶ Sobre o assunto ver: Tunico Amancio. *Artes e manhas da Embrafilme*. Niterói, RJ: EdUFF, 2000.

distinguir na disputa irá se afastar de tudo o que podia estar ligado à modernidade. O cinema portanto irá assumir a mesma categoria de que foi acusado nos primórdios para disputar seu lugar de estética autônoma com a televisão. Esta por sua vez, se apropria discursivamente de seu lugar de símbolo de modernização para crescer e avançar em direção contrária do cinema brasileiro dos anos 1960/70.

Gustavo Dahl em 1972 lança o artigo “Premissas a um projeto de cinema brasileiro” no qual reflete sobre o papel do cinema em meio à comunicação massiva.

A comunicação é uma revolução dentro da Revolução Industrial. Se é desnecessário esclarecer a importância que dia a dia vão assumindo em nossas vidas a televisão, o rádio, a fotografia, a imprensa, a função do cinema hoje é vaga. Sua ambiguidade estrutural (arte / indústria, cultura culta/ “massmedium”/ imagem/ som, ficção/ reprodução da realidade, espetáculo/ narrativa etc) não facilita essa definição, mas exatamente por isso lhe reserva um papel de relevo dentro dos tempos que virão, independente da crise porque passa agora (DAHL 2010, p.570).

Para Renato Ortiz, é o desenvolvimento da televisão o que melhor caracteriza o advento e a consolidação da indústria cultural no Brasil (2001). A televisão, preponderantemente local na década de 1950, realizou uma integração de mercado. Com sua intensa penetração, o meio se constituiu no Brasil como uma verdadeira “comunidade nacional imaginada”, seja pela presença no cotidiano dos brasileiros, seja pela sua afirmação como referência de qualidade de conteúdo nacional no cenário nacional e internacional. Os slogans “Globo e você, tudo a ver” ou “Globo, a gente se vê por aqui” refletem o projeto de unidade nacional massiva da emissora.

A televisão se disseminou por todo o território nacional, eliminando fronteiras e barreiras sociais. Nas palavras de Hamburger:

A TV capta, expressa e constantemente atualiza representações de uma comunidade nacional imaginária. Longe de promover interpretações consensuais, ela fornece um repertório comum por meio do qual pessoas de classes sociais, gerações, sexo e regiões diferentes se posicionam, se situam em relação às outras (1998, p. 441).

Neste sentido, a televisão possibilitou a tão adiada e esperada integração nacional. O meio, ao fornecer informações a todos, tornou disponível uma gama de repertórios anteriormente centralizados em instituições socializadoras tradicionais (escola, família, igreja, partido entre outros). Para Hamburger:

(...) A televisão, e a telenovela em particular, é emblemática do surgimento de um novo espaço público, no qual o controle da formação e dos repertórios disponíveis mudou de mãos, deixou de ser

monopólio dos intelectuais, políticos e governantes titulares dos postos de comando nas diversas instituições estatais (idem, p. 442).

Como projeto industrial e moderno, as narrativas ficcionais televisivas buscaram incorporar e pautar o contemporâneo e a moda, fornecendo referências para que os telespectadores se posicionassem. O projeto televisivo ia ao encontro do movimento modernizador da sociedade brasileira e a telenovela transformou-se em maior produto de consumo cultural. Nas palavras de Dias Gomes:

[a televisão] desempenhou uma função que alguém precisava desempenhar. Podia ser o teatro, como a gente queria, podia ser o cinema, que é uma arte muito popular, no entanto o cinema não deu em nada, o teatro não conseguiu. Então, ficou aberto um espaço que foi ocupado pela novela e não vamos discutir se a novela é arte, se é subarte. Uma realidade é que Ela faz parte hoje da vida, não se pode pensar o país sem televisão hoje em dia (...) (GOMES in Ridenti, idem, p. 329)

O Brasil passava por um período de intensa migração dos campos para as cidades, industrialização, desenvolvimento de um mercado de bens de consumo e modernização. A televisão, principalmente por meio das novelas mediou as transformações e se constituiu como veículo privilegiado de imaginação nacional. A estratégia de incorporar temas de âmbito público em suas narrativas privadas se tornou recorrente.

A história da televisão brasileira nos anos 1970 esteve imbricada com o período de consolidação da indústria cultural no país. Neste cenário, a televisão foi o meio mais poderoso e influente para alavancar as transformações socioculturais no Brasil. A televisão, através de sua programação, passou a impulsionar outros setores da indústria cultural brasileira, como, por exemplo, o mercado editorial que cresceu através de revistas que comentam novelas ou atores de destaque.

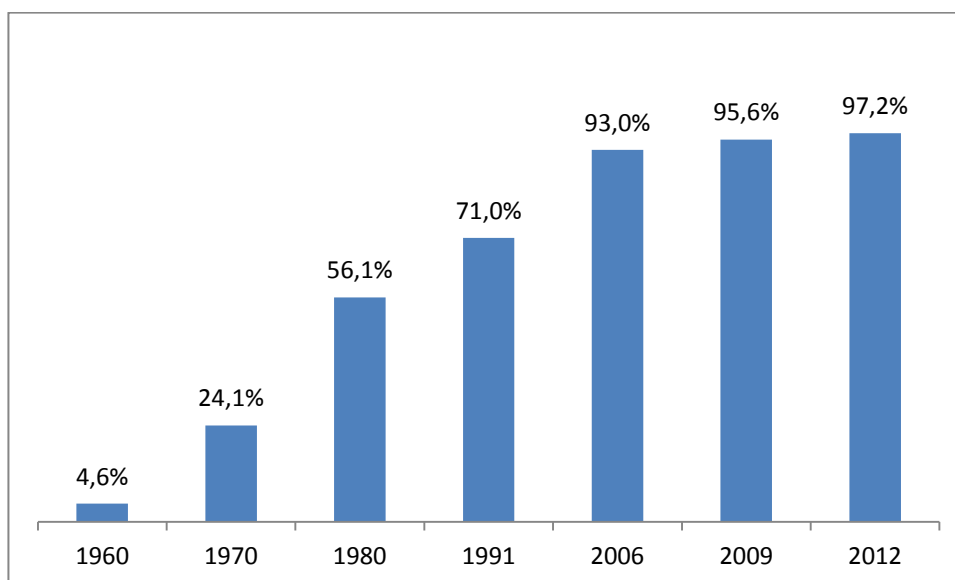
O lugar da televisão extravasa o próprio meio e ganha destaque junto a outras mídias, se tornando presente no imaginário coletivo e na rotina da casa do brasileiro. Isto faz com que, mais do que saber decodificar a imagem televisiva, o indivíduo televisivo se sinta parte desse universo. São diversas as publicações e programas de televisão destinados a falar sobre o meio. Para Autran: “(...) a televisão ocupou o lugar de vetor fundamental no avanço do capitalismo de modo a integrar o país enquanto mercado” (2004, p. 213).

Hamburger reflete sobre a importância da telenovela para o mercado de bens culturais no Brasil: “Quando uma novela galvaniza o país, ela se torna um dos assuntos

principais das conversas de todo o dia, alimentada pelos comentários da imprensa escrita, de programas radiofônicos e televisivos, um fenômeno descrito por alguns como catártico” (HAMBURGER, *ibidem*, p. 484).

A crescente popularização do meio no Brasil pode ser mensurada quantitativamente: é o quarto país em número de aparelhos televisivos no mundo, concentra os investimentos publicitários quando comparado aos outros meios de comunicação e se destaca pela baixa porcentagem de programação importada no horário nobre. Para além do destaque mundial e nacional, em pesquisa do IBGE, constatou-se que 97% dos domicílios brasileiros possuem televisão, ultrapassando o percentual de lares com rádio e telefone (80,9% e 91,2% respectivamente) (PNAD, 2012).

Proporção de domicílios com televisão no Brasil (1960-2012)



Fonte: Hamburger, 1998, e PNAD (IBGE), 2012.
Elaboração da autora

O lugar da televisão extravasa o próprio meio e ganha destaque junto a outras mídias, se tornando presente no imaginário coletivo e na rotina da casa do brasileiro. Isto faz com que, mais do que saber decodificar a imagem televisiva, o indivíduo televisivo se sinta parte desse universo de personagens e tramas reais e ficcionais. Para Barbero, a televisão possuiu uma situação primordial de reconhecimento (BARBERO, *idem*).

O produto nacional é valorizado no meio televisivo, sendo maioria e, geralmente, exibido em horário nobre. A telenovela brasileira, que ocupa junto com os telejornais locais e nacionais esta faixa de horário, é produto de referência nacional e

internacional. Segundo Hamburger: “A televisão brasileira inverteu a direção dos circuitos internacionais de mídia, exportando novelas para países em todos os continentes, a começar, em 1975, por Portugal, a ex-Metrópole⁴⁷” (HAMBURGER, *ibidem*, p. 444).

De acordo com as pesquisadoras Ana Carolina Temer e Claudia Guerra Monteiro, os gêneros de maior porcentagem em 1975 eram: novela e telejornal com 18,5%, seguidos por cinema com 11,5%, programas de auditório com 8,5%, e humorístico com 4,5%. Em relação à origem de produção dos programas, a produção nacional dominava com 53,5% (TEMER e MONTEIRO in Reimão, 2006).

As novelas só se tornaram preferência das emissoras e audiências a partir do início dos anos 1970, quando os folhetins eletrônicos da TV Globo passaram a estar na lista dos dez programas mais vistos divulgados pelo Ibope. A partir da década de 1970 a novela, através da TV Globo, se tornou um produto altamente lucrativo e de grande penetração nacional. A produção de novelas da emissora seguiu a estratégia comercial e encarou o produto como matriz para vendas de vários produtos correlatos: trilhas sonoras, livros, roupas merchandising etc.

A estratégia de articular outras mídias, e o consumo a elas relacionados, existe desde meados da década de 1970. “Novela é torcida. Tão importante quanto o ritual de assistir ao capítulo de todo o dia, é a atividade de comentar a história com os vizinhos, os amigos, no trabalho, em casa, com o marido, as empregadas” (HAMBURGER, *ibidem*, p. 479). As novelas criaram um repertório compartilhado de referências que são usadas para os telespectadores se posicionarem socialmente. Extrapolam o espaço televisivo para estar presente no universo midiático da imprensa, cinema, internet etc.

A opinião do público era continuamente expressa através de telefonemas às emissoras ou envio de cartas que reiteravam o envolvimento do público com os personagens. Para Marta Klagsbrunn, Beatriz Rezende, Vera Lins e Javier Raff os telespectadores já tinham a consciência do poder de modificar o que era exibido.

Nas cartas que os espectadores desta nova forma de divertimento enviam percebe-se um espectador de televisão que, em geral, assiste a toda a programação e não deixa de ter uma visão crítica dos diversos programas. A leitura dessa correspondência confirma a hipótese de que o público considera a si mesmo um elemento importante no desenvolvimento do novo meio, por isso sua colaboração crítica deve ter o poder de modificar o que lhe é apresentado (KLAGSBRUNN et al in Hollanda, 1991, p.55).

⁴⁷ A telenovela *Gabriela*, adaptação do livro de Jorge Amado, com Sonia Braga no papel principal foi exportada para Portugal em 1975.

A televisão se industrializou antes do cinema, que ainda tentava consolidar um projeto industrialista e internacional com a atuação integrada da Embrafilme nos anos 1970/80. A empresa combinou formas de financiamento variadas para a produção e aproximação com o circuito exibidor, através da política de distribuição. Apesar de todo o esforço e sucesso da empresa, o cinema brasileiro se desenvolveu como processo intermitente que gerou produtos dispersos, enquanto a televisão se consolidou como aparato produtivo, com infraestrutura fixa e produção endógena permanente.

Com o desgaste e dissolução da empresa nos anos 1990, o cinema no país passou por uma nova crise na produção, distribuição e exibição. “O cinema brasileiro ficou órfão de financiamento para produção e distribuição; e também perdeu os mecanismos de proteção frente ao cinema estrangeiro com a ampla abertura e liberalização da economia brasileira” (BAHIA, 2012, p.44). O campo cinematográfico se desestruturou em termos de produção, distribuição e exibição. Só conseguiu se reerguer, um pouco mais tarde, com os resultados advindos das novas leis de incentivos federais vinculadas ao Estado.

Enquanto o cinema seguiu o histórico de ascensão e crise, a televisão avançou continuamente e potencializou seu projeto comercial. Não seria equivocado dizer que a TV Globo instituiu um modelo próprio de star system ampliando o foco para além da figura dos atores, mas também dos autores de novelas e/ou seriados. As relações entre o Estado e as emissoras de televisão mudaram de natureza nos anos 1990. Os investimentos públicos se retraíram, a censura foi suspensa e o mercado de televisão se segmentou com concorrência com as novas mídias audiovisuais, mas o lugar de primazia da televisão no imaginário nacional não foi abalado, em especial o da TV Globo. Para Daniel Filho a permanência da hegemonia da TV Globo se deve ao fato da Globo ter juntado os melhores profissionais do país, juntando o pessoal de teatro, cinema, rádio (e agora internet) (FILHO, 2003).

A relação entre cinema e televisão de 1960 a 1990 esteve tecida na política desenvolvimentista e modernizadora da sociedade brasileira que teve como discurso a dicotomia, distinção e segregação. A circularidade, própria do processo cultural, como ressalta Bakhtin, foi ocultada da política estatal e das narrativas sobre o espaço audiovisual. O discurso estabeleceu o cinema e a televisão como espaços midiáticos separados e até opostos com episódios de integração sempre considerados produtos de exceção.

Diante da angústia da contaminação com um mercado de bens simbólicos crescente, o cinema reafirmava o discurso de arte e estética autônoma, principalmente com o movimento do Cinema Novo, que tinha como porta-voz Glauber Rocha, Nelson Pereira dos Santos, Joaquim Pedro de Andrade, Gustavo Dahl, Leon Hirszman, Cacá Diegues entre outros. O artigo de Salvyano Cavalcante de Paiva dá pista do discurso de superioridade do cinema frente à televisão: “A televisão não está e nunca estará à frente do cinema, como expressão artística; mas está muito à frente no que tange à veiculação. Naturalmente, utilizando-se do produto feito para o cinema” (PAIVA, 2010, p. 731).

Do final de 1950 até final de 1990 consagrou-se cinema e televisão como campos separados e até opostos. Contudo, apesar de todas as políticas – estatal e privadas – voltadas para a segregação entre os meios, o exercício de interface atravessou o período, com episódio mais ou menos visíveis.

O filme *Bye Bye Brasil* (1979) de Cacá Diegues incorpora as mudanças socioculturais com a popularização da televisão. Para Ortiz Ramos, “*Bye bye Brasil* é um vasto painel das consequências da modernização, mexendo com o fantasma da televisão que tudo homogeneizaria, preocupando-se com a oposição diversidade cultural-uniformização” (ORTIZ RAMOS in Ramos, 1990, p. 422). Percebe-se que apesar do filme se aproximar do universo popular, através de sua estética e escolha de atores como José Wilker, Betty Faria e Fábio Júnior, a visão pejorativa da televisão não é diluída no interior da narrativa. Pelo contrário, a televisão simboliza o fim da possibilidade da arte genuína brasileira.

Já *Dona Flor e seus dois maridos* (1976) de Bruno Barreto, adaptação da obra de Jorge Amado, mistura literatura, com a exuberância midiática e erótica de Sônia Braga. A comédia traz atores conhecidos pelo grande público como José Wilker, Mauro Mendonça e Sônia Braga. Esta protagonizou no mesmo ano o filme *A Dama da Lotação* e dois anos mais tarde fez a novela *Dancin' Days* de Gilberto Braga.

Os dois filmes incorporam o popular e a defesa da dimensão mercadológica do cinema, dialogando com códigos televisivos para suas realizações e explicitam o jogo da circularidade proposto por Bakhtin, ainda que discursivamente demarquem e sublinhem as diferenças entre cinema e televisão.

Muitas produções – as de maiores recursos - utilizavam roteiristas pinçados da literatura, teatro e televisão, além de elenco já consagrado. A aproximação de Luiz Carlos Barreto com Walter Clark, profissional da televisão bem sucedido, cria bases de

produção para alguns poucos filmes⁴⁸. Walter Clark também comandou um esquema de produção e lançamento para os filmes *Eu te amo* (1980), *Toda a nudez será castigada* (1972), *O casamento* (1975) *Tudo bem* (1978) de Arnaldo Jabor. Ortiz Ramos esclarece:

Paródias, um leve toque nacionalista logo no início do filme e cenas de sexo com uma Sônia Braga glamourizada, cintilante, tornaram *Eu te amo* uma obra bem-sucedida na fusão da herança ‘cultura’ da década de 1960 com o espetáculo e o planejado jogo de mercado. Com altos gastos de lançamento, utilizando televisão, rádio e até a moda, através de uma etiqueta com o nome do filme promovida por Sônia Braga, o produtor Walter Clark conseguiu ótimos resultados, chegando aos 3,5 milhões de espectadores e comercializando depois a obra nos Estados Unidos (ORTIZ RAMOS in RAMOS, idem, p. 429).

Um dos principais nomes da televisão brasileira, Walter Clark Bueno iniciou sua carreira no meio eletrônico em setembro de 1956 na TV Rio, de onde saiu quase dez anos mais tarde, para assumir a direção da TV Globo, em dezembro de 1965. Contratado por Roberto Marinho, Walter Clark tornou-se primeiro diretor-executivo – responsável por reestruturar o setor comercial e, sobretudo, reformular a programação –, depois diretor-geral da Globo.

Walter Clark foi o responsável pela contratação de José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni, e que o ajudaria a implantar o modelo de programação que levou a Globo ao posto de líder de audiência no país. Juntos, trouxeram para a emissora a noção de continuidade e foi deles a ideia de levar ao ar um programa jornalístico intercalando duas novelas, na faixa de programação considerada o horário nobre. Também foi obra dos executivos a estruturação do núcleo de novelas da Globo e a criação de diversos programas de grande sucesso, como o *Fantástico* (1973) e o *Globo Repórter* (1973), entre outros.

Ao deixar a Globo em 1977, se aproximou do cinema, como produtor, produzindo alguns clássicos como *Bye Bye Brazil* (1979), de Cacá Diegues, *Eu Te Amo* (1980), de Arnaldo Jabor. Também tiveram sua produção – em associação com Luiz Carlos Barreto – os filmes *A Estrela Sobe* (1974), de Bruno Barreto, *Guerra Conjugal* (1975), de Joaquim Pedro de Andrade, e *O Crime do Zé Bigorna* (1977), de Anselmo Duarte e Lauro César Muniz.

Reforçando o argumento do trânsito, ainda que ocultado e silencioso, os roteiristas do CPC (Centro Popular de Cultura) também transitaram pelo cinema.

⁴⁸ *A estrela sobe* (1974) e *Amor bandido* (1978) ambos de Bruno Barreto e *O crime de Zé Bigorna* (1977) de Anselmo Duarte.

Antônio Calmon dirigiu filmes nos anos 1970, como *Nos embalos de Ipanema* (1979), *Menino do Rio* (1982) e *Garota dourada* (1983). Já na Globo, Calmon dirige no mesmo período a equipe de *Armação Ilimitada* colocando a nu a circulação e fluxo entre cinema e televisão.

Mas o grande êxito veio dos *Trapalhões*, conhecidos como cômicos na televisão que deslizam para o cinema alcançando imenso sucesso de público. A trajetória dos *Trapalhões* começa em 1965 com *Na onda do iê-iê-iê*, direção de Aurélio Teixeira. Nas palavras de Ortiz Ramos: “É assustadora a performance dos *Trapalhões* entre 1975 e 1984, conseguindo 14 filmes entre as 25 maiores bilheteiras, com números altos de frequência, variando entre 3 e 6 milhões de espectadores” (ORTIZ RAMOS in RAMOS, *ibidem*, p. 426).

Houve algumas poucas experiências declaradamente circulares como os filmes de *Os Trapalhões* e da *Xuxa* que foram sucessos de público e renda da época. Em seu estudo sobre os filmes de *Os Trapalhões*, Ortiz Ramos defende as produções como “populares de massa” que perpassam a relação entre cinema, televisão e mídia em geral.

Para o autor:

Os *Trapalhões* acabam por embaralhar elementos dos dois pólos de produção (...) o “popular de massa” e o “culto”. Numa estratégia análoga à TV Globo para a dramaturgia, os cômicos vão tragando artistas e técnicos com formações diversas, concentrando práticas cinematográficas e televisivas, acionando tradições e construindo uma serialização bem sedimentada. Conseguem, assim, uma solidificação de padrão fílmico adequada à modernização audiovisual (2004, p. 39).

São diversos os exemplos, e não pretendo enumerá-los, mas sim apontar os processos que estruturam a circularidade entre o cinema e a televisão neste período. A televisão formou novas gerações de cineastas e favoreceu o desenvolvimento de uma narrativa integrada. Mesmo que denunciando seu uso, os cineastas são marcados pelo impacto e transformação gerada pela televisão desde seu aparecimento⁴⁹.

A mescla entre cinema e televisão de 1960 a 1980 esteve tecida na política nacionalista e modernizadora da sociedade brasileira. Originários do cinema ou teatro, alguns artistas migraram para a televisão, criando um circuito, em uma tentativa de popularização e expansão do mercado de massa nacional apoiado na competência comunicacional conquistada no meio eletrônico.

⁴⁹ A estética da *Nouvelle Vague* se alimentou das conseqüências políticas, econômicas e imagéticas da televisão.

A entrada de intelectuais na televisão foi marcada por questionamentos e ambiguidades. Ao mesmo tempo, a censura e repressão implicaram em exílio, tortura, prisão e mesmo mortes. Assim, a consolidação da indústria cultural se configurou como espaço para atuação de artistas, inclusive os de esquerda. Como afirma Ridenti, “o governo e a mídia, especialmente a televisão, iam desconfigurando as utopias libertárias, transformando-as em ideologias de consolidação da nova ordem nacional” (RIDENTI, *ibidem*, p. 323).

Neste sentido, é possível citar a iniciativa da parceria Shell/Globo Repórter que convidou cineastas renomados para atuar no campo televisivo. A equipe contava com nomes como Paulo Gil Soares, João Batista de Andrade, Fernando Pacheco Jordão, Washington Novaes e colaboradores como Hermano Pena, Jorge Bodansky, Oswaldo Caldeira e Alberto Salvá. Apesar da censura da época, os diretores tinham controle sobre todo o processo e trabalhavam com relativa liberdade. Os médias documentários eram feitos em vídeo e eram o "sujo" que maculava o padrão Globo de qualidade, tornando-se um diferencial também pela abordagem aprofundada dos temas.

Coutinho integra-se à equipe do Globo Repórter em 1975, onde ficou durante nove anos. Segundo o próprio Coutinho, foi uma grande escola e fez com que ele tivesse o prazer de descobrir o outro e optar pela carreira de documentarista. Nessa época, realizou *Seis Dias em Ouricuri* (sobre a seca e a dificuldade de trabalho no sertão), *O Pistoleiro de Serra Talhada* (sobre o banditismo no nordeste), *O Imperador do Sertão* (sobre o coronel Teodorico Bezerra) e *O Menino de Brodósqui* (sobre o pintor Portinari).

Os três primeiros filmes realizados no nordeste foram uma preparação para a retomada do filme *Cabra Marcado para Morrer*, documentário considerado um marco na história do cinema brasileiro. Em entrevista a Ridente, Coutinho reflete sobre sua entrada na Globo:

Liberdade de expressão não encontrei e já sabia que não ia encontrar. Mas primeiro: eu voltei para o cinema, depois de 10 anos, e já foi ótimo. Segundo: eu nunca tinha feito documentário, negócio incrível; na Globo eu ganhava para fazer documentário. Em terceiro lugar: durante 1975-79, havia uma censura externa. Várias vezes, não precisava a Globo censurar, era o executivo que censurava. Algumas vezes a gente brigava junto, contra a censura (...) Era mais fácil trabalhar na Globo em 1970 do que hoje, naquele momento não era a Globo que censurava. De 1979 em diante, muda inteiramente: o governo abre e a Globo fecha (COUTINHO in Ridenti, *ibidem*, p. 325).

Outro exemplo de destaque é o quadro apresentado por Glauber Rocha no *Programa Abertura* (TV Tupi) que revelou múltiplas possibilidades do meio. Exibido na TV Tupi no final dos anos 70 (momento de abertura política), o programa estreou em fevereiro de 1979 e foi um marco de ousadia e inovação no uso da câmera, na forma de apresentação e na escolha dos entrevistados. O programa foi usado a favor da abertura democrática no país e teve como convidados pensadores, intelectuais, artistas, banidos de se expressar nos anos anteriores. Glauber exibia também frequentemente o personagem Severino, um integrante da produção do programa como “a cara do povo”, um homem simples e sertanejo, que simbolizava a imagem do povo, que ele dizia estar esquecida na televisão e no cinema (RIDENTI, *ibidem*).

Foi, portanto, um programa inovador no sentido de usar o meio televisivo como arma para a democracia ou “metalinguagem televisual de abertura democrática” (MOTA in Ribeiro, Sacramento e Roxo, 2010, p. 143). O programa contou com um time de intelectuais, o qual teve Glauber Rocha, como figura emblemática.

O programa, diferente do padrão da época adotou um ar de experimentação e de redescoberta do meio. Glauber Rocha usou o programa para questionar a ordem televisiva. Nas palavras de Regina Mota: “Ele acaba com o sonho da absoluta transparência e controle do real que se vinha tentando imprimir no público. Ele não tem boas maneiras nem bom tipo, quase sempre está mal barbeado, penteado com boas e más intenções e nenhuma inocência” (MOTA in Ribeiro, Sacramento e Roxo, *idem*, p.139).

Por fim, vale lembrar dois programas de televisão que já nos anos 1980 indicam um caminho inicial paradigmático de reflexão sobre o fazer televisivo e a sociedade de bens de consumo: *Armação Ilimitada* (1985-8) e *TV Pirata* (1988-90). Ambos os programas, sobretudo o *Armação*, dão sinais iniciais do que atualmente vem se identificando como um caráter transmidiático.

Armação Ilimitada, dirigido por Guel Arraes e baseado na temática do surfe, misturou linguagens de quadrinhos, rádio, cinema, publicidade e videoclipe, aproximando o jovem do universo televisivo a partir da reinvenção e mescla dos gêneros midiáticos. De acordo com Marina Caminha, o programa “ (...) foi concebido, não só do ponto de vista da sua temática, mas também no seu formato, como uma experiência que pudesse aproximar o mundo jovem do universo televisivo” (CAMINHA, 2012, p. 26). O tom coloquial do texto, utilizando gírias da época, o ritmo veloz, com muitos cortes, em diálogo com a publicidade e o videoclipe, a temática do

surf são elementos organizacionais do programa que deram visualidade imagética ao diálogo e às múltiplas referências com a publicidade, rádio, cinema e quadrinhos. Uma nova proposta ético estética transformava os modos de fazer e pensar os modos de fazer televisão no Brasil.

Daniel Filho, então produtor do programa, discorre sobre a novidade:

Uma nova linguagem começava a surgir na televisão, apesar de não ser muito compreendida pelos adultos: a linguagem de videocliques. Era apresentada pela MTV, que começava a ter grande influência sobre os jovens. Havia também os anúncios publicitários que seguiram este estilo e que eram referenciais muito fortes, como os esportes da coca-cola e as aventuras do cigarro Hollywood. Eu achava que ali tinha uma forma de fazer história com um ritmo mais frenético e bem-humorado (FILHO, idem, p. 93).

O produtor faz então uma miscelânea produtiva que começou na escolha da equipe. Convidou para roteirista, Antonio Calmon, que até o momento trabalhava no cinema e tinha roteirizado os filmes *Nos Embalos de Ipanema*, *Menino do Rio* e *Garota Dourada*. Convidou ainda Nelson Mota, jornalista e produtor musical, e Patrícia Travassos que vinha do grupo Asdrúbal Trouxe o Trambone, além de ser uma das responsáveis pela banda Blitz. Foi formado um grupo de roteiristas multilinguagem para dar conta de uma arquitetura narrativa minuciosa. Temas deviam ser articulados - esporte, música, videoclipe e comédia - para dar corpo a um programa juvenil.

Guel Arraes foi convidado então para dirigir o programa⁵⁰, mas inicialmente não quis participar pois a proposta temática e estética eram distantes de sua realidade. Guel Arraes é filho do político pernambucano de esquerda, Miguel Arraes, que foi exilado na ditadura militar. No exílio Guel estudou em Sorbonne e teve seu contato com o cinema com Jean Rouch, ao trabalhar como seu assistente.

TV Pirata, também dirigido por Guel Arraes, expandiu esse processo de auto-reflexão, trabalhou a televisão dentro da televisão “a partir da paródia constante da grade de programação da TV Globo, incluindo, também, os espaços reservados ao faturamento das emissoras através dos comerciais e vinhetas de abertura” (CAMINHA, 2008). Guel Arraes reflete sobre o processo do programa:

Na época em que fazia o *TV Pirata* o grupo se deu conta que era provavelmente a primeira geração de realizadores de televisão que cresceu assistindo à televisão, que tinha o universo da televisão como referência comum, que não problematizava a televisão desde pequeno

⁵⁰ A direção do programa coube inicialmente a Marcos Paulo, mas ele saiu do projeto por não se encaixar nas propostas sugeridas,

porque cresceu com ela (ARRAES in Figuerôa e Fechine, 2008, p. 293).

Mais uma vez a reunião de profissionais foi evocada para dar conta do projeto: para roteirizar e atuar vieram os atores do teatro Asdrúbal Trouxe o Trambone que se juntaram ao grupo do jornalismo cômico do Planeta Diário e do Casseta Urgente e para produzir, produtores de vídeo e cinema independente.

Para Figueirôa e Fechine: “No *TV Pirata*, a grande piada era em última instância, o próprio modo de produção da televisão e seus formatos já institucionalizados” (2002). Guel Arraes fala sobre o programa:

O *TV Pirata* é a grande reunião e tradução para a televisão de humor que já existia, tanto nesses atores que participaram do Teatro Besteiro, como nos autores, sejam os autores chamados do Teatro Besteiro mais o pessoal do Casseta e Planeta, alguns quadrinistas de São Paulo, tipo Laerte, o Glauco também participou depois, o nosso mestre até hoje Veríssimo (Luis Fernando Veríssimo) que colaborava (ARRAES in Memória Globo).

Uma mistura coerente com os atravessamentos e questões de uma juventude atenta às novas potencialidades técnicas e discursivas. Para Caminha, “através do projeto estético de *Armação Ilimitada* e *TV Pirata* a televisão tornou-se tema de suas próprias narrativas” (CAMINHA, idem, p. 34). E estas são formadas por múltiplos profissionais e uma pluralidade de referências da cultura massiva, sem perder a dimensão da crítica política, econômica e cultural. A intermediação organizou os projetos dos programas que são considerados até hoje paradigmáticos para os estudos do espaço audiovisual nacional.

Esses dois programas, além de deixarem em evidência a importância do meio eletrônico na organização social brasileira, dão indicativos do movimento gradual de constante renovação do espaço audiovisual nacional. Existia um fluxo de práticas circulares que tinham a televisão como plataforma central.

Enquanto a televisão dialogava com os múltiplos meios de comunicação de massa para chegar a um público de esquerda e/ou juvenil, o cinema brasileiro, no final dos anos 1970 e início dos 1980 ainda buscava sua vocação de entretenimento e inserção no mercado. Com a Embrafilme, não foi só a produção de filmes que se fortaleceu. O próprio hábito de ir ao cinema se consolidou em meados dos anos 1970.

Em meados dos anos 1980 a Embrafilme entra em crise e abala a aparente estabilidade do mercado cinematográfico brasileiro. Ao mesmo tempo, a televisão se

consolida definitivamente como o grande veículo audiovisual de massa, ganhando cada vez mais o território e lares nacionais. No Brasil, a televisão se tornou o meio de integração cultural por excelência. Para Barbero, o rádio nacionalizou o idioma, mas foi a televisão que unificou os sotaques, deu repertórios de imagens através dos quais o nacional sintonizou com o internacional (ibidem). Esse movimento no Brasil é singular e compõe-se, em linhas gerais, de elementos políticos, econômicos e culturais.

Se o cinema era até então o meio de comunicação da modernidade, ele passou a enfrentar novos concorrentes, em especial, a televisão aberta, que se fortalecera na década anterior⁵¹ – demonstrando alto potencial lucrativo -, a televisão fechada, o *home-vídeo*, além de outras formas de lazer. Cinema e televisão seguem diferentes projetos políticos, mas os atravessamentos de linguagem e profissionais, apesar de silenciados, são mais frequentes do que os estudos de cinema e televisão costumam narrar.

⁵¹ É importante esclarecer que a cobertura nacional dos sinais de televisão no Brasil só foi atingida em 1982, graças à Embratel. Entre o primeiro sinal e a integração total do país decorreram 32 anos.

TRAJETÓRIAS DESLIZANTES NA TRIÁDE: CARLOS MANGA, ROBERTO FARIAS E DANIEL FILHO

Foram citados alguns exemplos de experiências de circularidade e atravessamentos entre cinema e televisão. No entanto, as trajetórias de Carlos Manga, Roberto Farias e Daniel Filho são paradigmáticas para a pesquisa pois além de pouco estudados, refletem as disputas e os diferentes projetos de homens que iniciaram sua carreira no cinema e dialogaram com a televisão de maneira contínua,

Os profissionais Carlos Manga, Roberto Farias e Daniel Filho possuem trajetórias parecidas no que diz respeito à participação e colaboração em diversos meios. Todos buscaram em seus discursos agregar um “valor cinematográfico” para a televisão através de obras ficcionais em um momento em que o cinema entrava em crise e a televisão se tornava o grande veículo nacional.

No entanto, apesar de atuarem no cinema e televisão, percebe-se que os diretores, exceto Daniel Filho, permanecem ligados discursivamente ao seu meio de iniciação. Carlos Manga e Roberto Farias permaneceram como homens do cinema, e Daniel Filho, que também iniciou no cinema, se torna referência no meio televisivo. Isso é verificado nas publicações mais biográficas sobre os profissionais. A biografia de Carlos Manga é intitulada de *Quanto mais cinema melhor* e Daniel Filho é autor do livro *O circo eletrônico – fazendo TV no Brasil*⁵². Os posicionamentos e opções discursivas se tornam claras, apesar do fluxo estar evidente nas trajetórias como pontuarei.

Carlos Manga

Ele começou como diretor de chanchadas, fazendo filmes capazes de atrair maior público que o cinema brasileiro já havia conquistado até

⁵² Roberto Farias não possui publicação de viés biográfico, o mais próximo é o catálogo da mostra *Os múltiplos lugares de Roberto Farias* em 2014.

então. Passou para a televisão, e seus programas nunca deixaram de conquistar a liderança de audiência em todo o Brasil (CABRAL, 2013, p.10).

José Carlos Aranha Manga nasceu em 06 de janeiro de 1928, no Rio de Janeiro. Começou a trabalhar como bancário, porém sua paixão pelo cinema logo o levaria para a indústria cinematográfica, através do cantor Cyll Farney. Foi contratado pela Atlântida, para trabalhar no almoxarifado, e abandonou o curso de direito no segundo ano. Foi contra-regra, assistente de montagem, assistente de revelação e, finalmente, diretor. Seu nome artístico – Carlos Manga – foi sugerido pelo então presidente da companhia, Luiz Severiano Ribeiro Júnior.

Carlos Manga, junto com Watson Macedo, foi um dos principais diretores do período de ouro da Atlântida (anos 1950). Dirigiu os clássicos da chanchada como *Nem Sansão nem Dalila* (1954), *Matar ou Correr* (1954) e *O Homem do Sputnik* (1959). Ao todo, Carlos Manga dirigiu 32 filmes. Em seu trabalho nas chanchadas interferiu em questões raciais, por exemplo. Na fala do diretor: “Eu era simpatizante de esquerda e não me conformava com a posição subalterna em que os personagens negros eram colocados no cinema e no teatro” (MANGA apud Cabral, idem, p. 61).

Havia uma disputa interna ao campo cinematográfico. As chanchadas as mesmo tempo que eram sucesso de público, eram alvo de críticas por parte da intelectualidade que reivindicava um cinema político. *Nem Sansão nem Dalila* recebeu críticas como esta feita por Moniz Viana: “Continua a exibição de *Nem Sansão nem Dalila*, o abacaxi bíblico dos Severianos, que são homens de grande fé cristã. Dizem as más línguas que muitas das fantasias do filme de Oscarito foram usadas no baile do Municipal, onde, todavia, não ganharam prêmio”. Ou ainda “Terceira semana de *Nem Sansão nem Dalila*, uma das coisas mais deploráveis que a irresponsabilidade já produziu” (VIANA apud Cabral, ibidem, p. 75). Mais tarde, em 1975, Jean Claude Bernardet dedicou ao filme um artigo no jornal *Opinião* dizendo que “o argumento de *Nem Sansão nem Dalila* representa um dos momentos mais altos do cinema político brasileiro (...)” (BERNARDET apud Cabral, ibidem, p. 76).

Apesar de ponderações como a de Bernardet, os repetidos ataques às chanchadas e a angústia da contaminação por parte da intelectualidade serviram para explicar a troca do cinema pela televisão feita por Manga. Neste meio ganhava muito mais dinheiro e trabalhava menos. No entanto, já com a carreira consolidada na televisão, reiterava em seu discurso a preferência pelo cinema. Em uma entrevista ao Jornal do

Brasil em 1975, Carlos Manga discorre sobre as delícias e dores de fazer cinema no Brasil:

Fazer cinema naquela época era uma pedreira. Considero os diretores daquele período verdadeiros gênios, trabalhando com material obsoleto, falta de recurso e terrível som direto. Uma cena era feita uma vez e tinha que sair certo, porque não podia haver erros, não se podia desperdiçar o filme virgem. Já imaginou fazer uma cena de amor aos berros? Se eu falava um pouco mais baixo, o homem do som berrava: ‘Mais alto!’. Sabe o que é berrar ‘eu te amo, meu amor, não posso viver longe de você? Mas o público gostava. Jamais houve tanta comunicação (MANGA apud Cabral, *ibidem*, p. 134).

Começou a trabalhar na televisão no início dos anos 1960, a convite de Chico Anysio, na antiga TV Rio. Inicialmente, Manga não se entusiasmou com a ideia, mas propôs um programa que misturasse música com humor. Com sua experiência nas chanchadas, estreou com a direção do programa *O Riso é o Limite* (1961). Carlos Manga foi o responsável pela primeira edição em videoteipe da televisão brasileira, feita para o humorístico Chico City, em 1961. O programa foi responsável por uma revolução na televisão brasileira, no momento em que Manga colocou na tela um personagem de Chico Anysio conversando com outro personagem de Chico Anysio, graças ao videotape que acabava de chegar no Brasil. Carlos Manga com a qualidade que já imprimia nas chanchadas e o recurso da montagem, vindos do cinema criou um programa inovador.

Na época começou a trabalhar também com publicidade, atividade que desempenharia ao longo de toda a sua carreira no cinema e na televisão e que lhe trouxe vários prêmios. Manga conciliou até 1962 cinema e televisão, quando enfim, decidiu se dedicar exclusivamente à última. Já na TV Excelsior, onde chegaria a ser o diretor geral, dirigiu programas importantes, como o musical *Times Square* (1963), *Vovô Deville* (1963), *A Cidade se Diverte* (1963), *My Fair Lady*, com Bibi Ferreira, entre outros.

Carlos Manga se mudou para a Itália no início dos anos 1970, onde conheceu a Cinecittá e acompanhou o diretor de cinema Federico Fellini nas filmagens de *Amarcord*. De volta ao Brasil, em 1974, escreveu, produziu e dirigiu o longa-metragem *O Marginal*, roteirizado por Dias Gomes, estrelado por Darlene Glória e Tarcísio Meira, inspirado nos métodos de direção aprendidos com Fellini. Em seguida, ainda em 1974, Manga escreveu e dirigiu *Assim era Atlântida*, em que contou com a assistência de direção de um iniciante promissor, Silvio de Abreu.

Os filmes apesar de bem recebidos pelo público e crítica, fizeram Manga desanimar do cinema devido à dificuldade de exibição dentro de nossa própria casa. Sabia também que ganharia mais dinheiro com a televisão, sem ter que enfrentar as distribuidoras majors e os grandes grupos exibidores estrangeiros. Como já mostrado, cinema e televisão foram montados em diferentes estruturas de produção, o que fez com que Manga trilhasse o caminho da televisão.

Em 1980, também convidado por Chico Anysio, foi contratado pela Globo, onde dirigiu a segunda versão do humorístico *Chico City*. Ainda na linha de humor da emissora, Carlos Manga dirigiu também *Os Trapalhões*, na fase de maior sucesso do programa. Seu último trabalho no cinema, inclusive, seria ao lado deles, no filme *Os Trapalhões e o Rei do Futebol* (1986). Há um atravessamento inerente na trajetória de Carlos Manga, não apenas entre os meios, mas entre referências de cultura de elite e popular que fizeram com que seu trabalho estivesse sempre perto das massas.

Na década de 1990, já como diretor artístico de minisséries da Globo, Carlos Manga foi responsável por grandes produções da teledramaturgia brasileira, como *Agosto* (1993), *Memorial de Maria Moura* (1994), protagonizada por Glória Pires, e *Engraçadinha... seus Amores e Seus Pecados* (1995), adaptação da obra clássica de Nelson Rodrigues, entre outros.

Além das minisséries, Carlos Manga tornou-se diretor de núcleo e foi responsável pela produção de duas novelas na Globo. A primeira foi o *remake* de *Anjo Mau* (1997), escrita originalmente por Cassiano Gabus Mendes em 1976 e adaptada por Maria Adelaide Amaral, com a atriz Glória Pires no papel da vilã Nice. A segunda novela foi *Torre de Babel* (1998), de Silvio de Abreu, que teve no elenco grandes astros e estrelas da emissora, como Tarcísio Meira, Glória Menezes, Edson Celulari, Claudia Raia e Tony Ramos, entre outros.

No final dos anos 1990, após a experiência com a teledramaturgia e o êxito que suas obras obtiveram, Carlos Manga voltou a trabalhar com a linha de shows, na qual iniciara sua carreira, cerca de quarenta anos antes. Nessa linha, dirigiu desde programas de auditório, como o *Domingão do Faustão* (1989), quanto seriados, como *Sandy & Junior* (1999) e *Sítio do Picapau Amarelo* (2001). Carlos Manga iniciou os anos 2000 trabalhando como diretor artístico do *Zorra Total* (1999), que reúne diversos humoristas da emissora.

Aos 50 anos de carreira, o diretor foi homenageado e fez uma participação especial – no papel de si mesmo – na novela *Belíssima* (2006), de seu amigo Silvio de

Abreu. Além disso, recebeu em 1983, uma homenagem do Festival de Cinema de Gramado, em que recebeu o Kikito Especial, num reconhecimento da classe cinematográfica pelos serviços prestados ao cinema nacional.

A trajetória de Carlos Manga esteve tecida em um projeto popular para o audiovisual. Foi a partir de sua experiência com as chanchadas e todas as referências e repertórios advindos delas que o diretor irá dialogar e disputar na televisão. A presença física de um homem, de destaque do cinema brasileiro na televisão significou mais do que status. Seu trabalho agregou técnicas e estética ao novo meio ainda em formação – anos 1960 – transformando-o e evidenciando os múltiplos atravessamentos inerentes do espaço audiovisual brasileiro.

Roberto Farias

Roberto Farias é diretor, produtor e distribuidor, gestor de políticas públicas e realizador do clássico *O assalto ao trem pagador* (1962). Foi também Diretor Geral da Embrafilme em sua fase áurea, entre 1974 e 1979. O título da Mostra em sua homenagem - “Os múltiplos lugares de Roberto Farias” - evidencia uma trajetória marcada pela circularidade de funções dentro do audiovisual brasileiro.

Nascido em 1932, em Nova Friburgo (RJ), começou no início dos anos 1950 como assistente de direção da Atlântida e em algumas produções de Watson Macedo. Entre 1957 e 1960 realizou quatro longas: *Rico ri à toa* (1957), seu primeiro filme, *No mundo da lua* (1958), *Cidade ameaçada* (1960) e *Um candango na Belacap* (1961).

O assalto ao trem pagador (1962) foi baseado num assalto real que acontecera dois anos antes em Japeri, no interior fluminense e atingiu enorme sucesso de público. O filme foi criticado por Glauber Rocha que o definiu como “comercialismo bem-sucedido”. Glauber reconhecia a coragem de pessoas como Roberto Farias, mas com ressalvas: “sem formação ideológica sólida” (SILVA E NETO, 2012).

A tensão entre autoria x “sem estilo” acompanhou os discursos sobre Roberto Farias e é resultado do cruzamento das relações entre cinema novo e chanchada e, principalmente, entre a comédia popular e o drama. Para Fabian Nunes “(...) Roberto Farias partilhou de algumas das teses éticas, estéticas e técnicas do Cinema Novo, mas preferiu a comunicação desprovida de ‘ideologia revolucionária’ como solução para afirmação do nosso cinema e como alternativa para as reformas estruturais no país” (NUNES in SILVA e NETO, 2012, p. 52). O próprio Roberto Farias parece não ter certeza de suas escolhas ao escrever para Glauber Rocha: “Tenho estado um pouco

aborrecido de fazer chanchada, enquanto meu desejo você sabe qual é (...)” (FARIAS in Silva e Neto, idem, p. 89).

Em 1964 dirigiu *Selva trágica* (1964), que teve sucesso de crítica. Com *Toda donzela tem um pai que é uma fera* (1966) fez um marco das comédias de costumes carioca. Ao mesmo tempo em que, com Luiz Carlos Barreto, ajudou a fundar a Difilm distribuidora do Cinema Novo, dedicou-se também à sua própria produtora, a R. F. Farias, junto com seu irmão Riva Faria.

Roberto Farias tem sua primeira experiência na televisão na TV Globo em 1965, com a direção do programa *Câmara indiscreta*, filmado em 16mm. A atração era uma versão brasileira do programa norte-americano *Candid Camera*, precursor das populares pegadinhas.

Em 1968 dirige o primeiro filme da trilogia de Roberto Carlos: *Roberto Carlos em ritmo de aventura*, seguido por *Roberto Carlos e o diamante cor de rosa* (1968) e *Roberto Carlos a 300 quilômetros por hora* (1971), todos estes dirigidos pelo próprio Roberto Farias. A Trilogia, fruto de um contexto cultural e político da época e do sucesso de Roberto Carlos, antecipa novidades e tendências para o espaço audiovisual que irá atentar para a juventude, consumo e multiplicidade de mídias existentes.

Seja na iniciativa privada ou em cargos públicos, sempre teve como meta a ocupação do mercado brasileiro pelo filme nacional, bem como sua projeção internacional. Sua gestão na Embrafilme e no Concine coincide com o período de maior público do filme nacional em relação ao produto estrangeiro, quando a distribuidora da Embrafilme foi líder do mercado durante três anos seguidos. Em 1982, dirigiu *Pra frente Brasil*, primeiro filme a falar explicitamente da tortura na ditadura militar, premiado nos festivais de Berlim e Huelva.

Roberto Farias volta para a TV Globo em 1983 para trabalhar junto com outros profissionais de cinema, teatro e televisão em uma série de telefilmes de uma hora e meia de duração que seria exibida em horário nobre, intitulado de *Quarta Nobre* e mais tarde de *Casos Especiais*. No mesmo ano, dirige, ao lado de Maurício Farias, a minissérie *A máfia no Brasil*.

Nos últimos anos tem se dedicado à produção de minisséries e programas para televisão como a direção geral dos programas *Você Decide* e *As noivas de Copacabana*, ambos de 1992. Ainda na TV Globo codirige e assina a direção geral da minissérie de Domingos de Oliveira *Contos de Verão* (1993), a minissérie *Maria Moura* que teve direção artística de Carlos Manga, entre outros trabalhos. Em 2000 assume a direção

geral do programa *Brava Gente*, na TV Globo, série de adaptações de texto da literatura e do teatro brasileiro, e 2004 assina a direção geral junto com Mauro Farias da comédia *Sob nova direção*. Em cinema, seu filme mais recente foi *Os trapalhões e O auto da Compadecida* (1987).

Mesmo tendo se dedicado à televisão nos últimos vinte anos, Roberto Farias, em entrevista, fala um pouco da participação de profissionais de cinema na televisão e reafirma em sua fala que é homem de cinema que trabalha na televisão:

O cinema sempre esnobou a televisão, e a televisão também menosprezava o cinema. As pessoas do cinema que foram trabalhar na televisão não foram por uma questão estratégica, ela foram para a televisão simplesmente (...) A televisão sempre teve seu corpo próprio, ela fez seus profissionais, e eles sim, ao longo do tempo, miravam o cinema. Hoje não tem um diretor de televisão que não se sinta capaz de fazer cinema, e agora eles estão fazendo na televisão um trabalho que é de alto nível, como se fosse cinema, Eu não sou homem de televisão, eu trabalho na televisão, mas eu sou um cara de cinema (FARIAS in Silva e Neto, *ibidem*, p. 123).

E continua...

Se você assistir hoje *A máfia do Brasil*, *As noivas de Copacabana*, *Maria Moura*, as minisséries que eu fiz como *Brava Gente*, os Casos especiais, você vai ver que aquilo parecia muito mais cinema do que a televisão que se fazia na época (FARIAS in Silva e Neto, *ibidem*, p. 123).

Apesar da circularidade de Roberto Farias, ele prefere, ainda hoje, reafirmar os lugares do cinema e da televisão como separados, se posicionando claramente no lugar do cinema. *Os múltiplos lugares*, apesar de serem ocultados no discurso do mesmo, parecem fazer gritar os entrecruzamentos, as negociações e as ambiguidades, como ele mesmo coloca em momento posterior à entrevista (mesmo mantendo cinema e televisão em campos separados):

Eles são muito treinados, esses diretores de televisão. Apesar de na nossa tribo de cinema haver certo torcer de nariz eles são muito bons. Na hora que eles vão fazer cinema, eles fazem cinema tão bem ou melhor que nós. E a vantagem é que eles trabalham sempre, é diferente de um cineasta bissexto, que fica fazendo filme de cinco em cinco anos, de dez em dez anos, ou até mais do que isso (FARIAS in Silva e Neto, *ibidem*, p. 125).

A trajetória de Roberto Faria desliza entre a chanchada, cinema novo, cinema, televisão, produção, direção, política e estética, espelhando sua versatilidade e autoridade no alargamento dos limites e fronteiras para o trabalho e projeto do audiovisual brasileiro.

Daniel Filho

Daniel Filho é figura importante do cinema e da televisão brasileira: atuou como ator, diretor e produtor de cinema e televisão. O interessante da trajetória do profissional é que ele não substituiu uma função pela outra, ele se alternou nesses papéis, e nos últimos anos se dedicou à direção e produção de cinema e televisão. Esta dinâmica circular de trabalho fez com que Daniel Filho se tornasse personagem de destaque no espaço audiovisual brasileiro contemporâneo, sendo um dos fundadores e diretores artísticos da Globo Filmes.

Em *O circo eletrônico: Fazendo TV no Brasil*⁵³ Daniel Filho, de alguma forma, se filia à televisão e reconhece a dimensão massiva do meio como um fato positivo. Diz o autor:

O cineasta Nelson Pereira dos Santos disse que a televisão é o “circo eletrônico”. Acho que é uma expressão feliz. A televisão é, e sempre foi, um grande circo eletrônico que tem de tudo: nossos palhaços, nossos mágicos, nossa feras e até nossos trapezistas que, de vez em quando, saltam em rede. Tudo para agradar crianças, velhos, mulheres, homens, ricos e pobre, todas as crenças e raças (FILHO, 2003, p. 11).

João Carlos Daniel Filho nasceu no Rio de Janeiro, em 30 de setembro de 1937. Filho de atores espanhóis, Juan Daniel e Maria Irma, que trabalhavam em circo e em teatro de revista, Daniel foi criado no Méier, zona norte da cidade. Ainda criança, Daniel Filho começou a frequentar o circo e as coxias dos palcos em que sua família atuava.

Começou no cinema como ator de *O fuzileiro do amor* (1955), de Eurípides Ramos, depois de passar pela companhia de teatro de revista de Walter Pinto, nos anos 1950. Ainda como ator, trabalhou em filmes como *Colégio de brotos* (1956), de Carlos Manga; *Os cafajestes* (1962), de Ruy Guerra, e *Boca de ouro* (1962), de Nelson Pereira dos Santos.

Sem abandonar seu trabalho no cinema, estreia na televisão fazendo teleteatro na TV Rio, como ator. Logo em seguida, foi para a TV Tupi do Rio de Janeiro, integrando o elenco do teleteatro *As Aventuras de Eva*, com a atriz Eva Todor. Daniel Filho conheceu a televisão quando o veículo ainda era uma novidade no Brasil e, junto com

⁵³ No livro Daniel Filho menciona muito rapidamente algumas de suas experiências no cinema, sem se deter em nenhuma delas.

outros profissionais, explorou ao máximo todas as suas possibilidades seja como ator, diretor ou produtor.

Na TV Tupi, participou de inúmeras atrações como ator, como no programa infanto-juvenil *O Sítio do Picapau Amarelo* (1952-1962), em que vivia o Visconde de Sabugosa. Sua primeira experiência com direção foi também naquela emissora no programa *Câmera Um*, função que desempenhou por seis meses. Em 1961, deixou o trabalho em televisão para participar do filme *Esse Rio que Eu Amo*, de Carlos Hugo Christensen.

Antes de ingressar na Globo, Daniel Filho ainda trabalhou na TV Rio e na TV Excelsior do Rio de Janeiro e de São Paulo. Nas duas emissoras, exerceu a atividade de ator e de diretor de diversos programas de sucesso, como o humorístico comandado por Chico Anysio e o *Times Square*. Em 1967, convidado por José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni, com quem já havia trabalhado, Daniel Filho entrou para a Globo. Sua primeira missão não foi fácil: substituir Ziembinski na direção da novela *A Rainha Louca*, de Glória Magadan. Daniel Filho escreve o diálogo que teve com Boni:

- Daniel, você está assistindo a essa novela nova, *A Rainha Louca*?
- Claro que não, Boni.
- Por quê?
- Acho essa coisa de novela chata, inverossímil, absurda. Não entendo como alguém pode ficar sentado, assistindo diariamente àquela porcaria...
- Eu quero que você a dirija
- Que coisa, Boni, logo eu!
- Você gosta tanto de cinema, fala tanto, conhece tanto. Então... Você bota essas coisas todas de cinema aí na novela, dá uma mexida... (FILHO, idem, p. 24)

Foi a primeira novela que Daniel dirigiu. Depois, foi chamado para dirigir várias novelas. Ainda em 1967, foi responsável pela novela *O Homem Proibido*, também de Glória Magadan, e *Sangue e Areia*, de Janete Clair.

Alternou seus trabalhos na televisão com a função de diretor de filmes como *Pobre príncipe encantado* (1968), *O impossível acontece* (1968), *A cama ao alcance de todos* (1969), *O casal* (1975) e *O cangaceiro trapalhão* (1983), e como ator nos filmes *Os herdeiros* (1970) e *Chuvas de verão* (1977), ambos de Carlos Diegues, e *O beijo no asfalto* (1980), de Bruno Barreto, entre outros.

Entre 1970 e 1975, ocupou o cargo de produtor-geral de dramaturgia, responsável por todas as iniciativas dessa área. Ator, diretor e produtor, Daniel Filho

esteve à frente de diversos projetos da Rede Globo e assistiu a mudanças estruturais da emissora.

A maior parceira de Daniel Filho em seu início na Globo foi com Janete Clair, com quem também desenvolveu uma relação de amizade. Ele dirigiu e produziu grandes sucessos escritos pela autora como *Véu de Noiva* (1969), *Irmãos Coragem* (1970), *Selva de Pedra* (1972), *Pecado Capital* (1975) e *O Astro* (1977). Ainda na década de 1970, esteve à frente de outras novelas de sucesso como *O Cafona* (1971), de Bráulio Pedroso, *Bandeira 2* (1971), de Dias Gomes, e *Dancin' Days* (1978), de Gilberto Braga.

Em 1975, Daniel Filho deixou o cargo de produtor-geral de dramaturgia para se dedicar à direção de programas do horário nobre. O primeiro projeto foi a novela *Roque Santeiro*, de Dias Gomes, que acabou censurada no dia em que entraria no ar com capítulos inteiramente gravados.

Em 1978, Daniel Filho foi um dos responsáveis pela concepção do projeto de seriados nacionais, iniciado com *Ciranda Cirandinha*, escolhido o melhor programa de TV daquele ano pela Associação Paulista de Críticos de Arte. Apesar de ter sofrido com a censura, a série fez grande sucesso, o que motivou a emissora a investir neste novo formato de programa. No ano seguinte, a Rede Globo lançou as primeiras Séries Brasileiras, com *Malu Mulher*, *Carga Pesada* e *Plantão de Polícia*. Estas produções não só obtiveram grande resposta de público e crítica, como também proporcionaram uma renovação nos autores da casa. Domingos de Oliveira, Aguinaldo Silva, Euclides Marinho, Doc Comparato, Antônio Carlos da Fontoura, entre outros, são alguns nomes que passaram a assinar produções da emissora a partir dessa data.

Ainda na década de 1970, outro importante projeto da área de Dramaturgia que contou com a participação de Daniel Filho foi o programa *Caso Especial*. Além de supervisor e produtor-geral, foi responsável pela direção de alguns programas.

Daniel Filho também esteve à frente de programas de entretenimento da Rede Globo. Em 1972, foi responsável pela concepção e supervisão da primeira comédia de costumes da emissora, *A Grande Família*, ao lado de Oduvaldo Vianna Filho e Armando Costa. Daniel teve a ideia de chamar Oduvaldo Vianna para que ele traçasse um perfil sociológico dos personagens mais próximo à realidade brasileira. O escritor reformulou o texto inicial do programa, e o seriado alcançou sucesso de público e crítica, merecendo uma segunda versão mais de 20 anos depois, em 2001. Daniel Filho descreve sua parceria com Vianninha:

O primeiro episódio escrito pelo Vianninha, em parceria com Armando Costa, chamou-se “A mudança”. Eles inseriram, nas entrelinhas, críticas ao regime político da época e à situação em que o povo estava vivendo. Fizeram episódios maravilhosos, como “O recado”, onde os personagens não conseguiam se comunicar (uma metáfora da censura) e o jeito era deixar um recado escrito. Esse recado era mal entendido e aí as próprias pessoas da casa passavam a censurar o recado. Saiu da cabeça maravilhosa e alucinada do Armando Costa e de uma estrutura perfeita que o Vianninha dominava, por todo o seu conhecimento teatral (FILHO, *ibidem*, p. 46).

Em 1984, Daniel Filho assumiu a direção da Central Globo de Produção (CGP), dividindo com Boni as decisões sobre as produções artísticas da Rede Globo. Nessa época, supervisionou novelas de sucesso como *Roque Santeiro* (1985), *Vale Tudo* (1989), *Que Rei Sou Eu?* (1989) e *Rainha da Sucata* (1990). Esteve à frente do projeto das minisséries nacionais, que levou ao público adaptações de clássicos da literatura nacional, como *Grande Sertão: Veredas* (1985) e *O Tempo e o Vento* (1985). Participou também da criação do seriado *Armação Ilimitada* (1985 a 1988), com Andréa Beltrão, André de Biase e Kadu Moliterno, programa que inovou ao apostar em uma nova linguagem para atingir o público adolescente.

Daniel Filho esteve à frente do cargo de diretor da CGP até 1991, quando deixou a emissora. No período em que esteve afastado da Globo, dirigiu e produziu a série *Confissões de Adolescente*, exibida pela TV Cultura e, posteriormente, pelo canal Multishow.

Em 1995, Daniel Filho foi Diretor de Núcleo, dirigindo *A Vida Como Ela é*, pequenas histórias de Nelson Rodrigues adaptadas para a televisão por Euclides Marinho, exibidas como um quadro do Fantástico. No ano seguinte, participou da elaboração do programa dominical *Sai de Baixo*, sucesso que ficou no ar de 1996 a 2002.

Em 1999, assumiu o cargo de diretor da Central Globo de Criação, coordenando um Conselho de Criação composto por Roberto Talma e Carlos Manga. No ano seguinte, passou a se dedicar também à Globo Filmes, empresa das Organizações Globo que ajudou a criar, em 1997. Em 2005, distanciou-se da televisão aberta e assumiu o cargo de diretor artístico da Globo Filmes.

A essa época, já atuava como produtor de diversos filmes nacionais por meio de sua empresa, a Lereby Produções, como *Cazuza – o Tempo não Pára* (2004), de Sandra Werneck e Walter Carvalho, além de produzir e dirigir filmes como *A*

Partilha (2001), *A Dona da História* (2004), *Se Eu Fosse Você* (2006), *Muito Gelo e Dois Dedos d'Água* (2006), *O Primo Basílio* (2007), *Se Eu Fosse Você 2* (2009) e *Chico Xavier* (2010). Em janeiro de 2011, Daniel Filho dirigiu a microssérie *Chico Xavier*, um produto do filme de mesmo nome baseado no livro *As Vidas de Chico Xavier*.

Daniel Filho participou e protagonizou mudanças nas formas de fazer e pensar o audiovisual brasileiro. Seja a criação de programas como *Armação Ilimitada* ou como fundador da Globo Filmes, Daniel Filho é um homem que não tem medo da circularidade de repertórios, referências, atores para fazer cinema e televisão popular no Brasil.

Fica evidente na trajetória desses três profissionais o curto circuito entre o cinema e televisão. São exemplos profissionais, estéticos e afetivos de circularidade que não teceram reflexões ao longo de suas histórias sobre os deslizamento e interfaces entre o cinema e a televisão. Contudo, Carlos Manga, Roberto Farias e Daniel Filho foram formados e formaram o espaço audiovisual brasileiro múltiplo, circular e deslizante, no qual as fronteiras se sustentam no discurso mas não na prática.

A circularidade dos profissionais, referências e repertórios dos anos 1960 até os 1990 esteve presente como demonstraram os caminhos dos profissionais como Carlos Manga, Roberto Farias e Daniel Filho, além dos outros exemplos citados. Para além de diferentes caminhos profissionais, narrativos e institucionais, o discurso dominante do período, silenciou e despotencializou a circularidade durante estes anos, no qual o discurso e a política preponderante estiveram alinhados com a distinção e afastamento entre cinema e televisão.

Havia um abismo entre uma telenovela e um longa-metragem, havia diferenças inconciliáveis entre o projeto de cinema e de televisão. A resistência a qualquer contaminação caracterizou o espaço audiovisual brasileiro na época impondo critérios objetivos para marcação de diferenças entre produtos da cultura de massa e cultura de elite.

Até o final dos anos 1990, não foram estruturadas políticas públicas ou privadas de integração entre cinema e televisão. O discurso e a política estatal dimensionaram dois campos distintos, sem pontes institucionais que favoreciam a construção de um projeto integrado para o audiovisual brasileiro.

Nos anos 2000 novas armas de lutas são acionadas para que o audiovisual nacional possa entrar, resistir e negociar no mercado global de bens simbólicos. A

reorganização do espaço audiovisual brasileiro convive com a formação periférica brasileira e com as tendências e discursos globais de convergência cultural e tecnológica. As experiências recentes inauguram formas de convergências que são estruturais e conjunturais do caso brasileiro, no qual convivem elementos locais e globais, arcaicos e novos, tradicionais e de vanguarda. A circularidade entre cinema e televisão, ocultada da narrativa da história do audiovisual durante décadas, é adensada e torna-se um valor incorporado, inclusive, pela política estatal.

PARTE 2

UMA MUDANÇA EM TRANSIÇÃO: O PROJETO DE AUDIOVISUAL BRASILEIRO E A CIRCULARIDADE COMO RECURSO

Como mostrou a primeira parte deste trabalho, a circularidade, própria das práticas culturais, nos anos 1960/70 foi substituída pelo discurso da distinção na narrativa do espaço audiovisual brasileiro. Cinema e televisão ocuparam lugares separados e até mesmo opostos, cabendo ao cinema a estética da arte e à televisão o popular e massivo.

Nos anos 2000, o advento das leis de incentivos, a criação da Ancine (Agência Nacional do Cinema), os marcos regulatórios para a televisão e os múltiplos discursos espalhados pelos novos espaços – surgimento de publicações impressas ou virtuais, culminando com a volta da clássica *Filme Cultura*, criação de festivais, mostras e fóruns do setor audiovisual (Festival do Rio e RioContentMarket por exemplo) e o crescimento de escolas e cursos de pós-graduação de cinema e televisão – indicam um sentimento de mudança e reinvenção do audiovisual brasileiro liderado pelo cinema e pela televisão. A própria categoria de audiovisual atropela as de cinema e televisão. Esse deslocamento de “termos técnicos” é carregado de significados que incorporam discursos e práticas.

O diálogo entre cinema e televisão é atualizado em função das necessidades de fortalecimento do mercado audiovisual brasileiro em um contexto de globalização cultural e econômica. O pensar e fazer audiovisual cruzou fronteiras, quebrou preconceitos e ressignificou os campos para conformar o espaço audiovisual brasileiro comprometido com o mercado, cultura do consumo e cultura da convergência.

O cinema e a televisão não estão alheios às transformações contemporâneas; são campos que reagem, negociam e incorporam novos desafios tecnológicos, culturais, econômicos e políticos. O projeto para o cinema e para a televisão se identifica intimamente com o lugar e a época em que são feitos. Neste sentido, parece haver um novo projeto para o espaço audiovisual brasileiro no qual a circularidade torna-se um recurso para sua consolidação no mercado. O desenvolvimento integrado entre cinema e televisão faz parte deste projeto de criação do espaço audiovisual brasileiro declaradamente circular, deslizante, múltiplo e fluido. Se na história recente os campos se apoiavam no discurso da distinção, ocultando as práticas circulares entre cinema e televisão, a partir do final dos anos 2000, é possível observar alguns novos processos no qual as interfaces e diálogos são positivados e estão em consonância com a cultura do consumo e com as singularidades existentes.

A convergência é um processo ininterrupto - eclodindo ou mascarada - com recuos, alianças, negociações e conflitos. Nos anos 2000, o espaço audiovisual nacional incorpora e explicita a circularidade em seu projeto, alterando discursos, políticas e práticas produtivas. A circularidade deixa de ser silenciosa para se tornar recurso de luta e disputa dentro do campo cultural, político e econômico.

É, portanto, uma mudança no projeto político do espaço audiovisual brasileiro que se reflete no discurso do caráter positivo do trânsito entre profissionais, nas cadeias e circuitos produtivos do audiovisual brasileiro e nas formulações de políticas públicas. Esses processos e os produtos gerados a partir desta lógica circular explícita geram desencaixes e hibridações que perpassam os processos de produção, difusão, exibição e consumo cultural, abalando, e, em certa medida, resignificando as fronteiras hierárquicas demarcadas no espaço audiovisual brasileiro.

Esta mudança vai ao encontro das alterações na hierarquia cultural provocada pela intensificação de interseções, tanto no que diz respeito ao cinema brasileiro quanto em relação à televisão nacional. Nas palavras de Gunning:

Hoje, um século depois, o cinema parece definir-se em relação a outro gêmeo perverso – o espectro da televisão. Mas se hoje ainda o cinema é inconcebível em vários níveis sem a televisão (como um componente de financiamento da produção e como modo dominante de distribuição e exibição), isso não deve dar a ilusão que este novo meio tem uma identidade estável (GUNNING in Xavier, 1996, p.88)

As linhas divisórias entre os campos audiovisuais se tornam cada vez mais tênues e as interseções entre cinema e televisão passam a estar inseridas no mercado

audiovisual; não se limitando a ele, mas estendendo ao mercado editorial, por exemplo, através de publicação de roteiros, livros de fotos e diários de filmagem⁵⁴. A relação entre literatura e cinema não é nova, mas ela se consolida como valor no contemporâneo. José Carlos Avellar discorre sobre a relação entre os campos:

“(…) os filmes buscam nos livros temas e modos de narrar que os livros apanharam em filmes; em que os escritores apanharam nos filmes o que os cineastas foram buscar nos livros; em que os filmes tiram da literatura o que ela tirou do cinema; em que os livros voltam aos filmes e os filmes aos livros numa conversa jamais interrompida (AVELLAR, 2007, p. 5).

Assim como a relação entre cinema e literatura, as interfaces entre cinema e televisão permeiam a historiografia cultural desde os anos 1950, e geram impacto ético e estético no espaço audiovisual. O que muda a partir dos anos 2000 é que as linhas divisórias entre os campos da produção cultural se tornam ainda mais tênues com o curto circuito entre os meios conformando novas proporções às interseções. Isso se deve às mudanças tecnológicas, e principalmente por uma vontade política, cultural e econômica uma vez que a circularidade, inerente aos processos culturais, passa a pautar o discurso ordenador ao se tornar um recurso do capitalismo tardio.

Em face às mudanças advindas da globalização capitalista e da cultura do consumo, a construção – discursiva e prática - do espaço audiovisual brasileiro torna-se uma estratégia de sobrevivência em um mundo globalizado, com múltiplos conteúdos e uma infinidade de telas. Cinema e televisão irão se despir de velhas amarras distintivas para dar lugar à emergência do espaço e mercado audiovisual brasileiro.

No contexto contemporâneo, novos processos socioculturais demandam outras abordagens de investigação. Para Kompare, as transformações são conceituais e atingem todos os meios, uma vez que as fronteiras previamente demarcadas no espaço audiovisual são frequentemente apagadas, desafiando os paradigmas teóricos estabelecidos. Nas palavras do autor: “A tecnologia, a indústria e a cultura não são domínios autônomos; cada um é moldado pelos outros de maneiras particulares,

⁵⁴Relevante destacar que as relações entre mercado editorial e produções audiovisuais através de lançamento de roteiros de narrativas cinematográficas, publicação e reedições de obras literárias adaptadas para o cinema, diários de filmagens, livros de fotos crescem no país. Basta pegar como exemplo o desdobramento das obras literárias geradas a partir da microssérie *A pedra do reino* (2007): caderno de filmagem com 6 livros, que traz o roteiro separado por capítulos da microssérie e um diário de filmagens; e o livro de fotografias da microssérie - têm como principal objeto a imagem. Ambos os livros são diagramados de forma a privilegiar a imagem, a letra, as anotações e rabiscos do diretor Luiz Fernando Carvalho. Ou ainda a *Coleção Aplauso*, da Imprensa Oficial de São Paulo que mistura roteiros de cinema e televisão, peças de teatro com bibliografias de artistas, cineastas e dramaturgos.

ajudando a construir formas e práticas midiáticas particulares em contextos particulares⁵⁵” (2006, p. 336).

Neste sentido, o campo da pesquisa e da teoria também precisa se reinventar. Não há ainda uma literatura nacional consolidada sobre a relação entre cinema e televisão. Os autores e pesquisadores brasileiros se voltam muitas vezes para modelos exógenos que não se encaixam na realidade brasileira. Ou permanecem restritos aos campos de televisão, com foco para telenovela, e de cinema, com ênfase para as questões estéticas. Por isso, buscarei nesta parte da pesquisa um foco mais próximo dos processos produtivos e dos atores que revelam trajetórias sociais ambíguas e em mutação, em relação às transformações do espaço audiovisual brasileiro, que são atravessados por lugares de fala, interesses e comprometimentos que vão além dos macropolíticos.

Ainda que tímido e frágil (se comparado aos modelos norte-americanos) há um processo de mudança discursiva e prática que atravessa os atores sociais que compõem o espaço audiovisual brasileiro. Os modelos tradicionais de produção e distribuição são desafiados pelos novos modos de exibição e formas alternativas de consumo, alterando a relação com o hábito de ver filmes e assistir televisão. Assim, a indústria que sempre foi marcada pela incerteza e pela imprevisibilidade está mais incerta e imprevisível do que nunca, na medida em que novas forças passam a influenciar o mercado.

O projeto de audiovisual brasileiro contemporâneo passa por uma reinvenção singular, atravessada por transformações sociais, tecnológicas, econômicas, políticas e culturais, transnacionais e locais. As tendências e modismos globais são deglutidos dentro de uma historiografia marcada pela mediação, caracterizando um processo ambíguo e conflituoso no espaço audiovisual brasileiro. As relações entre cinema e a televisão ocupam lugar central neste processo de reinvenção por serem campos já consolidados, difundidos e apropriados pelo imaginário cultural brasileiro.

Assim, essa segunda parte da pesquisa irá se voltar para as transformações contemporâneas, as disputas, as desorganizações e reorganizações do espaço audiovisual brasileiro nos anos 2000, tendo como foco os discursos e os processos produtivos. As mediações entre passado e futuro do cinema e televisão configuram um

⁵⁵Tradução da autora. Versão original: “Technology, industry, and culture are not autonomous domains; each is shaped by the other in particular ways, helping construct particular media forms and practices in particular contexts”

novo projeto para o audiovisual brasileiro que está inserido na globalização e na cultura do consumo e nas possibilidades e limites da estrutura e conjuntura brasileira.

CULTURA DO CONSUMO E CONVERGÊNCIAS AUDIOVISUAIS POSSÍVEIS: O PROJETO PARA O AUDIOVISUAL BRASILEIRO CONTEMPORÂNEO

Para pensar a circularidade entre cinema e televisão como recurso contemporâneo é importante entender o lugar de centralidade que a cultura ganhou no contemporâneo. Porque foi este lugar que a cultura adquiriu que reordenou o espaço audiovisual brasileiro. Para Serroy e Lipovetsky a mutação, que denominam de hipermoderna, “se caracteriza por envolver, num movimento sincrônico e global, as tecnologias e os meios de comunicação, a economia e a cultura, o consumo e a estética” (SERROY e LIPOVETSKY, 2009, p. 23).

Com a globalização como forma dominante de mudança cultural, novas forças e relações são postas em movimento, fazendo deslizar muitos padrões e tradições do passado. “Não deve nos surpreender, então, que as lutas pelo poder sejam, crescentemente, simbólicas e discursivas (...)” (HALL, 1997, p. 4).

As linhas divisórias têm sido enfraquecidas e abaladas pelas questões da cultura. Os significados são subjetivamente válidos e deslizam de acordo com interesses e projetos através da construção e circulação de significados. A globalização capitalista imprime novas práticas socioculturais que demandam outros enfoques e abordagens de pesquisas sobre a cultura na contemporaneidade. Nas palavras de Vera Figueiredo:

Ultrapassar separações rígidas entre esferas da cultura que cada vez mais se interseccionam, sinalizando a necessidade de novos recortes, transversais às polarizações modernas que permitam dar conta, por exemplo, da tenuidade das fronteiras entre a chamada alta cultura e a cultura midiática de mercado, na atualidade (FIGUEIREDO, 2010, p, 11).

Neste sentido, as disputas são travadas na cultura. As categorias e os sentidos de cinema e televisão tomam novas formas- agora movediças - que serão disputadas no interior da cultura.

Para Immanuel Wallersstein é fundamental que se ancore a discussão sobre o conceito de cultura dentro dos limites de um sistema único histórico, a economia mundial capitalista. Para o autor, cultura é o resultado das tentativas de acordo diante das contradições e ambiguidades históricas do sistema econômico mundial capitalista (WALLERSSTEIN in Featherstone, 1997, p. 49).

É esse sistema capitalista global, cada vez mais midiaticizado e tecnológico, que eleva a cultura como esfera central e constitutiva da vida social, da economia e da política a partir da segunda metade do século XX. Para Hall, vivemos hoje a centralidade da cultura⁵⁶: “(...) a cultura tem assumido uma função de importância sem igual no que diz respeito à estrutura e à organização da sociedade moderna tardia, aos processos de desenvolvimento do meio ambiente global e à disposição de seus recursos materiais” (1997, p. 2). Para o autor a expansão da produção, circulação e consumo estão intimamente atrelados às novas tecnologias da comunicação e à revolução da informação. Há um deslocamento de recursos e investimentos da indústria pesada para os espaços midiáticos e de comunicação, pois é a mídia que vai sustentar os circuitos globais de trocas econômicas.

A importância do que Hall denomina de “virada cultural” do século XX reside em sua extensão global e em sua amplitude de impacto de caráter popular e democrático. Se a cultura assumiu essa dimensão de força de mudança histórica global e transformação no interior do cotidiano, ela também vai ser o lugar constitutivo de produção de subjetividades e identidades sociais e pessoais. É nesta negociação interdependente - micro e macro - que o conceito de cultura se torna central na constituição da vida social. O autor discorre sobre o termo centralidade da cultura:

A expressão “centralidade da cultura” indica aqui a forma como a cultura penetra em cada recanto da vida social contemporânea, fazendo proliferar ambientes secundários, *mediando* tudo. A cultura está presente nas vozes e imagens incorpóreas que nos interpelam das telas, nos postos de gasolina. Ela é um elemento chave no modo como o meio ambiente doméstico é atrelado, pelo consumo, às tendências e modas mundiais. É trazida para dentro de nossos lares através dos esportes e das revistas esportivas, que frequentemente vendem uma imagem de íntima associação ao “lugar” e ao local através da cultura do futebol contemporâneo. Elas mostram uma curiosa nostalgia em relação a uma “comunidade imaginada”, na verdade, uma nostalgia das culturas vividas de importantes “locais” que foram profundamente

⁵⁶ Importante esclarecer que a questão da cultura sempre foi temática fundamental para as ciências humanas e sociais; nos últimos tempos houve um adensamento de pensamento em torno da cultura diante de novas práticas midiáticas.

transformadas, senão totalmente destruídas pela mudança econômica e pelo declínio industrial (idem, p.5).

A “virada cultural” descrita por Hall reconfigura os estudos anteriores sobre o conceito de cultura, rejeitando e incorporando posições e tendências de pensamentos das ciências humanas e sociais para fazer uma releitura e imprimir um novo registro à ideia de cultura a partir do final do século XX, que tem sua principal expressão nos Estudos Culturais (1964) um campo que se organizou em torno da cultura como conceito central. A cultura passou a ser vista como uma condição constitutiva da vida social, ao invés de uma variável dependente. Hall reflete sobre o processo: “a centralidade da cultura repousa nas mudanças de paradigma que a ‘virada cultural’ provocou no interior das disciplinas tradicionais, no peso explicativo que o conceito de cultura carrega, e no seu papel constitutivo ao invés de dependente, na análise social” (ibidem, p. 12).

O sistema capitalista global está associado à centralidade da cultura e traz à cena a cultura do consumo, pois como defende Ulf Hannerz, se cultura é fluxo em constante processo e movimento, de continuidade e recriação permanente de significados, o consumo cultural vai se tornar prática privilegiada da luta por significação. Para o autor:

À medida que a cultura se move por entre correntes mais específicas, como o fluxo migratório, o fluxo de mercadorias e o fluxo da mídia, ou combinações entre estes, introduz toda uma gama de modalidades perceptivas e comunicativas que provavelmente diferem muito na maneira de fixar seus próprios limites; ou seja, em suas distribuições descontínuas entre pessoas e pelas relações (ibidem, p.18).

Diante da ampliação da produção e trocas de bens culturais, do protagonismo da mídia e da mobilidade geográfica, a esfera cultural se torna terreno privilegiado de ordenamento, dominação e resistência social. O esfacelamento das tradicionais esferas de representação social, a desregulamentação da vida social e a multiplicação de referências culturais dão lugar a novas experiências e práticas sociais. Neste cenário, a esfera do consumo se conforma como espaço de destaque de produção e reprodução social, e de disputas ideológicas na contemporaneidade. Assim, o consumo constitui práticas de criação de significados simbólicos que só se concretiza na relação com o indivíduo-consumidor. O consumo não é assim resultado final do processo produtivo; é um processo e circuito de mediação social. O consumo deve ser entendido portanto como categoria discursiva inserida na luta simbólica.

Simmel ao refletir sobre o indivíduo no mundo moderno, discorre que o habitante da cidade grande moderna joga por um lado com a liberdade e igualdade de

direitos e, por outro, com o espírito subjetivo e o princípio da singularidade. O processo quantitativo de massificação é acompanhado por um processo de individualismo qualitativo. Nas palavras do autor:

Onde o aumento quantitativo de significação e energia se aproxima de seus limites, o homem agarra-se à particularização qualitativa, a fim de, por meio de excitação da sensibilidade da distinção, ganhar algum modo para si a consciência social (SIMMEL, 2005, p. 587).

A cultura do consumo é processo ambíguo de massificação e individualização - individualismo quantitativo e qualitativo – revelados através do gosto e da moda. Esta se torna lugar de mediação da dimensão universal e da dimensão particular, mas travestido de outros dispositivos. Como discorre Hannez:

Nessa etapa de globalização do final do século XX, muitas pessoas têm cada vez mais experiência tanto dos fluxos de formas culturais que costumavam se localizar em outros lugares quanto daqueles que acreditam pertencer à sua própria localidade. E, além disso, algumas correntes de cultura são dificilmente identificáveis como pertencentes a qualquer lugar específico. Na medida em que são enredadas nessas diversificadas correntes de cultura presentes em seus habitats, as pessoas, como seres culturais, provavelmente estão sendo moldadas, e modelam a si mesmas, por peculiaridades de sua biografia, gosto e cultivo de talentos. As identidades atribuídas ao grupo não precisam mais ser todo-poderosas (1997 p. 18).

Existem diversas acepções teóricas sobre consumo⁵⁷ enquanto prática sócio-cultural da contemporaneidade. Mike Featherstone insere a cultura do consumo como nova fase da modernidade. Para o autor “a sociedade de consumo se torna essencialmente cultural, na medida em que a vida social fica desregulada e as relações sociais tornam-se mais variáveis e menos estruturadas por normas estáveis” (2007, p. 34). Para Zygmunt Bauman, o adensamento do consumo como fenômeno que regulamenta as ações sociais, políticas e cotidianas é o que o torna peculiar nas sociedades contemporâneas. Se o mercado passa a ser o novo espaço modelador da vida, é através de suas leis que as relações em disputa pelo poder, construção de identidade e inclusão/exclusão passam a ser reconfiguradas. Dentre elas, encontra-se a desregulamentação, a produção incessante de desejos materializados em produtos e, em consequência, o desperdício (2008).

Gilles Lipovetsky é mais um dos importantes teóricos sobre a “cultura do consumo”. Em seu livro *A Felicidade Paradoxal*, Gilles Lipovetsky faz uma

⁵⁷ Importante esclarecer que o consumo não é algo próprio da modernidade, mas se torna objeto de reflexão desde então.

periodização histórica do desenvolvimento de uma cultura do consumo moderno ocidental. Para Lipovetsky haveria três principais fases: I. fase inicial de consolidação da sociedade de consumo e do nascimento do mercado de massa (1880-1950); II. fase da sociedade de consumo de massa, quando a produção passa a se orientar pelo consumo, mas ainda pautado pela lógica da massa (1950-1980); III. fase do turbo-consumo e consumo hiper-individualizado das sociedades liberais (pós-anos 1990). Para o autor:

A sociedade do hiperconsumo designa a terceira etapa histórica do capitalismo de consumo. Esta não se caracteriza apenas por novas maneiras de consumir, mas também por novos modos de organização das atividades econômicas, novas maneiras de produzir e de vender, de comunicar-se e de distribuir. Foi todo o sistema da oferta que mudou de caráter (2007, p.76).

Lipovetsky diz que o movimento da cultura do consumo “é inseparável das novas orientações do capitalismo posto no caminho da estimulação perpétua da demanda, da mercantilização e da multiplicação indefinida das necessidades. O capitalismo de consumo se tornou o lugar das economias de produção” (idem, p. 11). Essa nova fase do capitalismo de consumo é o que o teórico chamou de sociedade de hiperconsumo. A III fase implica em uma mudança da significação social e individual do consumidor que acompanha o impulso de individualização da sociedade contemporânea.

A cultura do consumo é parte integrante do sistema capitalista e do individualismo moderno. O consumo como prática social própria do mundo globalizado capitalista se torna uma experiência clara do individualismo moderno: é potencialmente comum à humanidade – todos são aptos, têm o direito e devem consumir – e, é ao mesmo tempo, uma forma evidente de distinção e restrição sócio-cultural – o consumo se dá de maneira diferenciada entre os indivíduos. Para Barbero:

O consumo não é apenas reprodução de forças, mas também produção de sentidos: lugar de uma luta que não se restringe à posse dos objetos, pois passa mais decisivamente pelos *usos* que lhes dão forma social e nos quais se inscrevem demandas e dispositivos de ação provenientes de diversas competências culturais (BARBERO, 2006, p. 292)

A lógica do consumo serve para criar vínculos sociais, mas também para demarcar as relações sociais através da posse e, principalmente, pelo uso dos bens, assim a cultura de consumo é produção de sentido. Mais do que ter o consumo como

prática estruturante, a cultura do consumo é o lugar da imagem, da reinvenção, dos meios de comunicação e da mídia, sendo assim, lugar de mediação e produção simbólica.

Para Don Slater a noção cultura do consumo implica que: “(...) as prática sociais e os valores culturais, ideias, aspirações e identidades básicas são definidos e orientados em relação ao consumo, e não a outras dimensões sociais como trabalho ou cidadania, cosmologia religiosa ou desempenho militar” (2002, p. 32). É portanto um processo de ordem econômica, mas fundamentalmente cultural.

O consumo se torna então experiência privilegiada da batalha ideológica na modernidade tardia no qual há predominância da vertente universalista do conceito de cultura, através de sua ambição global e valorização distintiva de bens transculturais baseado em referentes da alta cultura. Para Slater a cultura do consumo é um projeto universalizante e progressista da modernidade ocidental, diante de sua pretensão de alcance mundial.

Diferente do projeto da modernidade, a modernidade tardia tenta apagar a segregação ao evocar a mistura e entrelaçamento explícito e até a explosão destas duas dimensões, o que pode incorrer no esvaziamento de algumas lutas importantes⁵⁸.

A desconfiança na prática de valoração da modernidade ocidental se explicita diante da preocupação com a representação das minorias e implica “não na ausência de valor em si, mas a vigência de outro tipo de valoração que punha em cheque a objetividade dos valores estéticos” (FIGUEIREDO, idem, p. 51). Aceitar o desbordamento da cultura no mundo contemporâneo é aceitar a circularidade de suas acepções e sua conformação como terreno de lutas e disputas dinâmicas. Para Canclini, com o mundo globalizado, passamos do modo de produção social da multiculturalidade, no qual se admite a diversidade de culturas e supõe-se a aceitação do heterogêneo, para a interculturalidade que implica relações de negociações, conflitos e entrelaçamento. Neste mundo da interculturalidade, as fronteiras culturais e ideológicas se deslocam e os objetos de consumo culturais que circulam são plurais (CANCLINI 2005).

O contemporâneo se constrói diante do discurso do hibridismo, do fluxo, da reinvenção, da mistura e da bricolagem, apoiado na convivência com a diversidade e a diferença. Featherstone defende o desmanche da cultura ao proferir que o global e o

⁵⁸ A principal mudança se insere dentro da esfera da produção e do trabalho: a política clássica de classes cede terreno para uma política difusa de identidades atravessada pela cultura do consumo.

local se atravessam nos fluxos, mas os fluxos têm pesos diferenciados e se distribuem de maneira desigual.

É neste jogo que a cultura se torna lugar de destaque da batalha política na contemporaneidade. Terry Eagleton utiliza a expressão “guerras culturais” para sugerir “(...) batalhas campais entre populistas e elitistas, entre guardiões dos cânones e partidários da *differénce*, entre homens brancos mortos e os injustamente marginalizados” (2005, p 79). Para o autor há um conflito global que ultrapassa as políticas acadêmicas em direção à política real.

George Yúdice (2004) reflete o processo e defende que a cultura é hoje vista como recurso que pressupõe um gerenciamento que é conveniente na luta política já que reduz os conflitos sociais e promove o desenvolvimento econômico, tanto em esfera local quanto supranacional. Portanto, a cultura, inserida no sistema capitalista global, torna-se recurso central para manutenção da ordem. Para Milton Santos, as bases materiais da globalização são, entre outras, a unicidade da técnica, a convergência dos momentos e o conhecimento do planeta. É nessas bases técnicas que o grande capital se apóia para construir o que ele denomina de “globalização perversa” (SANTOS, 2000).

Os impactos da cultura do consumo, entendido aqui enquanto processo cultural central do contemporâneo e como esfera privilegiada das disputas ideológicas, reorganizam práticas e discursos sobre o espaço audiovisual brasileiro de maneira singular. Apesar de discursivamente globalizada, a cultura do consumo se insere no Brasil negociando diretrizes globais e processos históricos de modernidade.

O país ainda carrega consigo contradições e é atravessado fortemente pela lógica da distinção diante da ascensão das camadas populares. O uso de estratégias discursivas para qualificar ou desqualificar práticas de consumo se inserem como instrumento no mundo da circularidade e mobilização de fronteiras. Como afirma Ana Enne, “a dimensão do gosto está fortemente ligada a eixos valorativos, não sendo possíveis pensá-los fora deste jogo relacional” (ENNE, 2011, p.1). Os produtos tidos como “desqualificados” estão mais diretamente ligados à cultura de massa. Não raro, a frase “estava passando e aí vi o programa na televisão...” que aparece para justificar e quase que se desculpar pelo consumo televisivo. Essas “artimanhas discursivas” revelam a construção do gosto e da distinção e reiteram os lugares hierárquicos de produções culturais uma vez que as práticas de consumo são importantes marcadores simbólicos sociais.

Por outro lado, o país adere às diretrizes do capitalismo tardio que se ancora no discurso ordenador da circularidade e dos sistemas integrados de retroalimentação, tanto questionados por Adorno em sua crítica à indústria cultural. O discurso da integração dos sistemas simbólicos e de produção, problematizado pelos teóricos da Escola de Frankfurt, é positivado e se torna recurso no contemporâneo através da integração discursiva e produtiva entre mídias, universos simbólicos, consumos e públicos.

O conflito entre os discursos hierárquicos e certezas da modernidade e a fluidez e incertezas da modernidade tardia cerca o espaço audiovisual brasileiro e mais particularmente as relações entre cinema e televisão no Brasil, onde categorias discursivas como autoria e originalidade terão que dialogar e ceder espaço para os hibridismos e deslocamento de fronteiras. Essa negociação, ora amistosa, ora raivosa irá conformar novas práticas políticas e discursos convergentes para pensar e fazer audiovisual no Brasil. Há uma ambiguidade entre discursos e práticas que estão refletidas no projeto para o audiovisual brasileiro dos anos 2000 e é aí que residem os conflitos, limites, desafios e oportunidades da convergência brasileira.

A ideia da convergência está condicionada à cultura do consumo e vice-versa. São auto-alimentáveis e fazem parte de uma lógica comum própria do capitalismo internacional ocidental contemporâneo. Existe a necessidade de expansão dos mercados culturais em direção às massas segmentadas, ao mesmo tempo em que há uma luta por lugares discriminados, a fim de marcar a distinção em relação aos outros meios audiovisuais. O projeto de reinvenção do espaço audiovisual dinamiza forças contraditórias gerando tensões, negociações e adesões permanentes.

A relação entre cultura do consumo e convergência midiática, atravessada pelo imaginário convergente e transmidiático, reorganiza o espaço audiovisual brasileiro nos anos 2000. A inevitável evolução tecnológica entre os suportes dos meios audiovisuais deixa de ser tão clara, conformando novos modelos de produção e circulação e produtos interdependentes. Há uma crescente utilização dos meios eletrônicos e digitais no cinema contemporâneo, os quais são incorporados aos mecanismos televisivos (BAHIA, 2012). O suporte de captação em película deixa de ser o parâmetro de distinção entre cinema e televisão. Para Barone:

(...) o desenvolvimento tecnológico possibilita alterações substanciais no espaço audiovisual. Sobretudo as tecnologias digitais, aplicadas à eletrônica e às telecomunicações, passam a transformar de maneira irreversível os campos nos quais se verificam os fenômenos da produção, difusão e consumo de obras audiovisuais, inclusive a obra cinematográfica (2005, p. 64).

O mundo contemporâneo assiste um inevitável processo de interdependência e complementaridade entre os meios que compõem o espaço audiovisual, que abalam as fronteiras entre os espaços midiáticos e as falsas oposições. “Em vista das cooperações e dos cruzamentos que acontecem, esta hierarquia vai aos poucos se apagando” (LIPOVETSKY e SERROY, 2009, p. 215). As inter-relações entre os diferentes meios de comunicação e técnicas e entre esses e suas audiências se revelam no espaço audiovisual global e de forma singular no audiovisual brasileiro.

O mundo contemporâneo está imerso na experiência que Lipovetsky e Serroy denominaram de tela global, no qual “a tela é onipresente, multiforme, planetária e multimidiática” (idem, p. 12); ou no que Montón denominou de “ecranização” (2009). Cada vez mais as telas e as narrativas contidas nelas se comunicam, convergem, se interconectam e se complementam, rompendo a tradição histórica do de segregação entre os meios. As telas se multiplicam de maneira exponencial: cinema, televisão, computadores, videogames, celular e outros aparelhos pessoais convergindo, se interconectando e ressignificando os campos do cinema e da televisão. Para os autores:

Por muito tempo, as relações entre as duas telas foram pensadas segundo um esquema hierárquico que opõe legitimidade e ilegitimidade, alta e baixa cultura. O cinema ocupava o topo e a televisão a base, cabendo a um a criação de arte, à outra a banalidade do comercial. Em vista das cooperações e dos cruzamentos que acontecem, essa hierarquia vai aos poucos se apagando (SERROY e LIPOVETSKY, ibidem, p.215).

Arlindo Machado introduz reflexões sobre uma possível crise do cinema no mundo contemporâneo e afirma haver três “crises do cinema”. A primeira seria uma crise de natureza econômica, devido ao aumento dos custos de produção; a segunda se refere à mudança de comportamento da população urbana, que se volta cada vez mais para o consumo doméstico de produtos culturais como livro, cd, dvd, televisão; a terceira crise se relaciona a uma mudança de hábitos perceptivos da imagem. Explica o autor: “A convivência diária com a televisão e os meios eletrônicos em geral tem mudado substancialmente a maneira como o espectador se relaciona com as imagens técnicas e isso tem consequências diretas na abordagem do cinema” (2008, p. 209). A transformação de hábitos perceptivos são fundamentalmente mudanças em práticas de consumo.

Mudanças de hábitos que se manifestam nas salas de cinema e na programação televisiva. Cada vez mais as salas de cinema são utilizadas para outras atrações que não a exibição de filmes. A exibição de shows, óperas, esportes e danças ao vivo e em tecnologia 3D se consolida como novo modelo de negócio para as salas de exibição de cinema. A realização de eventos – seminários, palestras, cursos, debates, fóruns, festas etc. - em salas de cinema também se impõe como importante dado para pensar as transformações do espaço audiovisual brasileiro. Se por um lado essa congregação de espetáculos otimizou e potencializou o rendimento econômico das salas de cinema, ela revelou principalmente novos processos culturais que remetem ao primeiro cinema que reunia uma diversidade de atrações populares, na qual a exibição do filme era apenas uma das possibilidades de divertimento.

A fruição cinematográfica também migra para além das salas de exibição, através de projetos itinerantes que levam a magia do cinema para locais sem espaços comerciais tradicionais, remetendo à experiência das primeiras exibições cinematográficas. No Brasil existem diversos projetos que atuam na exibição de cinema fora da sala tradicional de exibição, entre eles o Cinema em Movimento e CineMambembe. Somado a isso, o filme extravasa o espaço da sala de cinema e vai em direção a outros suportes audiovisuais. Nunca se assistiu tanto a filmes como hoje, só que as obras cinematográficas são hoje assistidas na televisão seja ela aberta ou fechada ou internet.

O campo televisivo também sofre mudanças importantes, como discorre Kompare:

A televisão está atualmente engajada em um conjunto de mudanças que afetam o modo como ela é financiada, produzida, distribuída, experimentada e ligada ao resto da cultura. Ao longo das últimas duas décadas, o aparato doméstico também tem se modificado, de modo intermitente, de um receptor analógico de sinal aberto, de baixa definição, para um portal multimídia customizável, digital e de alta definição, que incorpora centenas de canais, um alcance audiovisual ampliado e uma maior capacidade para interatividade. Estas mudanças derivam de mudanças nas instituições midiáticas, tais como novas tecnologias, novos modelos de negócio, novas estruturas regulatórias, novas formas de programação e novos modos de assistir interagem com os antigos, com resultados largamente variáveis e frequentemente imprevisíveis⁵⁹ (idem, p.335).

⁵⁹Tradução da autora. Versão original: “Television is currently engaged in a array of changes that affect how is financed, produced, distributed, experienced, and linked with the rest of culture. For the past two decades, the domestic set itself has been transforming, in fits and starts, from an analog, low-definition receiver of broadcast signals to a digital, high-definition, customizable multimedia portal, incorporating hundreds of channels, an augmented audiovisual range, and a greater capacity for interactivity. These

Somado às reorganizações internas do campo cinematográfico e televisivo, o crescimento do mercado de home-vídeo viabilizou a expansão da distribuição de audiovisual, lançando filmes nacionais, séries televisivas e caixas de DVD, redefinindo a relação mercantil entre o audiovisual e seus espectadores. Se inicialmente, o mercado de vídeo doméstico era destinado à indústria cinematográfica, com o crescimento da tecnologia do DVD, este se expande para além da televisão, instituindo uma nova relação da imagem com o espectador-consumidor. Como explica Vera Figueiredo: “Textos e imagens deslizam de um suporte para outro, intensificando-se o intercâmbio entre os diversos meios, o que ocasiona mudanças nos protocolos de leitura” (FIGUEIREDO, *ibidem*, p.62).

Todo esse movimento cria um curto circuito no espaço audiovisual brasileiro que remete à experiência do primeiro cinema e do início da televisão, no qual a circularidade e ausência de fronteiras entre as produções culturais e entre elite e popular eram formadoras e constitutivas. A lógica de interdependência fundamental entre os meios volta a ser a base do processo produtivo do audiovisual global e nacional. As abordagens baseadas na polarização entre cinema *versus* televisão e cultura de elite *versus* cultura popular parecem ter perdido potência explicativa diante das demandas do capitalismo contemporâneo e do discurso da convergência transmidiática global.

O movimento de reinvenção do audiovisual não está mais centralizado no produto individualizado e excepcional. Ele se dá de forma orgânica, inserido na nova remodelação social e atravessa toda a cadeia produtiva até chegar ao consumidor, que irá redefinir o processo produtivo, conformando uma circularidade interdependente.

As transformações estão vivas e são aceleradas no campo cultural. Hall explica as mudanças:

Queiramos ou não, aprovemos ou não, as novas forças e relações postas em movimento por este processo estão tornando menos nítidos muitos dos padrões e das tradições do passado. Por bem ou por mal, a cultura é agora um dos elementos mais dinâmicos — e mais imprevisíveis — da mudança histórica no novo milênio. Não deve nos surpreender, então, que as lutas pelo poder sejam, crescentemente, simbólicas e discursivas, ao invés de tomar, simplesmente, uma forma física e ação compulsiva, e que as próprias políticas assumam progressivamente a feição de uma “política cultural” (*ibidem*, p. 20).

changes stem from shifts in the institutions of the media, as a new technologies, business models, regulatory structures, programming forms, and modes of viewing interact with the old, with widely varying and often unpredictable results”.

Barbero argumenta que as mídias detêm a capacidade de representar o social e construir a atualidade, além de se constituir hoje como atores sociais que intervêm ativamente na realidade. Essa função é realizada de forma multimídia, isto é, as mídias, diante das novas tecnologias de informação e das mega-alianças entre as empresas de comunicação, passam a complementar umas às outras (BARBERO e REY, 2004). A integração entre aglomerados empresariais da comunicação gera impacto cultural e econômico e impõe novas formas de produção e consumo nos primeiros anos do século XXI (MONTÒN, idem).

A ideia de convergência e transmídia se instalou como prática há algum tempo, no entanto, as discussões conceituais ganham lugar de destaque nas pesquisas e no mercado nos tempos atuais. Refinar a teoria de Henry Jenkins, teórico da cultura da convergência, parece importante para entender os limites e contradições da incorporação deste discurso, localizada na indústria do entretenimento norte-americana, no espaço audiovisual brasileiro.

Para Henry Jenkins “a cultura da convergência é aquela, na qual novas e velhas mídias colidem, onde mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis” (idem, p. 27). Novos e velhos meios de comunicação passam a conviver e interagir uns com os outros, de maneira que não há substituição dos meios mais antigos, mas suas funções e status são transformados pela introdução de novas tecnologias. Assim, a convergência não deve ser compreendida prioritariamente como processo tecnológico: “(...) a convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos” (ibidem, p. 27).

A narrativa transmidiática, por sua vez, “refere-se a uma nova estética que surgiu em resposta à convergência das mídias – uma estética que faz novas exigências aos consumidores e depende da participação ativa de comunidades de conhecimento” (ibidem, p. 47)⁶⁰. Assim, a história transmidiática é aquela que se desenvolve através de múltiplos suportes midiáticos, onde cada novo texto contribui de maneira distinta para o todo. A indústria cultural se fragmenta, atraindo nichos de mercados diferentes que

⁶⁰Jenkins dá como exemplo de produto da era da convergência *Matrix* (1999), dos irmãos Wachowski. Para o autor, este integra múltiplos textos para criar uma narrativa tão ampla que não pode ser contida em uma única mídia. *Matrix* pode ser visto como “o filme cult emblemático da cultura da convergência” (2008, p. 138).

ampliam o espectro de consumo do produto audiovisual e, por consequência, a rentabilidade do mesmo.

Os consumidores e os produtos midiáticos passam a fazer parte de um mesmo sistema, alterando todo o processo produtivo e a lógica econômica da indústria audiovisual contemporânea. O mercado audiovisual passa por uma mudança de paradigma nos tempos atuais, onde novos e velhos meios interagem e onde os discursos convergentes e transmidiáticos se tornam cada vez mais presentes no mercado cultural.

Para o autor:

Alimentar essa convergência tecnológica significa uma mudança nos padrões de propriedade dos meios de comunicação. Enquanto o foco da velha Hollywood era o cinema, os novos conglomerados têm interesse em controlar toda uma indústria de entretenimento. A Warner Bros. produz filmes, televisão, música popular, games, websites, brinquedos, parques de diversão, livros, jornais, revistas e quadrinhos (ibidem, p. 42).

A oportunidade de expansão dos conglomerados midiáticos se consolida como uma aposta no que Jenkins chama de cultura da convergência.

Entendo a teoria deste autor como um discurso universalista do contemporâneo. Voltando ao conceito de circularidade de Bakhtin, como um processo de afetações múltiplas próprio da cultura, e balizada com a teoria crítica de Adorno, de indústria cultural como sistema integrado que regula e produz aparente dispersão, a ideia de convergência se conforma mais como uma estratégia discursiva do capitalismo, diante do adensamento das trocas econômicas e simbólicas, do que a um fato cultural inaugural.

A narrativa transmidiática se insere na mesma lógica: é um discurso promocional da convergência atravessada pelo sistema capitalista contemporâneo⁶¹ que tem se tornado um dos fenômenos mais significativos da ecologia das mídias pela área de marketing e entretenimento. A narrativa transmidiática é o ato de contar história por meio de várias mídias. Ou ainda é aquela que reúne um ambiente de histórias para multiplataformas que seriam complementares. De acordo com Massarolo “a emergência desse modelo de contar história – o *transmediastorytelling* -, se deu especialmente no

⁶¹Os estudos sobre narrativa consideram desde sempre o fluxo, a circulação e a presença do leitor. O processo narrativo portanto é feito a partir da coexistência de atores; ele é interativo, dinâmico, vivo e circular. A tríplice mimese de Ricoeur ilustra a relação entre o mundo do autor, o do texto e o do leitor, e é nesse fluxo circular, através da instauração da relação entre os três mundos, e não como um processo em sentido único que acontece a comunicação. Nas palavras de Marialva Barbosa: “O mundo do texto, porque é mundo, vai entrar em colisão com o mundo real para o refazer, confirmando-o ou recusando-o” (2007, p.17). Portanto, o discurso da narrativa transmidiática é um recurso político do “novo” que serve ao capitalismo tardio e à cultura do consumo.

contexto de produção seriada norte-americana, simultaneamente ao desenvolvimento das tecnologias de reprodução e armazenamento de dados⁶² (2014, p. 2).

No caso brasileiro a ideia de narrativa transmidiática tem dificuldade de se consolidar como realidade pois não há uma indústria de entretenimento integrada e consolidada, então, o que chega é um discurso da circularidade e uma missão mercadológica. A narrativa transmidiática brasileira se dá no atrito entre cinema e televisão e os produtos gerados a partir deste namoro.

A celebração da circularidade, anteriormente ocultada dos discursos, agora travestida de convergência, revela o espírito do tempo do capitalismo cultural. A circularidade como recurso resulta do fenômeno capitalista das concentrações das empresas – o que as torna mais poderosas, política, cultural e economicamente – e que resulta em lucros maiores. A produção, difusão e consumo precisam ser organizados e integrados de maneira sistemáticos. Quanto mais racionalizada for a cadeia produtiva do audiovisual, maior expansão do consumo e lucro.

Ao mesmo tempo, a convergência e a conseqüente quebra de fronteiras, deslizamentos e circularidades são apropriados e trabalhados pelos campos mais experimentais da arte. Portanto, há uma disputa pelos usos e significados dessa “invenção” da convergência. Há um fluxo constante entre as inovações estéticas e a cultura de massa no contemporâneo. Para Vera Figueiredo:

(...) esgotados os procedimentos radicais das vanguardas, a arte tenta marcar seu lugar dobrando-se sobre o discurso da cultura de massa, mas para instituí-lo como ingenuidade observada, chamando atenção para sua retórica, desnaturalizando-a (...) O fato é que a cultura de massa sempre se apropriou das inovações estéticas da arte, esta também não tem deixado de incorporar formas daquela, num processo de canibalização recíproco, que cria uma espécie de zona de indistinção entre as duas esferas da produção” (FIGUEIREDO, 2004, p.3).

Os deslizamentos e diálogos são próprios da convergência seja na cultura de massa, seja no campo das artes ou nas fronteiras e desestabilizam a dicotomia alto/baixo gerando questionamentos se essa desorganização é benéfica ou maléfica. Para Hyussen:

“(...) parece claro que os usos que a alta arte faz de certas formas de cultura de massa (e vice-versa) têm cada vez mais borrado as fronteiras entre as duas; onde havia o grande muro modernista, que costumava manter os bárbaros do lado de fora e a cultura do lado de dentro, protegida, há hoje apenas um terreno movediço que pode se

⁶² Canais de reassistência e segundas telas: *smartphones*, *tabletes*, *smart TV*, entre outros.

mostrar fértil para alguns e traiçoeiros para outros” (HUYSSSEN, 1996, p. 61).

No Brasil, o discurso da cultura da convergência ganha roupagem singular no mercado audiovisual nacional, tensionando continuidades e contradições históricas locais, e demandas e tendências globais. Existe uma reorganização importante que se origina em bases transnacionais, no entanto, as mudanças estão inseridas na formação sociocultural e no processo histórico do audiovisual brasileiro: de segregação distintiva entre os meios audiovisuais, ausência de estrutura industrial da atividade cinematográfica e hegemonia televisiva no espaço audiovisual brasileiro.

Este quadro revela concentração e desigualdade no espaço audiovisual brasileiro, uma vez que os produtores independentes⁶³ produzem a partir de um modelo de fomento - via leis de incentivo fiscal ou editais de fomento - que se volta para a produção do projeto. Este modelo dificulta e inviabiliza a escala industrial do cinema brasileiro pela ausência de uma política sistêmica de reinvestimento da atividade. A televisão, por sua vez, com sua imensa produtividade endógena e autossustentável, se posicionou ao longo dos anos, como autônoma e de produtividade industrial.

Uma outra política foi adotada por Hollywood que desde a segunda metade da década de 1970, se colocou como carro chefe de uma indústria fortemente integrada que buscou o alargamento produtivo e o consumo midiático (cinema, televisão, vídeo, jogos eletrônicos etc.), denominado de Nova Hollywood. Nele o cinema está integrado e intermediado pelas outras mídias e pelo mundo do entretenimento. De acordo com Mascarello:

As majors atuam como meras peças (fundamentais, é bem verdade) de enormes conglomerados midiáticos que abarcam ainda redes de TV aberta e fechada, cadeias de vendas e locação de vídeo, gravadoras, empresas jornalísticas, editoras, provedores de internet e fabricantes de jogos eletrônicos, entre outros. Esses diferentes meios e mercados operam em uma imensa “sinergia”: se reforçam e retroalimentam em termos de marketing, multiplicam os espaços (janelas) de venda ou exibição (no caso do cinema, instituindo os mercados primário, secundário e de negócios conexos (...)) e operam como anteparos econômicos mútuos para o caso de fracassos pontuais de seus produtos (MASCARELLO, 2006, p. 338).

⁶³6363 Obra de produção cinematográfica independente é aquela cuja empresa produtora, detentora majoritária dos direitos patrimoniais da obra, não tem qualquer associação ou vínculo, direto ou indireto, com empresas de serviço de radiodifusão de sons e imagens ou operadora de comunicação eletrônica de massa por assinatura.

Diferente do movimento integrado de Hollywood, o cinema brasileiro, por não se entender como uma indústria e por buscar a autonomia artística, não integrou o espaço audiovisual brasileiro. Fez o movimento contrário, buscou se distinguir das outras técnicas e meios, em especial, da televisão.

Portanto, a glamorização das novas tecnologias e da convergência midiática oculta lutas e conflitos importantes. Para Barbero: “As tecnologias não são meras ferramentas transparentes; elas não se deixam usar de qualquer modo: são em última análise a materialização da racionalidade de *uma* certa cultura e de um certo ‘modo global de poder’” (BARBERO, 2006, p. 259). O caso do espaço audiovisual brasileiro revela anacronismos e disputas irresolutas.

A reorganização do espaço audiovisual brasileiro convive com a formação periférica e incompleta brasileira e com as tendências globais de convergência cultural. As experiências recentes ocorridas no país compõem uma convergência brasileira, na qual disputam e interagem elementos locais e globais, arcaicos e modernos, tradicionais e de vanguarda. Recorrendo a Milton Santos:

A globalização é, de certa forma, o ápice do processo de internacionalização do mundo capitalista. Para entendê-la, como de resto, a qualquer fase da história, há dois elementos fundamentais a levar em conta: o estado das técnicas e o estado da política. Há uma tendência a separar uma coisa da outra. Daí muitas interpretações da história a partir das técnicas. E, por outro lado, interpretações da história a partir da política. Na realidade nunca houve na história humana separação entre as duas coisas. As técnicas são oferecidas como um sistema e realizadas combinadamente através do trabalho e das formas de escolhas dos momentos e dos lugares de seu uso. É isso que fez a história (SANTOS, *idem*, p. 23).

O Brasil vive uma convergência brasileira: não estruturou bases produtivas e de consumo para realizar o projeto integralizado da convergência audiovisual. Portanto, apesar de entender o conceito da cultura da convergência de Jenkins como balizador da contemporaneidade, acredito que ele não se encaixe no país como modelo importado. Por isso, proponho pensar a convergência brasileira a partir de três pilares: trânsito de profissionais; cadeias e circuitos produtivos e políticas públicas. Para Flavia Seligman:

Nos dias de hoje, faz-se necessário pensar no cinema e na televisão em conjunto, atuando lado a lado por conta de profissionais que transitam entre os dois meios, das produções de filmes por empresas ligadas à televisão e pela exibição dos mesmos tanto em salas comerciais como em canais abertos e pagos. A esse processo se alia a questão da necessidade de ocupação de um mercado cada vez mais amplo e segmentado (SELIGMAN in Juliano, Sobrinho e Rossini, 2013, p. 182).

A nova cultura política assume e valoriza os movimentos e imbricamentos entre cinema e televisão no Brasil. A convergência brasileira está inserida na trajetória estrutural e conjuntural do país. Mais do que um projeto resolvido e acabado, a convergência brasileira se evidencia na circularidade discursiva e produtiva entre: o trânsito de profissionais, hoje, assumido e positivado; as cadeias e circuitos e as novas políticas públicas de integração entre os meios.

Os debates sobre a circulação entre cinema e televisão são recentes no país; contudo, já apontam uma reorganização que gera novas tensões, contradições, possibilidades e desafios, e suscita importantes debates sobre os rumos político-estético-comercial do audiovisual brasileiro. Há uma lógica de interdependência fundamental entre os meios que está no discurso político e na base do processo produtivo da reinvenção do audiovisual, refletindo tensões, consonâncias, dissonâncias e disputas socioculturais e econômicas.

ENTRE ESTRELAS E DESCONHECIDOS: TRÂNSITO DE PROFISSIONAIS ENTRE CINEMA E TELEVISÃO NOS ANOS 2000

O trânsito dos profissionais entre os meios é a face mais visível do projeto circular para o audiovisual brasileiro nos anos 2000. Até o final dos anos 1990, ser do cinema e trabalhar na televisão não era *bem visto*, já que a televisão era considerada *menor e inculta*. Por sua vez, ser da televisão e ir para o cinema era um percurso difícil e cheio de resistência discursiva. O fato é que o trânsito dos profissionais entre cinema e televisão sempre foi uma prática, mas ela era de alguma forma pouco visível e ocultada discursivamente.

Nos anos 2000, há uma valorização e adensamento do fluxo de profissionais que ora estão na televisão, ora estão no cinema. O deslizamento de profissionais entre os meios é cada vez mais desejado e valorizado e é aí que reside a novidade.

A visibilidade e positividade conferida ao trânsito dos profissionais desestabilizaram os discursos ordenadores sobre os lugares do cinema e da televisão no Brasil. São atores, diretores, fotógrafos, roteiristas, etc que circulam entre os meios e bagunçam as fronteiras distintivas entre cinema e televisão. Como afirma Vera Figueiredo, “A lógica cultural do capitalismo tardio favorece as hibridações que, cada vez mais, põem em cheque as categorias puras, os binarismos de que o pensamento ocidental moderno se serviu na sua determinação de tudo classificar, compartimentar” (FIGUEIREDO, 2004, p. 1).

Nos seriados, nas séries e no cinema a circularidade de profissionais adquire uma força quase que estrutural. Tanto na televisão aberta⁶⁴ quando na paga a presença de profissionais de cinema, teatro e outras linguagens é um recurso para agregar qualidade e distinção dentro do próprio meio televisivo. Ou como afirma Newcomb, “a programação de butique constrói para si um ar de seletividade, refinamento,

⁶⁴ A pesquisa se concentrou na TV Globo por entender que é a emissora que protagoniza as mudanças no cenário audiovisual brasileiro. As demais emissoras ficam sempre a reboque da TV Globo, tendo menos impacto no seu discurso e suas práticas circulares.

singularidade e privilegio” (2007, p. 78). A chancela do cinema agrega valor cultural ao produto televisivo em um universo de múltiplas telas e conteúdos audiovisuais. A televisão passa então a ter como cultura política trazer nomes do universo cinematográfico para dentro da indústria televisiva.

Da mesma forma, o cinema brasileiro assume o entrecruzamento com a televisão, e potencializa e faz gritar a interface com a televisão com a presença crescente de atores reconhecidos como televisivos nos longas-metragens. Há portanto um fluxo entre cinema e televisão, agora assumido e valorizado que conforma institucionalmente uma estética híbrida que tende a aliviar as tensões entre a cultura culta e a cultura de massa. Ou seja, a presença de profissionais do cinema na televisão, sejam atores, diretores, roteiristas, fotógrafos etc tende a desestabilizar a dicotomia alto x baixo e o distanciamento entre cinema e televisão.

Neste sentido, há uma mudança de expectativas do público e uma reestruturação da indústria audiovisual brasileira. Para Vera Foillan de Figueiredo, o equilíbrio entre o sucesso comercial e a preservação da complexidade e dimensão crítica da obra vai fazer com que os autores trabalhem com uma multiplicidade de códigos que se entrecruzam, permitindo diferentes níveis de leitura, atendendo-se a um público variado (FIGUEIREDO, idem).

No passado a face mais visível deste cruzamento foi *Os Trapalhões* que transportavam o elenco e o sucesso já consolidado da televisão para o cinema. Essa dobradinha se retroalimentava e gerava enorme retorno de público. Foram 36 (trinta e seis) filmes lançados dos *Trapalhões* entre os anos de 1965 e 1991, chegando a públicos de 5 (cinco) milhões nos anos de 1970 e 1980 (ORTIZ RAMOS, 2004). A relação do programa popular de massa cômico, de apelo infantil, e sua transposição para o cinema revelam a íntima relação com as chanchadas dos anos 1940/50, em especial com a trajetória de Mazzaropi. No entanto, para Ortiz Ramos “o cinema veio como decorrência da atividade televisiva, que sempre foi o cerne de atuação do grupo (ORITIZ RAMOS, idem, p.121).

Nos anos 2000, há uma releitura e séries e programas de televisão são levados para o cinema. A TV Globo inaugura uma metodologia na qual produtos de sucesso televisivos são transformados em filmes, e o elenco dos programas, conseqüentemente, passam a circular entre cinema e televisão.

. O grande marco foi *O Auto da Compadecida* em 1999/2000. Depois do *Auto* veio a tríade: o longa-metragem *Cidade de Deus* (2002), a série *Cidade dos Homens*

(2005) e o longa-metragem *Cidade dos Homens*. A partir daí vários outros produtos do binômio televisão-cinema são gerados: *Casseta e Planeta*, *Os normais*, *A grande família* entre outros, sempre tendo como base de sustentação a televisão. A marcante presença do elenco global nos filmes *Se eu fosse você*, *De Pernas para o Ar*, *Crô*, *Até que a sorte nos separe*, *Giovanni Improta* também indica uma estratégia para garantia de sucesso que não são filmes-séries, mas que evidentemente são alavancados pelo reconhecimento da narrativa e elenco televisivo⁶⁵.

Ainda no interior da TV Globo, figuras como Guel Arraes, Jorge Furtado e Luiz Fernando Carvalho se destacam no cenário de trânsito e reinvenção do espaço audiovisual brasileiro, deslocando e abalando fronteiras e velhas certezas sobre o lugar da televisão na cultura. Para Newcomb:

(...) a “televisão” sempre portou significados em si e de si. De diversas maneiras, esses significados levaram à comparação invejosa com a “cultura” ou “alta cultura”, com “as artes” em geral, “cinema” em particular, “qualidade”, ou “o que é sério”. Em suma, a “televisão” foi identificada como o termo inferior em quase todos os contextos comparativos. Agora deve ser “re-avaliada” de algum modo (...) (NEWCOMB, 2007, p.67-68)

Diretor de cinema e de televisão, Guel Arraes foi o primeiro a experimentar a declarada dobradinha de conteúdo cinema e televisão com a série e o filme *Auto da Compadecida* (1999 e 2000). O diretor se destaca por sua produção popular de qualidade, seja no cinema seja na televisão, fazendo uso do experimentalismo, dissolução de fronteiras e positivação das interfaces entre os diversos setores que compõem o espaço audiovisual brasileiro. Para Figueirôa e Fechine:

Os programas dirigidos por Guel Arraes tendem a se organizar justamente no trânsito entre a tradição e a sua subversão: formatos que emergem do reconhecimento de determinadas matrizes organizativas para que se dê, já no mesmo ato, sua reinvenção e seu consequente estranhamento (FIGUERÔA e FECHINE, 2008, p.293).

Como afirma o próprio diretor, seu trabalho sempre foi orientado pela preocupação em transformar propostas de criação mais autorais (nascidas dentro do grupo) em programas de audiência e com produção viável no dia a dia da televisão:

Nunca pensamos em fazer na TV programas que não fossem comerciais. Queremos que eles sejam comerciais! Comerciais, mas legais. Com adaptações, nunca foi diferente (...) Nossa proposta, de modo geral, sempre foi fazer obras atraentes para o público, mas ao

⁶⁵ A escalação de elenco midiático não é garantia de sucesso. *Acquaria* (2003) que leva Sandy e Junior para o cinema e *Giovanni Improta* (2103), com José Wilker evidenciam que a fórmula nem se reflete em retorno de público e bilheteria.

mesmo tempo com uma preocupação de linguagem. Ficar na corda bamba entre o experimental e o comercial é a característica comum a todo esse grupo (ARRAES in Figuerôa e Fachine, idem, p. 303-313).

Guel Arraes pondera os papéis dos meios e defende a atuação conjunta para desenvolver o espaço audiovisual no país:

A exigência que a televisão preste um serviço público me parece correta. Mas, acho que a discussão não pode ficar por aí. Do modo como se fala da televisão, parece até que o cinema brasileiro tem um prestígio incrível, que faz filmes geniais, que é uma indústria florescente e maravilhosa, e que a televisão é uma coitadinha que só faz coisa ruim. Se você observar historicamente, a situação é bem outra. Desde os anos 60, a televisão não parou de crescer, de revelar e formar bons artistas. Na TV não foram só criadas coisas popularescas, foram criadas também coisas incríveis. É preciso olhar também para o que é bom. Se você fizer uma contabilidade do que realmente tem de bom na televisão brasileira, você vai encontrar uma quantidade de obras muito boas, provavelmente muito maior do que no cinema brasileiro, até porque a televisão produz muito mais, e é muito mais rica. Não se trata apenas de defender a televisão, mas se trata de defender uma atuação conjunta, capaz de contribuir para os dois. Para mim a combinação Cidade dos Homens na TV e Cidade de Deus no cinema foi uma dar coisas mais importantes que aconteceram na televisão e no cinema do Brasil (ARRAES in Figueirôa, e Fachine, idem, p. 318).

O trabalho de Guel Arraes se destacou por explicitar a circularidade entre cinema e televisão e apontar outros caminhos para o audiovisual nacional.

Na mesma linha, Jorge Furtado, diretor e roteirista de curtas e longas-metragens como o premiado curta *Ilha das Flores* (1989) e de longas como *Houve uma vez dois verões* (2002) e *Meu tio matou um cara* (2004), tem trabalhos na TV Globo desde 1990, como roteirista e/ou diretor. São exemplos: *Agosto* (1993), *Decamerão, a comédia do sexo* (2009) e *Doce de mãe* (2014). Em depoimento a Lúcia Nagib Furtado revela que começou a fazer cinema a partir da televisão.

Foi só quando comecei a fazer televisão, em 1981, que passei a me interessar por cinema brasileiro. Antes disso só conhecia filmes de Teixeira, dos Trapalhães, do Mazzaropi, filmes infantis ou similares. Só vim a conhecer Glauber Rocha no programa de televisão Abertura, entre 1979 e 1980, apresentado pelo próprio Glauber. Vi os filmes do Cinema Novo que ficaram famosos muito tempo depois do lançamento, quando o movimento já tinha acabado (FURTADO in Nagib, 2002, p. 209).

As recentes produções para TV Globo, dirigidas e roteirizadas por Furtado, são apresentadas pela sua produtora: Casa de Cinema de Porto Alegre, evidenciando uma abertura – gradual e tímida - da televisão para coproduções com produtoras

independentes. A fala de Jorge Furtado com o cinema e a televisão se releva no seu discurso:

Muita gente ainda fala, tarde demais, das diferenças entre a linguagem cinematográfica e televisiva. São a mesma linguagem, com os mesmos signos, a mesma força da fotografia, a mesma ilusão de volume provocada pelas imagens que se movem em planos sobrepostos, música, palavras, luz e movimento. A diferença não está na linguagem em que se constrói a narrativa no cinema ou na televisão e sim na maneira como uma e outra são apreendidas. A diferença não é como se faz mas sim como se vê. Uma sala iluminada apenas pelas imagens que por algum tempo numa grande tela se movimentam, sem que sobre elas tenhamos qualquer controle, é cinema. Uma pequena tela se esforçando para chamar atenção o tempo que for possível, sempre e enquanto nós deixarmos, é televisão (FURTADO, s/d).

A trajetória de Furtado evidencia brechas e novos caminhos de fazer e pensar o audiovisual no Brasil.

Luiz Fernando Carvalho é outro nome que não pode ser esquecido. Transita entre cinema e televisão sem perder seu projeto estético político autoral. Diretor do celebrado filme *Lavoura Arcaica* (2001), o diretor atua na TV Globo em mini e microséries e em telenovelas. Diferente de Guel Arraes e Jorge Furtado, Carvalho trabalha com a separação dos campos, ainda que os espectadores fiquem na dúvida quando assistem a um projeto seu: isto é cinema ou televisão? Luiz Fernando Carvalho tece reflexões sobre sua trajetória de cinema e televisão:

Eu vejo essa relação com muita clareza. *Talvez por eu separar muito esses dois espaços (...)* Sou um cara chato para cinema. Não gosto de muita coisa. Costumo ver os mesmos filmes que sempre vi. Escolho muito o que vejo, então escolho muito o que faço também. Por isso vejo com muita clareza esses dois lugares, o espaço do cinema e o espaço da televisão, e então sinto que se faz necessário aos artistas e os especialistas que trabalham na televisão pensarem numa nova missão para a televisão. Esta nova missão estaria, no meu modo de sentir, diretamente ligada à educação, a uma reeducação a partir das imagens e dos conteúdos. Até agora, a grande comunicação de massa, bem como a mídia, outros meios de comunicação e o tal cinema americano, foram os grandes responsáveis por uma gigantesca operação de condicionamento do povo. É por tudo isso que vejo o espaço da televisão com responsabilidade, tanto que não faço muita coisa o tempo todo e quebro a cara pra cacete ali dentro, porque tento encontrar uma maneira mais pessoal de realizar dentro de um processo industrial (CARVALHO in Contracampo, s/d).

Luiz Fernando Carvalho envolve em sua equipe artistas visuais, artesãos e técnicos de cinema para inovar na concepção cênica e criar um universo mágico, fugindo do realismo usual da televisão. Esses três profissionais são os mais atuantes na

intermediação entre cinema e televisão no Brasil nos anos 2000 e agregam distinção à televisão contemporânea que é desafiada em relação à legitimidade do meio⁶⁶.

Mas há outras circularidades que fogem aos projetos desses renomados e já consolidados diretores de trânsito. A minissérie da TV Globo *Amores Roubados* (2014) de José Luiz Villamarin é um exemplo dessa mistura de profissionais. Foi uma produção da TV Globo que contou com o diretor de fotografia Walter Carvalho, assistentes de direção vindos da Conspiração Filmes e atores como Irahdindir Santos e Jesuíta Barbosa, nomes ligados ao universo cinematográfico independente.

Ao mesmo tempo teve como casal principal Isis Valverde e Cauã Raymond, rostos já conhecidos pelo público televisivo. A TV Globo e canais pagos como GNT tentam, cada vez mais, inserir na sua programação mini e microsséries que misturem atores e profissionais de cinema e televisão, criando uma estética híbrida que tende a aliviar as tensões entre a cultura de elite e a cultura de massa. E aí, surgem os questionamentos: isso é cinema ou televisão? Ou será uma nova forma de fazer audiovisual no Brasil? As críticas à minissérie evidenciam os incômodos diante do deslocamento das fronteiras entre cinema e televisão:

Não deveria, mas ainda surpreende estar diante da televisão nestes momentos em que ela faz a opção pelo menos óbvio quando o texto dito por atores mais sugere do que afirma, a câmera evita closes e prefere mostrar o movimento dos personagens no espaço e, igualmente importante, não há aquela obsessão em preencher os vazios com ação desnecessária ou uma música qualquer. Nestes momentos em que o produto resulta em algo distante da pasteurização geral, com uma cara original, a TV mostra a sua força. E o público responde positivamente (FOLHA DE SÃO PAULO, 17/01/2014).

A mistura, a ambiguidade e o embaralhamento de fronteiras desestabilizam os críticos, pesquisadores e realizadores de suas zonas de conforto estabelecidas pelas categorizações modernas binárias e dicotômicas.

Da mesma forma filmes adaptados da televisão para o cinema como *A grande família* de Maurício Farias, *Os normais* de José Alvarenga e os filmes do *Casseta Planeta* (direção José Lavigne, Vitor Lopes e Lula Buarque de Holanda) destituem o cinema nacional de sua busca pela estética da autonomia, principalmente pela presença

⁶⁶Não é só no Brasil que o trânsito de diretores se solidifica como uma estratégia televisiva. Como afirma Mittell, “muitos dos programas televisivos inovadores dos últimos 20 anos são obras de realizadores que começaram suas carreiras trabalhando com filmes, um meio culturalmente mais distinto: David Lynch (*TwinPeaks*) e Barry Levinson (*Homicide: Life on the Street* e *Oz*) como diretores, Aaron Sorkin (*Sport Night* e *West Wing*), Joss Whedon (*Buffy, Angel* e *Firefly*), Alan Ball (*Six Feet Under*), e J.J. Abrams (*Alias* e *Lost*) como roteiristas” (MITTELL, 2013, p. 33).

do elenco da TV Globo. Há uma construção circular e interdependente que não pretende se esgotar no cinema e nem na televisão, e sim utilizar as potencialidades de ambos os meios para construir o audiovisual brasileiro contemporâneo.

Se eu fosse você (2006) de Daniel Filho é um exemplo claro de filme que conta com atores da TV Globo e então protagonistas da novela das 21h (*Belíssima*) e gera estranhamento diante das múltiplas possibilidades do projeto audiovisual brasileiro contemporâneo. A crítica de Ricardo Cota ao filme *Se eu fosse você* na revista eletrônica *Contracampo* expõe impasses que os comentaristas e especialistas – historicamente acostumados a lidar com o cinema e a televisão como formas de expressão audiovisual antagônicas enfrentam diante do fluxo de profissionais e formatos tem caracterizado, de maneira cada vez mais acentuada, o espaço audiovisual brasileiro.

Se eu Fosse Você provocou no crítico um desconforto. Se disser que não riu, mente; se disser que não se divertiu, mente; se disser que gostou, mente. Não é fácil estar diante de um filme que “funciona”, “contagia” e que “atinge seu objetivo” de estourar bilheterias. E aqui não há subterfúgios. À exceção do histrionismo de Tony Ramos, que confirma a verve cinematográfica de um medalhão das telenovelas, não há alça de segurança para a crítica. Daí seja sintomático que este site, mesmo diante das evidências exitosas da “comédia do verão”, tenha levado tanto tempo a colocar no ar um texto a respeito de um filme sobre o qual não se pode escrever sem o recurso das aspas, espécie de pára-quedas do clichê. Trata-se de um caso de rejeição inconsciente (COTA, 2006).

Na TV paga torna-se cada vez mais comum programas produzidos por produtoras independentes acostumadas a trabalhar com cinema e publicidade que trazem nomes do imaginário cinematográfico para a televisão. *Mandrake* (2005 e 2007) de José Henrique Fonseca, Cláudio Torres e outros diretores e *Alice* (2008) de Karim Aïnouz e Sérgio Machado são séries televisivas destinadas à programadoras internacionais, realizadas por produtoras independentes e escancaram e as relações entre cinema e televisão no Brasil: foram realizadas em película, são dirigidas por diretores reconhecidos de cinema, possuem alto investimento financeiro; são realizadas por mecanismos de incentivos fiscais; ao mesmo tempo são exibidos na televisão fechada (HBO) e obedecem ao rígido formado televisivo internacional.

Em entrevista, o cineasta Karim Aïnouz afirma gostar da experiência em televisão, mas seu discurso ainda revela a dicotomia entre os meios: “Me interessa fazer TV menos dentro de uma tradição radiofônica, onde tudo é texto. Gosto também que as

coisas sejam industriais, mas sem perder o artesanato. É importante ter diferentes padrões de qualidade e disseminar a diferença” (O Globo Online, 16.08.2007).

Mais recentemente, Selton Melo na direção de *Sessão de Terapia* (2002, Moonshot), Sérgio Rezende na direção de *Questão de Família* (2014), produzida pela Mariza Leão (Atitude Produções), *3 Teresas* (2013) de Luiz Villaça (Bossa Nova Filmes), Vicente Amorim na direção de *Copa Hotel* (2013) são exemplos de uma política do canal GNT que reconhece a importância do conteúdo brasileiro no canal e busca essa articulação com o mercado cinematográfico. Essas experiências borram as fronteiras entre cinema e televisão e geram uma nova experiência circular, atravessada e fluida que cada vez mais caracteriza o audiovisual brasileiro contemporâneo.

A telenovela ainda é o local aparentemente mais protegido dessa interface entre cinema e televisão. Mas se observado de perto, percebe-se rastros de uma circularidade que ainda se quer tímida. A telenovela *Avenida Brasil* (2012) foi celebrada pela crítica que reconheceu códigos cinematográficos em uma novela das 21h. Foi feita uma matéria na Revista da TV com o título “Intelectuais, chefs, estilistas e políticos: não foi só a classe C que se encantou com ‘Avenida Brasil’: Com personagens suburbanos e trama popular, novela das 21h também é sucesso entre as classes A e B”. Heloisa Buarque de Hollanda afirma que *Avenida Brasil* chegou na TV para “sacudir o gênero”:

É uma novela culta, eletrizante. João Emanuel sempre foi cinéfilo e ele conta a história de um jeito cinematográfico. Cada capítulo parece uma metralhadora, um fliperama. Li que chegaram a comparar o autor a David Lynch (*cinéasta, diretor de filmes como “Cidade dos sonhos”*) devido à inversão de personagens (BUARQUE in O Globo, Revista da tv, 02.09.2012).

Outro exemplo é a direção de Luiz Fernando Carvalho na novela de Benedito Rui Barbosa *Meu pedacinho de chão* (2004) que evidencia uma forma de contar história que foge do realismo marcante da telenovela brasileira ao dialogar com o universo do teatro e do sonho. A telenovela mescla profissionais da televisão, teatro e cinema para dar forma ao universo lúdico.

Estes são apenas casos pontuais do trânsito de profissionais de cinema e televisão. Não cabe aqui fazer um mapeamento e analisar os casos, mas sim exemplificar o processo de transformação do projeto para o audiovisual brasileiro contemporâneo.

O deslizamento entre os profissionais se torna mais evidente e intenso porque ele é antes de tudo um recurso desejado e celebrado que vai ao encontro do espírito do

tempo atravessado pela cultura do consumo e deslizamentos culturais. As fronteiras entre “o pessoal de TV” e a “turma do cinema” se diluem para sobreviver e construir um novo projeto para o espaço audiovisual brasileiro integrado e em diálogo, negociação e resistência ao capitalismo tardio e global.

Se, na prática as trocas e a circularidade de profissionais entre cinema e televisão sempre aconteceram, ora mais visíveis, ora mais camufladas, borrando os limites discursivos, nos anos 2000 ela se torna estratégica e é institucionalizada por meio de uma cultura política que atravessa o espaço audiovisual brasileiro. A circularidade entre profissionais torna-se uma política para fortalecimento e sobrevivência do audiovisual brasileiro. Ela é a mais imediata evidencia das modificações por que passa o audiovisual brasileiro nos anos 2000.

A Globo Filmes foi a primeira iniciativa institucional de integração entre cinema e televisão, e muito de sua estratégia política está baseada no trânsito de seus profissionais. A empresa aposta na popularização do cinema nacional, popular entendido aqui como reconhecido, como atraente ao grande público. Para atingir maior popularidade, a Globo Filmes opta por projetos que incorporem os conceitos de repetição/inação e reconhecimento/estranhamento em suas coproduções, tendo por objetivo alcançar o maior número de espectadores.

Neste sentido, a Globo Filmes investe do trânsito e mobilidade de seus profissionais tanto da televisão para o cinema como do cinema para televisão. O cinema apresenta cada vez mais rostos reconhecidos da televisão, em uma clara política de popularização do cinema nacional por meio da presença do elenco “global” nas telas de cinema. Ao mesmo tempo, transportar diretores de televisão para os cinemas agrega valor e distinção para a TV Globo uma vez que coloca esses profissionais em um outro campo, o do cinema.

Essa intermediação dilui as velhas fronteiras para conformar um espaço cada vez mais integrado. A TV Globo protagoniza esse movimento com a criação da Globo Filmes e continua apontando os novos caminhos e desafios quando se trata de circulação de profissionais entre cinema e televisão. Afinal, ela é o modelo industrial brasileiro.

Na mesma direção, a TV Globo não abre mão de incorporar em seus conteúdos profissionais do cinema, porque reconhece a importância de investir e trazer para dentro da emissora as grandes novidades e apostas. Então não é só o cinema que passa a depender da televisão; esta passa a ter que incorporar recursos distintivos em sua

programação e, neste sentido, o trânsito de profissionais é um aliado indispensável. O espaço audiovisual trabalha com a dialética entre divulgação e distinção, isto é: necessita ampliar o mercado de consumo para obter mais lucro, ao mesmo tempo em que precisa enfrentar os efeitos massificadores da divulgação, através de signos de distinção (CANCLINI, p. 2006).

O deslizamento dos profissionais entre os campos do cinema e da televisão se torna estratégico e se consolida como uma política para a construção do projeto do espaço audiovisual brasileiro. Mais do que a delimitação dos campos, os profissionais podem trabalhar em projetos, que podem ser na telinha ou na telona, ou ainda projetos que comecem na telinha e vão para telona e vice versa.

No passado, a circularidade entre os profissionais existia, mas era silenciada. É nos anos 2000 que ela se torna estratégica em uma política integrada e economia da convergência para o espaço audiovisual que se quer industrial e internacional. Assim, há um descentramento no discurso de outrora, que desqualificava a priori o conteúdo televisivo, e exaltava a erudição e experimentação do conteúdo cinematográfico para formar um espaço audiovisual inserido nos desafios da cultura do consumo e no capitalismo internacional.

O trânsito de profissionais é um dos pilares da reinvenção do espaço audiovisual dos anos 2000. Ele será combinado e retroalimentado pelas transformações que perpassam as cadeias e circuitos produtivos e as políticas públicas para integração entre cinema e televisão.

CADEIAS E CIRCUITOS PRODUTIVOS: NOVAS ARQUITETURAS AUDIOVISUAIS BRASILEIRAS

Há uma reinvenção da arquitetura do mercado audiovisual que não se localiza mais somente no produto final (a obra em si); mas se dá de maneira integrada, a partir de um projeto de identidade do espaço audiovisual brasileiro circular, encontrado tanto na produção de conteúdo quanto nos meios de exibição e consumo do audiovisual.

A reconfiguração do espaço público e privado, o advento das novas tecnologias de produção cultural, as transformações dos hábitos do espectador e a relação deste com as imagens, a entrada de novos atores no setor e os marcos regulatórios subscrevem uma outra condição social, simbólica e econômica para o audiovisual, agora atravessada pela lógica da cultura do consumo e pelo discurso da convergência midiática. E na visão de Eduardo Valente, o ambiente que mais radicalmente mudou o panorama da produção audiovisual é o mesmo que antes separava claramente o campo da televisão e o do cinema (VALENTE, 2011).

A circularidade latente do primeiro cinema e dos primórdios da televisão volta a se evidenciar de maneira pulsante no audiovisual nos anos 2000. Os encontros entre cinema e televisão têm imposto mudanças radicais no espaço audiovisual contemporâneo agora inserido na globalização capitalista. As fronteiras para normatizações estéticas e de pesquisa esbarram em interpenetrações múltiplas que exigem novas metodologias de pesquisa.

Há um paralelo entre o primeiro cinema e primórdios da televisão com o audiovisual nos anos 2000, agora realocado no capitalismo tardio e leis mercadológicas que levam à transformação do público, pouca estabilidade dos meios e maior possibilidade de interação via desenvolvimento técnico e projeto político. Esse processo é realizado em meio a conflitos, críticas, adesões e resistências ao processo de mediação cada vez mais estruturante do cinema e da televisão no Brasil.

A tradicional cadeia e circuito produtivo são modificados e se alargam baseadas em uma cultura política que tem como recurso a circularidade. Nos anos 2000, cada vez mais, um projeto audiovisual é idealizado desde seu desenvolvimento para circular e mediar referências nos diversos formatos, espaços e plataformas audiovisuais existente. Eduardo Valente completa: “E, mais do que isso: a estética, dramaturgia, narrativas de cada um destes ‘lugares’ audiovisuais vão trocando influências e caminhos de uma forma que não permite mais isolar uma da outra” (VALENTE, idem, p. 68). A cadeia e circuito produtivo se reinventam e ganham novas significações.

O espaço audiovisual brasileiro busca a aliança e o compromisso com o mercado, inserido na dinâmica global que reconheceu a centralidade da cultura e do mercado de bens culturais nas sociedades contemporâneas. Por um lado, o cinema brasileiro reconheceu sua situação de marginalidade (depois da euforia das leis de incentivos), realocado na ordem mundial transcultural. Por outro, a televisão, diante das trocas e fluxos globais, formulou metodologias e estratégias para o fortalecimento do conteúdo audiovisual nacional que enfrenta concorrência de formatos e produtos internacionais.

Apesar do aumento expressivo no número de produções nacionais, a distribuição e a exibição não absorvem o crescimento do número de títulos nacionais produzidos. O mercado incorpora poucos filmes brasileiros, se concentrando naqueles que têm uma visão mais comercial. Resultado disso é que o público não acompanha o crescimento da produção nacional dos últimos anos. Existe uma incapacidade de se absorver a quantidade e diversidade de lançamentos nacionais com a estrutura e modelo de mercado cinematográfico no Brasil. A dificuldade é consequência de fatores internos à atividade cinematográfica, mas também é reflexo de mudanças tecnológicas e sociais diante das novas formas de consumo audiovisual que ultrapassam o espaço das salas de cinema (BAHIA, 2012).

Considerando as singularidades da produção nacional do cinema, um dos mais veementes questionamentos ao modelo brasileiro de incentivos ao audiovisual é que este “(...) aponta sua incapacidade de englobar a atividade cinematográfica em seu todo. Ele não percebe que produzir apenas é insuficiente para gerar a auto-sustentabilidade da atividade cinematográfica e, por fim, uma indústria” (ALMEIDA e BUTCHER, 2003, p. 32). A falta de visão industrial e de mercado auto-sustentável do cinema nacional pelo Estado e agentes do setor é permanentemente apontada. Então, apesar dos avanços, a política baseada no incentivo fiscal não foi suficiente para estruturar uma efetiva base

industrial para o cinema brasileiro.

Contudo, para que o cinema nacional fosse relevante dentro deste novo tempo, era preciso estar inserido nas lógicas mercadológicas internacionais das indústrias culturais. A ideia que orientou o projeto de cinema nacional no período foi a de que a força política, cultural e econômica do cinema brasileiro estaria associada à sua circulação e penetração no mercado interno e externo. Medidas emergenciais deveriam ser tomadas para a sobrevivência e o desenvolvimento da experiência cinematográfica nacional.

No caso da televisão, apesar da hegemonia por meio da TV Globo no mercado audiovisual brasileiro, era preciso atenção aos novos formatos, mídias e fluxos globais que poderiam abalar o lugar da televisão brasileira. Cinema e televisão, em uma estratégia de fortalecimento do conteúdo audiovisual nacional em uma cultura global de capitalismo tardio, deslocam as velhas dicotomias para dar lugar a discursos e práticas circulares e interdependentes. A fala de Jorge Furtado expõe a necessidade política do encontro entre cinema e televisão para a consolidação de um mercado audiovisual brasileiro:

Outro fator primordial seria a participação da televisão nessas produções [cinematográficas] como acontece em vários países, como a Inglaterra e a França. No Brasil, onde a televisão é uma concessão pública, as emissoras deveriam ser obrigadas a coproduzir filmes. Eu já vi curtas da Bahia, do Ceará, de Pernambuco com cenários maravilhosos, atores excelentes, mas desconhecidos, e uma diversidade cultural que não pode ser toda concentrada num estúdio em Jacarepaguá (FURTADO in Nagib, 2002, p. 208).

A partir deste diálogo explícito acredito que existem modificações processuais e metodológicas importantes nos modos de fazer e pensar o audiovisual nos anos 2000. Há novas oportunidades e modelos que emergem nos anos 2000 que são resultados da possibilidade brasileira, singular, de abraçar e dar conta do discurso da cultura da convergência global.

A cadeia e circuito produtivo se alongam e quebram fronteiras historicamente rígidas. A organização clássica no qual cinema e televisão aparecem como blocos separados não funciona mais. A televisão passa a participar institucionalmente do cinema nacional, com a Globo Filmes, ao mesmo tempo, as produtoras independentes, antes voltadas para o cinema, publicidade e institucionais passam a ter a televisão como campo de trabalho. A dinâmica de interdependência entre cinema e televisão é admitida e valorizada por empresas que incorporam a lógica da convergência audiovisual em seus

trabalhos. São representativos deste processo a O2 Filmes, Conspiração Filmes e Casa de Cinema de Porto Alegre.

A O2 Filmes, produtora paulista, tem mais de vinte anos de atuação no mercado e tem com produto principal a publicidade, com mais de dois mil filmes publicitários em seu currículo. A produtora também investe em cinema e se comparado ao mercado publicitário, a quantidade é pequena, são mais de dez longas-metragens, entre eles *Cidade de Deus*, *Cidade dos Homens*, *Antônia*, *Domésticas*, *O Banheiro do Papa*, *Á Deriva* e *Lixo extraordinário*. Mas foram os longas-metragens que tornaram a O2 Filmes conhecida internacionalmente. O mercado televisivo também faz parte da produtora que há alguns anos vem produzindo regularmente séries de televisão. A produtora realizou tanto seriados para a TV Globo, *Cidade dos Homens*, *Antonia* e *Som e Fúria*; quanto projetos para a televisão paga, *Filhos do Carnaval* para a HBO. Com a produção dessas séries, a O2 já recebeu três nomeações ao *Emmy*.

Em um movimento semelhante, a carioca Conspiração Filmes, fundada em 1991, atua na potencialidade do mercado audiovisual brasileiro e internacional. A produtora dividiu seu negócio em cinco núcleos: Publicidade; Conspiração Concept (Produções Publicitárias para internet e Novas mídias); Conspiração Corp (Conteúdo Corporativo / Conteúdo de marca); TV (Aberta e por Assinatura); Conspiração Filmes (Cinema). No mercado publicitário a Conspiração já ultrapassou a marca dos três mil filmes produzidos.

Mas é com o núcleo de cinema que a produtora se posiciona como agente de destaque internacional. A produtora conta com mais de vinte e sete longas em seu portfólio, entre eles *À Beira do Caminho*, *Gonzaga: de Pai pra Filho Os Penetras*, *O Homem do Futuro*, *Eu e meu guarda chuva*, *A mulher invisível*, *Xuxa em o Mistério de Feiurinha*, *Era uma vez...*, *Dois Filhos de Francisco*, *Casa de Areia* e *Eu, Tu, Eles*.

Atenta ao mercado audiovisual, a Conspiração busca sua inserção no mercado televisivo, levando toda sua expertise da publicidade e do cinema para a telinha. Realizou a série *A Mulher Invisível* exibida em horário nobre pela Rede Globo, *Mandrake* pela HBO. O núcleo também foi responsável pelas produções: *Vai que Cola* (primeira temporada), Multishow; o infantil *Detetives do Prédio Azul* (D.P.A.), Gloob; os programas *GNT Fashion* e *Bela Cozinha* e as séries *Surtadas na Yoga* e *Amor Veríssimo* para o GNT; *Viver para Contar* Discovery Channel; musicais como *Arnaldo Antunes Ao Vivo lá em Casa* entre muitas outras.

A Casa de Cinema de Porto Alegre é outro exemplo fora do eixo Rio-São Paulo. Foi criada em dezembro de 1987 como uma cooperativa de realizadores gaúchos. A partir de 1991, a Casa de Cinema de Porto Alegre se tornou uma produtora independente, permanecendo o espírito cooperativo e a intenção de continuar contribuindo para a difusão dos filmes produzidos pelo grupo original. Em setembro de 2011, houve uma nova alteração na composição da Casa. Os quatro sócios atuais são Ana Luiza Azevedo, Giba Assis Brasil, Jorge Furtado e Nora Goulart.

Em seus vinte e quatro anos de existência, a Casa de Cinema produziu dezenas de filmes e vídeos, mas também programas de televisão (especiais e séries), cursos de roteiro e de introdução à realização cinematográfica, fóruns de debates e programas eleitorais para TV. São nove longas-metragens, entre eles *Houve uma vez dois verões*, *Meu tio matou um cara*, *O homem que copiava* e *Antes que o mundo acabe*. A Casa de Porto Alegre também é conhecida pela sua produção de curtas-metragens como *Ilha das Flores* e *O dia em que Dorival encarou a guarda*. Junto a isso, a produtora se destaca por realizar séries para a TV Globo, como *Decameron*, *a comédia do sexo*, *A história do Amor* e *Doce de mãe*.

Entre os principais parceiros estão emissoras de televisão como as brasileiras TV Globo, RBS TV e Canal Futura, o Chanell 4 inglês, a ZDF alemã e a HBO LatinAmerica, as Fundações Rockefeller e MacArthur, a produtora argentina 100 Bares, a ONG Cladem, o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST). A produtora recebeu mais de duzentos e cinquenta prêmios em festivais nacionais e internacionais, transformou a Casa de Cinema de Porto Alegre numa referência fundamental do audiovisual brasileiro contemporâneo.

Essas produtoras incorporam os novos desafios e potências do audiovisual contemporâneo, ao trabalhar com cinema e televisão, sem abandonar a publicidade, no caso da O2 e Conspiração. A cultura organizacional das produtoras é modificada para dar conta das mudanças que atravessam as cadeias e circuitos produtivos do espaço audiovisual brasileiro contemporâneo.

O ideário e discurso da convergência e circularidade passam a pautar os deslocamentos e as transformações internas do mercado e do espaço audiovisual nacional. A retroalimentação entre cinema e televisão torna-se uma questão ética e estética que atravessa as produtoras independentes, o modo de entender o audiovisual brasileiro e a formação de profissionais.

Portanto, aposto que há de fato uma reinvenção discursiva e de estratégias criativas do cinema e da televisão nos anos 2000. O cinema passa a ter a televisão (em especial a TV Globo) como campo de referência seja na adesão ou na negação. A televisão, por sua vez, abre brechas para experimentação e inovação produtiva e narrativa junto à produtoras independentes, desafiando as regras tradicionais do meio.

A mais significativa e importante ação transformativa no espaço audiovisual brasileiro foi a criação da Globo Filmes. A empresa desenhou as primeiras políticas de deslocamento de fronteiras entre cinema e televisão no Brasil. Criou uma metodologia própria para produção de produtos declaradamente híbridos, móveis e de trânsito com destaque midiático e de público e renda que merece atenção nesse processo de reinvenção do audiovisual nos anos 2000.

No entanto, há outros processos produtivos, atravessados pela mediação, que são agentes do movimento de reinvenção do audiovisual brasileiro nos anos 2000: séries que viram filmes e filmes que viram séries; séries da TV Globo com tempo-espaco cinematográfico e séries de produtoras independentes na televisão⁶⁷. Esses modelos produtivos indicam um embaralhamento e subversão na organização das cadeias produtivas clássicas do cinema e da televisão, para formar um novo modo de fazer e circular o audiovisual brasileiro.

Junto e atravessando todo esse movimento e deslizamentos das cadeias e circuitos produtivos do espaço audiovisual, está a aprovação da Lei 12.485, em 2011, que regula a televisão por assinatura no Brasil. A Lei institucionaliza a circularidade e coloca a questão na agenda estatal. Por sua relevância e abrangência, tratarei da Lei em um capítulo separado, após falar dos novos modelos de cadeias e circuitos produtivos, mas entendendo que o novo marco regulatório aciona e dinamiza mudanças produtivas. Portanto, os processos produtivos apresentados a partir da 2011 estão, senão diretamente relacionadas às novas exigências da Lei 12.485, acompanhando as tendências que a Lei ordena e institucionaliza.

Desta forma irei apresentar a variedade de modelos que sinalizam uma alteração estrutural nas cadeias e circuitos produtivos do audiovisual brasileiro nos anos 2000, para depois analisar a Lei da televisão por assinatura.

⁶⁷ Os gêneros televisivos são unidades estéticas e culturais que servem para organizar e normatizar a indústria televisiva institucionalmente. Contudo os gêneros não são estáveis, se hibridizam e se renovam.

A Globo Filmes...

A criação da Globo Filmes, em 1998, pode ser entendida como estratégia política da TV Globo em resposta à ameaça da internacionalização da cultura. Ela faz parte de um conjunto de ações da TV Globo, cuja diretriz principal é a defesa do “conteúdo nacional”. A defesa do conteúdo brasileiro pela emissora é uma resposta às ameaças que o cenário de globalização imprime ao projeto de cultura brasileira⁶⁸.

O audiovisual nacional se apresentou como um dispositivo político de afirmação cultural em um cenário de globalização. O cinema, por meio da denominação “retomada do cinema nacional”, e a televisão, através do fortalecimento do conteúdo nacional. A partir do final da década de 1990, o cinema nacional ganha novo impulso com a criação da Lei Rouanet e da Lei do Audiovisual. No plano institucional, é criada a Agência Nacional do Cinema (Ancine), uma clara demonstração de transformação política no espaço audiovisual. A criação da Globo Filmes, que propositadamente coincide com o período de recuperação da atividade cinematográfica nacional, potencializa a posição do produto nacional no mercado audiovisual.

A relação entre cinema e televisão no Brasil se institucionaliza, através de política privada, com a criação de uma divisão voltada para coprodução de filmes nacionais da TV Globo, a Globo Filmes. O apoio da televisão ao setor cinematográfico, protagonizado pela TV Globo, foi possível pela força que a emissora adquiriu como agente social nacional. Segundo Butcher: “A TV Globo arregimentou setores da produção e passou a interferir com firmeza no sentido de tornar alguns filmes brasileiros produtos competitivos em relação ao produto americano, o que seria uma oportuna demonstração de forças em um campo dominado pelo produto estrangeiro” (2006, p. 15).

Mais do que a função de cada campo (cinema e televisão), a Globo Filmes está interessada na formação de um mercado audiovisual nacional integrado e potente no cenário da globalização e convergência econômica e cultural. Para Massarolo e Alvarenga, “a parceria da Globo Filmes com as produtoras independentes ofereceu ao conglomerado de mídia uma forma rápida de consolidação territorial de novos mercados, seguindo uma tendência mundial criada pelas franquias cinematográficas” (MASSAROLO e ALVARENGA, 2010, p. 4).

No Brasil, a Globo Filmes é o principal expoente do processo contemporâneo de

⁶⁸ Em um primeiro momento, a Globo Filmes seria produtora e distribuidora de conteúdo.

entrecruzamento entre os meios audiovisuais nacionais. A empresa é um signo/sintoma do fenômeno mundial da globalização capitalista e uma estratégia de inserção global e fortalecimento do produto nacional no mercado transnacional. A Globo Filmes desenhou as primeiras políticas de deslocamento de fronteiras entre cinema e televisão no Brasil ao criar uma metodologia própria para produção de produtos declaradamente híbridos, móveis e de trânsito com destaque midiático e de público e renda. Pedro Butcher reflete sobre o processo histórico da relação televisão e cinema no Brasil:

Negligenciada pela mediação do Estado e atravessada por uma desconfiança mútua de ambas as partes, a relação entre cinema e televisão no Brasil sempre foi caracterizada pelo distanciamento. Enquanto a TV se erguia no cenário audiovisual, não houve, por parte dos profissionais de cinema, esforços significativos para uma aproximação efetiva. Por sua vez a emissora de televisão que se firmou como hegemônica no país – a TV Globo – não investiu na produção de longas-metragens nem incorporou de maneira sistemática filmes brasileiros à sua grade de programação, com raras e breves exceções. Por isso, em 1998, quando a TV Globo anunciou, depois de mais de 30 anos de existência, que estava criando uma divisão voltada para coprodução de filmes para cinema, evidenciou-se que uma nova etapa da relação entre cinema e TV no Brasil havia começado (idem, p. 10).

O departamento de cinema da TV Globo abalou os lugares discursivamente estabelecidos e marcou uma nova etapa de fazer e pensar cinema e televisão no Brasil. A Globo Filmes pode ser apontada como a protagonista de um processo, ainda em curso, que estabelece novas práticas produtivas e estéticas de planejamento interdependente entre os meios audiovisuais no país.

A Globo Filmes atua no mercado de três maneiras diferentes: como coprodutora, o que ocorre na maioria dos casos; como apoiadora, ou seja, responsável principalmente pela divulgação da obra; e como produtora, situação bem menos frequente, visto que neste caso o grupo não pode, por força da legislação, captar recursos externos porque é detentor de uma concessão de televisão (SANGION, 2011).

A dinâmica de trabalho da Globo Filmes é peculiar e cumpre de maneira eficaz os seus objetivos. A empresa, na maioria dos casos, não investe dinheiro nas produções que coproduz, mas garante espaço na mídia no momento do lançamento. Esse espaço varia de acordo com a porcentagem da participação da Globo Filmes no contrato, além do tamanho potencial do filme. A obra audiovisual conta com a estrutura da emissora para sua promoção e divulgação em escala nacional. Uma produção cinematográfica coproduzida pela Globo Filmes pode sofrer interferência em todas as fases do projeto:

roteiro, escolha de elenco, corte final, escolha do título, campanha de lançamento, entre outros. Em contrapartida, a Globo Filmes, ao se tornar coprodutora através do investimento em mídia nacional, tem direito a percentual de receita de bilheteria do filme.

A parceria com a Globo Filmes pode acontecer em todas as etapas da produção, inclusive em filme já finalizado. Porém, a preferência está em estabelecer contratos ainda em fase do roteiro, para acompanhar o desenvolvimento do projeto de perto. Segundo Carlos Eduardo Rodrigues, então diretor executivo da Globo Filmes:

Quando se fala em participação da Globo Filmes em um sucesso, só se presta atenção na mídia, enquanto o processo é bem mais abrangente. Temos participação ativa desde o momento em que escolhemos o projeto até hora do lançamento. Estamos interessados em obras de conteúdo nacional, de qualidade e potencial popular (...) A parceria que a gente propõe ao cinema é essa: desenvolver projetos que aproximem o público brasileiro do nosso cinema, criem o hábito de ver filmes nacionais, assim como a TV aprendeu a acompanhar e entender o gosto dos brasileiros (FILME B, 22 abril 2003, p. 1).

A entrada da Rede Globo no mercado cinematográfico tem relação direta com a fase pela qual passa o cinema nacional: aumento de títulos nacionais lançados e crescimento de público, renda nas salas de exibição comercial. A Globo Filmes confere novas dinâmicas no mercado cinematográfico, que de um lado gera aumento de números absolutos (público e renda), e de outro gera uma enorme concentração e desigualdade no mercado. Os filmes realizados em coprodução com a Globo Filmes são responsáveis pela concentração agressiva de público e bilheteria.

Até 2012 a Globo Filmes participou de mais de cem títulos nacionais e está envolvida na maior parte dos filmes que alcançaram mais de um milhão de espectadores. As informações do mercado demonstram o sucesso de política da empresa. Das dez maiores bilheterias do cinema nacional, de 1995 a 2012, a Globo Filmes teve participação nos dez filmes.

Dez maiores bilheterias do cinema nacional – 1995 – 2012

	Título	Lançamento	público total
1	TROPA DE ELITE 2	2010	11.204.815
2	SE EU FOSSE VOCÊ 2	2009	6.137.345
3	DOIS FILHOS DE FRANCISCO	2005	5.319.677
4	CARANDIRU	2003	4.693.853
5	NOSSO LAR	2010	4.060.000
6	SE EU FOSSE VOCÊ	2006	3.644.956
7	DE PERNAS PRO AR	2011	3.563.723
8	ATÉ QUE A SORTE NOS SEPARE	2012	3.432.161
9	CHICO XAVIER	2010	3.414.900
10	CIDADE DE DEUS	2002	3.370.871

Fonte: Filme B.

O modelo de produção da TV Globo, no qual ela produz quase tudo o que exhibe, é contrastante com o modelo cinematográfico nacional que carece de capacidade produtiva e de difusão. Somado a isso, a velocidade da produção da televisão se diferencia do modelo de produção de cinema no país. A atuação da Globo Filmes é, portanto, uma espécie de *know how* da visão industrial e comercial dos produtos audiovisuais, traduzindo-se em uma intervenção direta no projeto do filme.

A Globo Filme se torna um dos grandes agentes do cinema nacional a partir dos anos 2000. Para além dos elos clássicos (produtor, distribuidor e exibidor), a empresa se apresenta como um dos agentes de destaque para o sucesso comercial do filme. A empresa entra no cenário cinematográfico brasileiro com o objetivo de contribuir para o fortalecimento da indústria audiovisual brasileira, aumentar a sinergia entre o cinema e a televisão e afirmar a hegemonia da TV Globo no audiovisual nacional e internacional.

O referencial televisivo adquire novos horizontes e se apresenta de modo explícito na filmografia brasileira a partir do final dos anos 1990. Segundo Butcher, todos os filmes lançados a partir dos anos 1990 não escapam a esse novo referencial (2005). Pode-se observar tanto adesões quanto reações à nova hegemonia que se formou no espaço audiovisual brasileiro, o “padrão Globo de qualidade”.

Muitos realizadores criticaram e desqualificam a metodologia e os produtos gerados pela Globo Filmes. A fórmula padronizadora, excludente e centralizadora da Globo Filmes foi e ainda é muito criticada. Um dos maiores questionamentos refere-se ao fato de a empresa promover apenas pequenas adaptações para levar produtos da sua grade televisiva para o cinema e vice-versa, sem atentar para cuidados estéticos e de linguagem. O modelo privado voltado para o filme comercial da empresa acabaria por

restringir o espaço artístico e experimental do cinema e estabelecer um único formato de audiovisual nacional referenciado na TV Globo.

Além disso, a empresa foi acusada de burlar a lei ao associar-se a outros produtores, para dessa forma conseguir recursos externos, principalmente por meio da lei de incentivo ao audiovisual. Por outro lado, cada vez mais realizadores e produtores buscam a empresa como parceira apostando na sua capilaridade de divulgação e promoção nacional e, conseqüente sucesso de público e renda do filme. Não resta dúvida que a empresa foi uma das grandes responsáveis por levar o público para dentro das salas de cinema para ver produto nacional.

A Globo Filmes instituiu uma metodologia de execução de ações de entrelaçamento entre cinema e televisão no Brasil e gerou intenso debate no espaço audiovisual brasileiro e abalou fronteiras rigorosamente construídas entre os meios.

A atuação da política da Globo Filmes suscitou debates importantes sobre a relação entre os meios e colocou a discussão na agenda estatal. A atuação da Globo Filmes incorporou novos processos de produção e consumo que desassossegam as velhas matrizes culturais e embaralha as gramáticas discursivas originadas de meios audiovisuais segmentados.

Séries que viram filmes... e os filmes que viram séries...

O aprofundamento das interfaces entre cinema e televisão nos conteúdos audiovisuais brasileiros pode ser observado em séries ou programas exibidos na TV Globo que viraram filmes. Essa transposição torna-se frequente e se impõem como um novo modelo produtivo para o planejamento audiovisual brasileiro nos anos 2000.

Certamente, a multiplicação de possibilidades tecnológicas da produção da imagem e as diversas possibilidades geradas pela tecnologia digital também subsidiam essa ressignificação simbólica. Nas palavras de Figueirôa:

[A tecnologia digital] abre, também, novos campos de produção cultural, que se caracterizam pelo lugar da representação audiovisual e do sujeito espectador, uma vez que os dispositivos fotográficos e eletrônicos não são mais vistos como opostos, mas complementares, formando novos recursos imagéticos e construindo sentidos em que o mais importante é estabelecer espaço de linguagem e experimentação estética, capaz de dissolver o antagonismo entre cinema e televisão (FIGUEIRÔA e FECHINE, 2008, p. 165).

O Auto da Compadecida (1999) é a obra pioneira de um novo tipo de produção e experiência audiovisual que tem a circularidade como recurso. *O Auto* é a primeira

experiência comercial e popular que rompe com o formato tradicional de linguagem e a hierarquia das janelas de exploração audiovisual, e impõe novas possibilidades geradas pela hibridação cinema-televisão.

O Auto da Compadecida cumpre papel estrelar na reinvenção do audiovisual brasileiro. A adaptação de uma obra teatral, marcadamente regional, para a TV Globo e depois reeditada para o cinema evidencia uma nova experiência e estratégia de produção no mercado audiovisual brasileiro que abala a cadeia produtiva e a circulação do audiovisual brasileiro nos anos 2000.

No projeto *O Auto da Compadecida*, Guel Arraes subverte a cadeia tradicional do audiovisual ao levar um produto exibido na televisão para o cinema. Como essa estratégia torna evidente o deslocamento das fronteiras entre os meios e também as hierarquias das janelas de exibição, já que tradicionalmente se exhibe o produto no cinema e depois na televisão aberta.

Figueirôa afirma, entretanto, que a transformação da minissérie de *O Auto da Compadecida* em filme “tem como finalidade essencial facilitar a mediação do processo de leitura da obra exibida no cinema de modo a diferenciá-la da leitura para a televisão” (FIGUEIRÔA e FECHINE, *idem*, p. 163). O diretor respalda a diferenciação dos lugares de leituras:

(...) Para muita gente, *O Auto*, no cinema, foi uma coisa inteiramente nova. Isso só mostra que, na televisão, às vezes, a gente “vê e não vê”. Se ficasse só na TV, teria sido só mais um excelente programa; no cinema, virou uma interpretação clássica de um clássico de Ariano Suassuna. No entanto era a mesma coisa. O cinema cria uma outra relação (ARRAES in Figueirôa e Fachine, *ibidem*, p. 321).

Os lugares de distinção não são apagados do imaginário, mas se tornam deslocados e frágeis. Para Figueirôa: “Guel Arraes está entre os realizadores que desejam negar definitivamente a existência de limites entre o cinematográfico e o televisivo” (FIGUEIRÔA e FECHINE, *ibidem*, p. 147).

A renomada peça de Ariano Suassuna foi adaptada pelo diretor Guel Arraes para produção de uma minissérie televisiva toda filmada em película. Esta foi exibida em quatro capítulos, com duração de duas horas e trinta e sete minutos, em 1999. Um ano mais tarde, a partir do mesmo material da minissérie, foi realizada uma versão de uma hora e vinte e quatro minutos que foi levada às salas de cinema. Esses dois produtos foram comercializados no mercado de DVDs em uma mesma caixa. A exibição desses produtos suscitou a discussão sobre a existência ou não de linguagens distintas para os

dois meios⁶⁹. A exibição da obra foi um grande sucesso de público e crítica, tanto na televisão quanto no cinema. O diretor explica o processo do *Auto*:

Topei, estimulado pelo Daniel Filho, fazer todo o trabalho em película, já pensando no cinema, ainda que fosse a última coisa que eu fizesse na emissora. E “sem querer querendo”, o projeto nos deu ânimo e criou uma estratégia nova que, no final, deu muito prestígio ao grupo e à televisão. No caso de *O Auto*, o filme é, de certo modo, um subproduto da televisão porque passou lá primeiro. No entanto, foi muito elogiado, foi um sucesso de público, foi bom até para a estima da TV, com todo o debate que gerou. Considero que fizemos, então, dois gols porque *O Auto* tanto deu ânimo para o nosso trabalho na televisão, quanto ajudou na criação de uma nova estratégia da Globo Filmes, que deslanchou depois disso. A Globo Filmes não se propunha originalmente a fazer isso: a transformar projetos de minisséries em filme. A idéia era produzir cinema de roteiro original. Essa associação da Globo Filmes com a televisão foi totalmente fortuita. Surgiu dessa percepção de que se podiam fazer coisas na televisão que não eram descartáveis. Hoje, muitos trabalhos na TV já são feitos em filmes, pensando em desdobramentos (ARRAES, in Figueirôa e Fachine, ibidem, p. 315).

O filme, apoiado por uma intensa campanha de mídia da TV Globo, confirmou o potencial da Globo Filmes de posicionar seus produtos no mercado cinematográfico brasileiro. Em 2000 *O Auto da Compadecida* estreou em 95 salas de cinema e chegou a ter 199 cópias em circulação, atraindo mais de 2,1 milhões de espectadores às salas de cinema. Foi encarado como um sucesso surpreendente já que a obra já havia ido ao ar na TV Globo.

A transformação da minissérie de Guel Arraes em longa-metragem foi o primeiro grande projeto da Globo Filmes de borramento e circularidade das fronteiras entre televisão e cinema. *O Auto da Compadecida* inaugura um novo modelo produtivo protagonizado pela mediação entre cinema e televisão que ressignifica os espaços midiáticos audiovisuais no país.

O bom retorno comercial de *O Auto da Compadecida* abriu caminhos para outras experiências semelhantes de concepções de produtos ficcionais propostos ao mesmo tempo para a televisão e cinema. Assim, os produtos já deveriam ser pensados desde o início para circular na televisão e no cinema; deveriam ser em última instância “dois em um”. Foi assim que Guel Arraes desenvolveu o projeto *A invenção do Brasil* (2000) que foi remontada e lançada com êxito como obra cinematográfica em 2011 com o título *Caramuru: A invenção do Brasil*.

⁶⁹ Guel Arraes realizou outra série, *A invenção do Brasil* (2000), com equipamento HDTV, que também foi transformada em filme, com o título de *Caramuru – A invenção do Brasil* (2001), exibido em película nas salas.

Seguindo esse modelo, mas com uma nova proposta, está o formato desenhado pela TV Globo de levar a narrativa e elenco da série de televisão, em uma trama original, para o cinema. Ao mesmo tempo em que o produto cinematográfico é uma continuidade do seriado também pode ser lido como uma obra separada e única. São exemplos *Os normais*, *A mulher invisível*, *A grande família* e *Ó pai, ó, Antônia, Cidade dos Homens* entre outros. O formato de série que vira um filme original atrai os telespectadores que acompanham os programas na televisão, por meio da política do reconhecimento, ao mesmo tempo em que está comprometido com a criação de um produto original. Esse modelo tende a minimizar os riscos de fracasso de público no cinema justamente pela cumplicidade e familiaridade já conquistada no meio televisivo. Essas experiências são novas e sinalizam como a televisão, principalmente a TV Globo, vem capitaneando e protagonizando os processos circulares e convergentes no audiovisual brasileiro, abalando as demarcações distintivas entre cinema e televisão.

A comédia baseada em elementos herdados do humor televisivo – o que Guilherme de Almeida Prado chamou no Festival de Tiradentes de “globochanchadas” – se consolida como destaque deste encontro entre cinema e televisão no país. No catálogo da mostra *Cinema brasileiro, anos 2000, 10 questões*, Eduardo Valente reflete:

A referência à Rede Globo, não é gratuita, já que não apenas quase todos os diretores destas comédias são oriundos da empresa (Jorge Fernando, José Alvarenga, Wolf Maia, e principalmente Daniel Filho). Como invariavelmente seu elenco é formado por rostos conhecidos da telinha em personagens que se assemelham com as que criaram nesta (VALENTE, *ibidem*, p. 27).

Mais recentemente há um outro modelo de cadeia e circuito produtivo também protagonizado pela TV Globo de transformar longas-metragens em microsséries para a televisão. São filmes já lançados no circuito de exibição comercial que são reeditados para virar microsséries. *O Bem Amado* de Guel Arraes foi exibido no cinema em 2010 e como minissérie na TV Globo em 2011. O filme, levado ao ar em quatro capítulos, foi reeditado e ganhou vinte e seis minutos a mais do que os cento e sete originais feitos para o cinema, com novo ritmo e maior destaque das tramas paralelas.

O filme *O Bem Amado* foi idealizado para atender a dois formatos, cinema e televisão. O diretor Guel Arraes já havia feito o caminho inverso com as minisséries *O Auto da Compadecida* e *A invenção do Brasil*, primeiro exibidas na televisão e depois adaptadas para as telas do cinema. Este movimento faz com que o produto atinja públicos diferentes e amplia seu circuito de exploração comercial.

Chico Xavier (2010) de Daniel Filho foi outro projeto que deslizou entre cinema e televisão com uma extensão do filme para a televisão em formato de minissérie. Assim como o Bem Amado, a versão para televisão apresentou cenas inéditas e contou com uma hora a mais de conteúdo audiovisual do que o formato original, longa-metragem.

Xingu de Cao Hamburger (2012) foi exibida em quatro episódios na TV Globo em horário nobre em 2012. O filme é uma produção da O2 Filmes com a Globo Filmes e a edição para a televisão privilegiou a agilidade, com mais ganchos emotivos, teve cenas inéditas, além de narração feita por João Miguel. Apesar de não ter sido bem-sucedido nas bilheteiras, *Xingu* foi muito elogiado pela crítica de cinema especializada.

Repetindo modelo, *Gonzaga, de pai para filho* de Breno Silveira (2012) teve sua versão de minissérie de quatro episódios em 2013 para a TV Globo após sua carreira nas salas de cinema. A superprodução da Conspiração Filmes foi reeditada e exibida pela TV Globo como comemoração ao centenário de nascimento de Luiz Gonzaga. Seguindo o mesmo modelo, os filmes lançados em 2013, *Serra Pelada* de Heitor Dhalia e *O tempo e o vento* de Jayme Monjardim, foram transportados para a TV Globo, como séries de quatro e três capítulos respectivamente em 2014.

Esse modelo produtivo inaugurado e institucionalizado pela TV Globo está diretamente ligado à atuação da Globo Filmes. Os filmes-séries foram coproduzidos pela Globo Filmes em uma tentativa institucional de integração cinema e televisão.

Mas não foi só a TV Globo que se utilizou da dupla filme-série. O documentário longa-metragem *Vou rifar meu coração* (2011) de Ana Rieper fez carreira no cinema (circuito de festivais e salas de exibição comercial) e foi transformado em série do Canal Brasil (2013).

A série, coproduzida pelo Canal Brasil, é fruto de nova edição e cenas inéditas do documentário exibido nos cinemas. O programa de televisão, como o filme, apresenta o universo da música popular romântica, explorando a riqueza particular do gênero e seus principais representantes. A série teve seis episódios divididos em temáticas: Música de Cabaré; Amor Romântico e Amor Erótico; Mocinhas e Machões; Amor de Beira de Estrada; 100% Cornagem; e Música Popular do Brasil.

Essa experiência produtiva opera em uma teia de estratégias: oferece conteúdo de origem cinematográfica para um meio popular como a televisão, amplia o público de filmes nacionais, quase que restritos ao mercado exibidor cada vez mais excludente e elitizado de salas de cinema e alarga o circuito de exploração comercial da obra,

gerando maior retorno financeiro. Para Valente, “este caminho demonstra uma visibilidade e atrativo comercial de produtos originários do cinema nacional sendo afirmada pela janela mais lucrativa e popular do audiovisual (a TV aberta), algo bastante raro” (VALENTE, *ibidem*1, p. 70).

Os filmes-séries têm enorme vantagem comercial pois o produto já é reconhecido pelo público. Como afirma Fechine, o apelo à familiaridade está na base do que ela denomina de “transmediação à brasileira” liderada pela Rede Globo (FECHINE, 2009). Assim além da série e do filme, há os desdobramentos comerciais como caixas de DVDs, trilhas, livros que ressignificam e ampliam a circularidade e consumo dos produtos. Esse processo faz parte do projeto de reinvenção do audiovisual nacional que é pautado pela economia global da convergência e moldado pelas condições estruturais brasileiras.

Se comparado com o mercado americano, onde estão estruturados os grandes conglomerados de entretenimento de alcance mundial, essa iniciativa brasileira de dobradinha série-filme, pode parecer tímida e frágil, no contexto interno ela representa uma mudança importante que abala estruturas produtivas e discursivas historicamente formadas.

Micro ou minisséries da TV Globo com tempo-espço cinematográfico...

Outras experiências dos anos 2000 mexem e alteram as cadeias e circuitos produtivos tradicionais. As micro ou minissérie da TV Globo que incorporam o modelo produtivo cinematográfico são uma importante mudança no espaço audiovisual brasileiro nos anos 2000. As produções televisivas como *A Pedra do Reino* (2007) e *Amores Roubados* (2014), exibidas no horário das 23h, deixam pistas de um atravessamento ao se utilizarem de um modelo de produção mesclado (entre cinema e televisão).

A microsérie, *A Pedra do Reino*, de Luiz Fernando Carvalho, exibida em 2007 pela TV Globo, é um projeto televisivo pautado pela explosão da intermediação cultural. A produção foi uma homenagem aos oitenta anos do escritor nordestino Ariano Suassuna, autor do livro-base o romance *A Pedra do Reino e o Príncipe do Sangue do Vai-e-Volta*. A trama foi exibida entre 12 de junho a 16 de junho de 2007.

A Pedra do Reino marca o início de um conjunto de quatro microsséries brasileiras que integram a primeira fase do *Projeto Quadrante*. A cargo de Luiz Fernando de Carvalho (*Os Maias* e *Hoje é dia de Maria*), o *Projeto Quadrante* tem

como proposta valorizar o imaginário brasileiro, contando o país através de releituras de obras clássicas da literatura de autores de diferentes regiões do Brasil. As quatro primeiras obras realizadas pelo *Quadrante* são: *A Pedra do Reino*, de Ariano Suassuna (PB); *Capitu*, a partir de *Dom Casmurro*, de Machado de Assis (RJ); *Dançar Tango em Porto Alegre*, de Sérgio Faraco (RS); e *Dois Irmãos*, de Milton Hatoum (AM).

Segundo Luiz Fernando Carvalho, a cultura nacional, no *Projeto Quadrante*, é fator essencial para a construção da identidade e desenvolvimento da nação, por transportar a literatura para um veículo de massa e por apresentar uma nova proposta de televisão no Brasil. “A literatura é um universo amplo, que dá margem a mil interpretações”. O diretor afirma que o principal objetivo do projeto é negar o clichê e levar à televisão uma nova imagem da brasilidade, que vai além do eixo Rio-São Paulo. “Um sentimento que me toca muito é esse, o do desperdício da nossa cultura; o país é o conjunto, é uma unidade, mas é fruto de uma grande miscigenação” (Site G1, acesso em 10.06.07) (BAHIA, 2012).

Para Renato Cordeiro Gomes, há uma nova rapsódia, em tempos de mundialização da cultura, que, com a mediação da televisão, cria uma narrativa formada de referências da literatura brasileira que se mesclam com imagens midiáticas: “a televisão seria o novo rapsodo de uma cultura híbrida e heterogênea” (GOMES, 2006, p. 3).

A Pedra do Reino, filmada em 16 mm e finalizada em alta definição, foi adaptada por Braulio Tavares, Luís Alberto de Abreu e Luiz Fernando Carvalho – que também assinou a direção da trama. A microsérie foi viabilizada como uma coprodução entre a TV Globo e a produtora independente Academia de Filmes. É, portanto, uma produção que foge às regras tradicionais da televisão brasileira.

A produção da microsérie rompe com a narrativa realista dominante da TV Globo e imprime uma estética não usual na televisão brasileira. Os elementos visuais da obra se aproximam do que se reconhece por linguagem cinematográfica e teatral. O diretor, no entanto, recusa a ideia de que esteja fazendo cinema na televisão. Luiz Fernando considera que *A Pedra do Reino* é sim televisão, mas uma outra televisão bem distanciada do excesso de naturalismo habitual, e declara que se fosse adaptar a obra para o cinema faria de forma diferente. Assim como Bakhtin, o diretor defende que a linguagem é um campo de batalha social, o local onde os embates são travados tanto pública quanto intimamente.

As ponderações do diretor sobre as fronteiras entre a televisão e o cinema transbordam e abalam os discursos sobre o que é cinema e o que é televisão. O processo de pré-produção, produção e filmagem da microsérie, que se assemelha ao processo cinematográfico, serviu como uma imersão no universo de Ariano do nordestino, do sertanejo e do brasileiro. O diretor e toda sua equipe passaram três meses no sertão, na cidade onde se passa a história, Taperoá (PB), se preparando para as filmagens. Cerca de 300 pessoas estavam envolvidas no projeto e moradores locais participaram da obra, fosse como figurantes, artesãos, cabeleireiros etc.

Estar no sertão foi fundamental para a preparação de tudo. O território é a semente. É como se tivéssemos entrado no espaço da ancestralidade. Não é só do autor, Ariano, mas dos atores, que são todos nordestinos. Caminhei no sentido inverso da ideia de folclore, até mesmo de regionalismo. Não há regionalismo, há o Sertão. Ao mesmo tempo esse Sertão tem profundas relações com a Península Ibérica, com a Espanha de Cervantes, de Garcia Lorca, com o Mediterrâneo, com o mundo árabe. O Sertão é um mundo, um estado de alma que não depende necessariamente de uma geografia (CARVALHO, Revista Rolling Stones, maio 2007, p.48).

Taperoá recebeu duzentos e cinquenta pessoas da equipe, entre profissionais das diversas áreas de produção e os cerca de sessenta atores escalados para a minissérie. O elenco de *A Pedra do Reino* é formado, essencialmente, por atores nordestinos, em grande parte escolhidos após pesquisas e testes nos principais centros culturais do Nordeste. Todos com as mais diversas origens artísticas, desde integrantes de grupos de teatro de rua a profissionais com passagens pelo cinema e larga experiência teatral, que nunca haviam feito televisão e, por isso, desconhecidos do grande público. A começar pelo intérprete do narrador Quaderna, o ator Irandhir Santos, que estreou em televisão nesta minissérie (MEMÓRIA GLOBO).

Luiz Fernando Carvalho potencializa a experiência ao levar a microsérie na íntegra para as salas de cinema digital de alta resolução. Os episódios foram exibidos em sete estados no circuito exibidor de arte, como programação especial. A exibição foi acompanhada de debates com o diretor, equipe e elenco após a sessão. Foi a primeira vez que uma série de TV migrou para o cinema conservando seu formato original. As exibições tiveram sessões divididas em duas partes: episódios 1, 2 e 3, intervalo, episódios 4 e 5. Os espectadores puderam assistir as sessões em sequência ou em dias distintos, conformando uma nova experiência audiovisual. As exibições em salas digitais, em um curto intervalo de tempo desde a transmissão na televisão, foram possíveis porque toda a pós-produção da série foi realizada com tecnologia digital de

alta definição. Foram 14 exibições o que somou um total de 1.220 espectadores nas salas de cinema.

A sucessão de obras geradas a partir do livro de Suassuna – a adaptação para a televisão, o lançamento nas salas de cinema, o lançamento do DVD e do CD, e os dois livros gerados a partir da microssérie – escancara a intermediação contida nas expressões contemporâneas. Os livros de Luiz Fernando Carvalho, produzidos a partir da microssérie, lançados pela Editora Globo - um estojo reunindo o caderno de filmagem com seis livros, que traz o roteiro separado por capítulos e um diário de filmagens além do livro de fotografias -, têm como principal objeto a imagem.

Ambos os livros são diagramados de forma a privilegiar a imagem, a letra, as anotações e rabiscos do diretor, oferecendo ao leitor uma visão íntima do processo de criação. Através da organização sensorial dos desenhos, declarações e fotos pessoais, o leitor saberá como se deu o processo de criação com os talentos locais, que resultou numa aventura que se quer tão fantástica e poética quanto o próprio universo de Ariano Suassuna. O apelo visual do projeto gráfico leva o audiovisual para dentro das páginas do livro. Essas publicações são por si próprias obras híbridas pela tendência visual do projeto, que tiram partido do audiovisual. O livro de fotografias de Renato Rocha Miranda se desdobra em dois livros conjugados: um com o registro em preto e branco do minucioso trabalho de preparação dos atores; outro com a documentação em cor das filmagens. “A fronteira entre os tipos de bens culturais se torna cada vez mais tênue com a hibridação dos produtos e dos meios de veiculação pela mídia na sociedade do consumo” (BAHIA, idem).

Mais recentemente a minissérie *Amores Roubados*, 2014, se destacou junto à crítica e ao público. A minissérie teve a e maior repercussão/audiência nos últimos anos, com vinte e cinco pontos de audiência no Ibope. Produzida pela TV Globo, a minissérie *Amores Roubados* de José Luiz Villamarim, teve como fonte de inspiração o romance de Carneiro Vilela *A emparedada da Rua Nova* que retrata a sociedade pernambucana do século XIX.

Amores Roubados optou pela estratégia de misturar atores pouco conhecidos do grande público, de origem do cinema e teatro, como Irandhir Santos e Jesuíta Barbosa, com atores midiáticos como Murilo Benício, Patrícia Pillar, Cauã Raymond e Isis Valverde. A minissérie contou com roteiro de George Moura e com Walter Carvalho, uma grife do cinema com mais de oitenta títulos no currículo, na direção de fotografia e câmera - algo incomum na televisão, onde a câmera é operada por outros técnicos.

Ainda quebrando a tradição da produção televisiva, a minissérie teve cerca de setenta por cento de gravações externas - nas cidades de Petrolina, em Pernambuco, e Paulo Afonso, na Bahia - onde a equipe de produção esteve por três meses para as filmagens. A produção da minissérie de dez capítulos levou cerca de um ano— desde a pré-produção – até ir para ar, processo longo e pouco usual para produtos televisivos. As críticas responderam positivamente a essas fugas ao modelo tradicional:

Nesta noite em que vai ao ar o décimo e último capítulo de "Amores Roubados", desconfio que alguém na Globo deve estar se perguntando: o que esta minissérie tem que outras semelhantes não tiveram?

O trabalho da dupla José Luiz Villamarim, diretor-geral, e George Moura, autor, repetiu um padrão de qualidade já visto em outros projetos especiais da emissora, mas alcançou algo mais.

Na métrica mais fácil de compreender, a do Ibope, "Amores Roubados" termina com índices surpreendentes, mesmo sofrendo, no meio do caminho, brusca alteração no horário de exibição. A série ficou bem acima da média tanto ao ser exibida depois de "Amor à Vida" quanto, posteriormente, quando passou a ir ao ar só após o "BBB"(...)

Não deveria, mas ainda surpreende estar diante da televisão nestes momentos em que ela faz a opção pelo menos óbvio —quando o texto dito por atores mais sugere do que afirma, a câmera evita closes e prefere mostrar o movimento dos personagens no espaço e, igualmente importante, não há aquela obsessão em preencher os vazios com ação desnecessária ou uma música qualquer.

Nestes momentos em que o produto resulta em algo distante da pasteurização geral, com uma cara original, a TV mostra a sua força. E o público responde positivamente (FOLHA DE SÃO PAULO, Ilustrada, 17.01.2014).

Amores Roubados trabalhou nos deslizamentos e fissuras entre a cultura de elite e massiva e por isso cooptou um público espectador que surpreendeu até mesmo a emissora. Devido ao sucesso foi lançada em DVD e bluray para o consumo doméstico.

A mistura de uma produção televisiva com modelo cinematográfico – escolha de elenco, perfil de profissionais, número de equipe, tempo de produção e filmagem - ainda tem espaço restrito na televisão brasileira, mas essas brechas já indicam uma necessidade interna do meio de se legitimar através da inovação que traz críticas positivas e, às vezes, retorno de público. Segundo Daniel Filho:

Quando se faz uma minissérie que vai ao ar num horário tardio, bem depois das novelas, ela custa mais caro. Numa conta na ponta do lápis, não seria um produto muito rentável: os capítulos custam pelo menos três vezes mais do que um capítulo de novela, ficando menos tempo no ar e reduzindo a possibilidade de se ganhar dinheiro com merchandising e comerciais. Mas, por outro ângulo, dá prestígio, o que é bom para a rede como um todo. Portanto, emissoras que

dependem do dinheiro que entra no dia a dia não podem bancar produtos como esse (FILHO, 2003, p. 85).

Estes exemplos de processos evidenciam o embaralhamento das demarcações de poder que se tornam pouco compatíveis com o cruzamento multimidiático e multicultural, que leva ao redimensionamento do culto, do popular e do massivo. Também evidenciam a reelaboração dos modos de produção, dos públicos e do consumo diante dos desencaixes e da fluidez contemporânea que abalam as estruturas e os lugares hierarquicamente estabelecidos.

Séries de produtoras independentes na televisão...

As coproduções de produtoras independentes com a televisão revelam mudanças discursivas e criativas e apontam novas oportunidades para o mercado audiovisual brasileiro. A TV aberta, com seu modelo endógeno de produção, cede e realiza parcerias com algumas poucas produtoras independentes, gerando produtos de produção mesclados. Importante sublinhar que a entrada de produtoras independentes na programação televisiva ainda é pontual e não uma prática consolidada. Mas estas experiências conformam mudanças estruturantes e fazem parte do projeto de reinvenção do espaço audiovisual brasileiro.

Citarei aqui exemplos deste modelo produtivo que vem alterando as cadeias e circuitos produtivos das produtoras independentes e canais de televisão. Não irei fazer um mapeamento dessas produções e sim apontar exemplos ilustrativos para compreensão conjuntural do cenário de mudanças nos anos 2000.

A TV Globo, aos poucos, abre lacunas para produtoras como O2 Filmes, de Fernando Meirelles, e a Casa de Cinema de Porto Alegre, de Jorge Furtado. Essas duas produtoras apresentam alguma frequência de presença na TV Globo se consolidando como destaques desse processo junto à emissora

Com doze capítulos, a minissérie *Som & Fúria*, de Fernando Meirelles, foi exibida em 2009 e é uma coprodução da TV Globo com a produtora O2 Filmes. *Som & Fúria* é uma adaptação da série canadense *Slings and Arrows*, criada por Susan Coyne, Mark McKneey e Bob Martin que mostra o cotidiano de uma companhia teatral paulista, habituada a montar clássicos, em especial Shakespeare. A trama gira em torno das relações vividas por seus integrantes dentro e fora do palco.

As filmagens da minissérie, captada e exibida em HDTV, levaram cerca de

quatro meses, e envolveram cento e vinte atores, cinco diretores, três diretores de fotografia e duas câmeras simultâneas. O elenco contou com Felipe Camargo, Pedro Paulo Rangel, Andrea Beltrão, Juliano Cazarré e muitos outros atores contratados da TV Globo e atores desconhecidos.

Com produção da O2 filmes, atores da TV Globo e de fora da emissora e supervisão artística da TV Globo, a série não obteve bons índices de audiência, mas foi bem aceita pela crítica:

Som & Fúria não é apenas um programa bem produzido, com atores bem dirigidos, ótima trilha sonora, roteiro bem amarrado, edição dinâmica, fotografia, figurinos e direção de arte impecáveis, personagens cativantes, elenco de primeira --seja do teatro, seja da TV. Sua importância está no fato de discutir, na própria TV, de forma bem humorada, inteligente e, mais importante, não hermética, o papel do teatro no atual panorama das artes cênicas brasileiras (FOLHA DE SÃO PAULO, Ilustrada, 24.07.09).

A minissérie ganhou uma versão para o cinema que condensou os episódios do original em uma nova edição. Assinada por Fernando Meirelles e Toniko Melo, a montagem estreou em apenas uma sala em São Paulo. A minissérie ainda foi lançada pela TV Globo em DVD e bluray pela Globo Marcas ampliando seu circuito de exploração comercial.

Decamerão, a comédia do sexo, 2009, de Jorge Furtado, foi uma coprodução da Casa de Porto Alegre com a TV Globo e foi gravado em película, em rolos de 16 milímetros. A microssérie foi inspirada nas temáticas e novelas toscanas presentes no livro *Decamerão*, escrito pelo italiano Giovanni Boccaccio entre os anos 1.348 e 1.353.

Juntamente com Guel Arraes, Carlos Gerbase e Adriana Falcão, Furtado escreveu os roteiros dos quatro episódios. Os diálogos da minissérie são em verso e se distanciam do realismo, o que a princípio poderia gerar estranheza no espectador. Para Furtado: “Ninguém fala em verso. O teatro foi poesia até o século 18, com Molière, Racine, Shakespeare. O teatro sem verso é uma novidade, tem 200 e poucos anos. A métrica já dá um tom que me interessa, de não ser realista” (FOLHA DE SÃO PAULO, Ilustrada, 31.07.09).

Seguindo a cultura da Casa de Cinema de Porto Alegre de filmar no Sul, os quatro episódios do seriado foram gravados em meio aos parreirais da Serra Gaúcha, no Rio de Grande do Sul, em um ambiente que remetia ao período da imigração italiana, no século XIX. No elenco, Lázaro Ramos, Deborah Secco, Matheus Nachtengaele, Drica Moraes, Edmilson Barros, Daniel de Oliveira, Leandra Leal e Fernanda de Freitas.

Segundo Furtado, como alguns atores são mais acostumados "àquela interpretação naturalista da televisão", como a protagonista Deborah Secco, o desafio era "transformar o texto num negócio que não soasse como um recitativo". "O verso é só a cereja", conclui Adriana Falcão (FOLHA DE SÃO PAULO, Ilustrada, idem).

As duas produções ilustram o processo de abertura – gradual e pontual – da TV Globo para a coprodução com produtoras independentes. Ao aparecer visualmente a assinatura das produtoras independentes (marcas e logos) na telinha em uma emissora com a TV Globo, há que se pensar em um processo de mudança no mercado e no projeto de audiovisual nacional que supera as fronteiras entre cinema e televisão.

A TV Globo, ainda que de forma limitada, cede ao abrir espaço para produções externas em um histórico de produtos endógenos. Pois entende e reconhece a mediação e a colaboração - assumida e necessária - com o cinema para sobrevivência e desenvolvimento do conteúdo audiovisual nacional em um mundo globalizado e intercultural.

Na televisão por assinatura, a HBO foi um dos primeiros canais a investir em produção nacional independente. Escrita e dirigida por José Henrique Fonseca, da obra de Rubem Fonseca, a série *Mandrake* estreou em 2005, tornando-se a primeira série produzida pela HBO no Brasil. Produzido em parceria com a Conspiração Filmes, com um orçamento de R\$ 6,7 milhões, os oito episódios da primeira temporada contam com a direção de diferentes profissionais: José Henrique Fonseca (filho de Rubem e diretor de *O Homem do Ano*), Cláudio Torres, Toni Vanzolini, Carolina Jabor e Lula Buarque de Hollanda.

A produção tem ares de cinema: tem direção geral de José Henrique Fonseca, foi filmada em película, tem narração em *off* e tem elevado orçamento para produção televisiva. Ao mesmo tempo, busca a identificação do público com atores e personagens conhecidos como: Marcos Palmeira, Luiz Carlos Miéle, Alexandre Frota, o cantor Otto, Suzana Alves (antes conhecida como a Tiazinha), Paulo Cesar Pereiro, os atores-cantores Paulo Miklos e Seu Jorge, e o músico Fausto Fawcett entre outros.

.Em 2007 foi lançada a segunda temporada, composta de cinco episódios e em 2012 a terceira temporada com dois telefilmes. Os novos episódios trazem uma única história dividida em duas partes, com noventa minutos de duração cada uma. A produção da terceira temporada é da HBO Latin America em parceria com a Goritzia Filmes, nova produtora de José Henrique Fonseca. A HBO exibiu *Mandrake* para toda a

América Latina e a primeira temporada foi lançada no mercado de DVD, aumentando a circulação simbólica e a comercialização do produto.

Mais um exemplo da HBO é *Alice*, série brasileira com direção de Karim Aïnouz e Sérgio Machado e coprodução com a produtora independente Gullane. A primeira temporada, que contou com treze episódios, estreou em 2008. O que diferencia *Alice* das produções anteriores do canal é o fato de já ser lançada com uma temporada de treze episódios, sendo que cada episódio custou cerca de R\$ 1 milhão.

Outra característica marcante são suas credenciais artísticas. A direção geral foi entregue a dois dos cineastas brasileiros de destaque nos últimos anos: Karim Aïnouz e Sérgio Machado. Eles filmaram com duas câmeras de 16mm, como num longa. “Nossa sensação foi de ter filmado sete longas sem intervalos” (MACHADO, O Globo, Cultura, 21.09.2008).

Além da presença da dupla e da captação em 16mm, alguns detalhes aproximam a série da estética cinematográfica: foi filmada inteiramente em locações da cidade de São Paulo e com exceção de alguns poucos nomes conhecidos da televisão - como Eduardo Moscovis, Regina Braga, Tereza Raquel e Walderez de Barros, - o seriado aposta principalmente nas caras novas. No elenco, estão nomes do teatro e do cinema como Carla Ribas, Daniel Piepszyk, Juliano Cazarré e Denise Weinberg, além da protagonista Andréia Horta.

A crítica de Gustavo Leão evidencia o embaralhamento entre cinema e televisão provocado pela série:

As primeiras (e belas) imagens da selva de pedra de São Paulo não negam: "Alice" é puro cinema. Mas - vai entender? - também é televisão. A confusão, muito comum ao se falar de produções adultas da TV americana, vai dar o tom para quem assistir ao terceiro seriado nacional do canal HBO. Ambientada na maior metrópole brasileira, a série - que estréia neste domingo, às 22h, com sinal aberto para todos os assinantes da NET - é o mais definitivo esforço da emissora para implantar aqui o formato de produções estrangeiras como "A família Soprano". O que significa grandes investimentos, ousadia temática e o tal acabamento cinematográfico (O Globo, Cultura, 21.09.2008).

Dois telefilmes com noventa minutos cada deram continuidade à narrativa, em 2010. Assim como já havia acontecido com *Mandrake*, *Alice* foi exibida para toda a América Latina.

Outros canais da TV por assinatura também vem investindo em coproduções nacionais. O canal GNT lançou séries brasileiras que marcam um virada na política de programação. Esta estratégia foi testada, com sucesso, em 2012, com *Sessão de*

Terapia. A série, dirigida por Selton Mello, está na sua terceira temporada e é exibida de segunda a sexta, com episódios inéditos.

Em 2013 o canal GNT surpreendeu o público com o lançamento quase simultâneo de quatro séries brasileiras no intervalo de três semanas – *Copa Hotel*, *Canalhas*, *Surtadas na Yoga e 3 Teresas*. A diretora-geral do canal, Daniela Mignani, reconhece que os programas têm diferentes padrões de qualidade. “É uma tentativa hercúlea e árdua. É natural que se tenha uma carência de projetos de ficção. Porque não havia esse mercado. Quando você decide exibir seis séries, você esbarra numa série de dificuldades” (UOL ENTRETENIMENTO, 2013).

A ideia de lançar tantas séries ao mesmo tempo obedece a uma estratégia de programação: conseguir visibilidade. “Isso ajuda a criar uma percepção imediata. Uma série semanal, só ela, isolada, se perde na grade” (UOL ENTRETENIMENTO, idem).

A primeira experiência neste sentido foi a série *Sessão de Terapia* dirigida pelo ator Selton Mello e produzida pela produtora independente Moonshot. A série brasileira é baseada na série israelita *BeTipul*, criada pelo psicanalista israelita Hagai Levi. A história acompanha os trabalhos do psicólogo Theo Cecatto (Zecarlos Machado), que atende a cada dia da semana um paciente. Na sexta-feira, é a vez dele visitar sua própria terapeuta, a Dra. Dora Aguiar (Selma Egrei), que atua como sua supervisora.

A série é diária e já está na sua terceira temporada. No elenco estão atores reconhecidos pelo grande público e atores de teatro e cinema, seguindo uma estratégia de familiaridade e inovação para fidelização do público.

Para Celso Frateschi, ator da terceira temporada de *Sessão de Terapia*: "O que me pegou na série é que foge do cânone tradicional da televisão, que pede ritmo para prender a atenção do espectador. A pegada dela é o contrário. É mais interiorizado e não tem medo de pausa" (FOLHA DE SÃO PAULO, Ilustrada, 17.02, 2014). A série é recheada de silêncios, textos e subtextos, coisa rara na indústria televisiva e de acordo com o produtor Roberto D'Avila, *Sessão de Terapia* foi encarada quase como uma antidramaturgia televisiva, que aposta em tudo que a TV em geral não aposta.

A série foi vista por mais de nove milhões de espectadores em sua temporada de estreia, segundo o canal GNT. Diante do sucesso de crítica e público, a primeira temporada foi lançada no mercado de DVD e um romance baseado nesta temporada foi publicado. Uma prática cada vez mais comum de desdobramentos de produtos no mercado audiovisual e editorial.

Outro investimento do canal é a série *3 Teresas*, lançada em 2013, com primeira temporada com treze episódios. A série de Luiz Villaça é produzida pela Bossa Nova Filmes e protagonizada por Denise Fraga. A série conta a história de três gerações de mulheres, todas chamadas Teresa, e mostra conflitos de cada fase da vida. Teresinha (Claudia Mello) é mãe e avó; Teresa (Denise Fraga) é a mãe que vive uma relação complicada – e divertida, ao mesmo tempo – com o marido – ou ex –, Ringo (Enrique Diaz); e Tetê (Manuela Aliperti) é filha e neta. “É uma série que fala do universo feminino contado através de três Teresas, de três gerações diferentes”, explica o diretor.

De acordo com a equipe a inspiração para esses experimentos vem de diversas séries norte-americanas, de *Girls* a *The Sopranos*. “Nós vimos muitas séries nos últimos 15 anos, quando a TV americana teve esse *boom* de séries muito boas, e elas fazem parte do nosso cotidiano hoje” (NETLABTV, 26.06.2013), explica o roteirista Rafael Gomes.

O projeto está inserido na política do GNT que visa atender à lei que obriga os canais a cabo a oferecerem conteúdo independente nacional em horário nobre (Lei 12.485 de 2011)⁷⁰. Segundo Rafael, essa conquista do público é o grande desafio que os roteiristas vão enfrentar com a nova lei da TV por assinatura, que determina que canais fechados veiculem 30% de conteúdo nacional. “A demanda não é tão específica ainda, ela é mais ampla: aprender a fazer, aprender a construir séries. Por mais que a gente tenha milhões de modelos, da própria televisão americana, fazer a sua própria série é outra coisa. E mais que isso: fazer a sua própria se comunicar com o público brasileiro”.

As produtoras independentes não se limitam a programas ficcionais. Há uma ampla possibilidade de formatos: documentários, programas de culinária, arquitetura, esportes, artes, reality shows, entrevistas entre outros. A HBO e o GNT não são os únicos a incorporarem gradualmente conteúdos audiovisuais produzidos por produtoras independentes, e estabelecerem um circuito produtivo, mas são os que apontam mais fortemente novas trajetórias para o espaço audiovisual nacional. Os exemplos são apenas ilustrativos. Servem para evidenciar a alteração nas cadeias e circuitos produtivos que se inicia nos anos 2000 e que gera novos discursos e práticas de produção e circulação, deslocamento de fronteiras e mediações simbólicas.

A cadeia produtiva e circulação tradicional do audiovisual são embaralhadas como estratégia de fortalecimento do conteúdo nacional em um mercado atravessado

⁷⁰ Tratarei da lei no próximo capítulo da pesquisa, conforme anunciado anteriormente.

por contradições e desigualdades. Assim, a cadeia de circulação cinematográfica tradicional: sala de cinema – vídeo doméstico – *vídeo on demand* – televisão por assinatura e televisão aberta é chacoalhada e revisada. Há uma subversão da lógica tradicional que está relacionada às novas dinâmicas integradas - discursivas e produtivas – do cinema e da televisão.

Nos anos 2000 se vê mais filmes do que em qualquer outra época, no entanto, existem diversas janelas para sua exibição. A vida útil de um filme e sua rentabilidade aumentam, mas fora do conceito tradicional de sala de exibição. A chegada dos *multiplexes* no país é acompanhada por uma queda abrupta dos cinemas de rua e pela concentração das salas em localidades centrais do país. O desenvolvimento do setor está relacionado ao poder de consumo da população local, por isso, o mercado cinematográfico não consegue chegar e nem se sustenta em cidades menores de baixo poder aquisitivo. Diante da concentração de renda do país, o hábito de ir ao cinema se torna privilégio da elite, enquanto a televisão e as telas móveis se tornam cada vez mais populares. Segundo Almeida e Butcher: “Foi nesta época que se iniciou o processo de elitização que mudou radicalmente o perfil do espectador de cinema no Brasil” (2003, p. 55).

Se num passado recente a sala de cinema era o único espaço para consumo e exploração de uma obra cinematográfica, agora ela é apenas mais um. A sala escura continua tendo lugar privilegiado dentro da cadeia de exibição, seja pela experiência coletiva e de qualidade técnica, seja pela própria lógica comercial. No entanto, ela não concentra mais a maior fatia da receita de um filme. Nos anos 2000, fica evidente o novo papel das salas de exibição tradicionais: o de vitrine de luxo.

As dinâmicas do audiovisual contemporâneas acabam por criar novas formas de comunicação e novos hábitos culturais. A cadeia comunicacional dos filmes se alonga, transmitindo o valor simbólico do produto para um maior número de pessoas. A tela de cinema é hoje “(...) apenas a vitrine mais luxuosa de um grande conjunto que ainda passa por vídeo, televisão por assinatura e TV aberta. Essas múltiplas possibilidades de exploração de um filme se inter-relacionam” (ALMEIDA e BUTCHER, *idem*, p. 19).

Há um vício de informação, ao focalizar o cinema somente nas salas de exibição. É preciso levar em conta os outros veículos de comunicação que exibem os produtos audiovisuais. Estes são meios eficazes, uma vez que alcançam um maior número de espectadores e garantem que a fala simbólica, o discurso contido no filme, possa chegar a diferentes públicos. Junto à eficiência comunicacional, as diversas

janelas de exibição (*vídeo on demand*, DVDs, televisão paga, televisão aberta, internet etc.) se constituem hoje como a principal forma de exploração comercial de um filme, uma vez que as salas de cinema tornam-se cada vez vitrines de luxo e não espaços centrais de retorno financeiro e de público. A sobrevivência do cinema não depende apenas das projeções nas grandes telas de cinema, mas do desempenho conjunto do campo audiovisual. “Os filmes de hoje são produtos multimídias, que devem ser financiados pelos diversos circuitos que os exibem” (CANCLINI, 2001, p. 193).

Neste sentido a aliança do cinema e da televisão se torna fundamental para a reinvenção e sobrevivência do primeiro. Ao mesmo tempo a indústria televisiva passa a enfrentar a concorrência de telas (internet, TV por assinatura, *vídeo on demand* etc) e produtos internacionais, buscando uma interface como cinema, seja por caminhos produtivos e éticos, seja através da migração do produto televisivo para além telinha.

A exibição de minisséries nas salas de cinema e a abertura do mercado de DVDs, antes focalizado em obras cinematográficas, para obras televisivas revelam mudanças importantes. A política da Rede Globo, via Globo Marcas, de lançamento de seus produtos em *boxs* de DVDs, segue uma tendência global. No entanto, ela consegue potencializar essa abertura de mercado ao reeditar em *boxs* de DVDs programas, séries e telenovelas de sucesso, como por exemplo, *TV Pirata*, *Armação Ilimitada*, *Trapalhões*, *Dancin' Days*.

As novas formas de produção e exibição – resultado dos avanços tecnológicos - prolongam e alargam a vida do audiovisual. Os encontros entre cinema e televisão, além de possibilitarem que a mensagem chegue a um maior número de pessoas, aumentam o potencial de lucratividade do produto. As múltiplas possibilidades produtivas e de circulação se interrelacionam e dão a dimensão do sucesso comercial do produto audiovisual.

Essas experiências e modelos produtivos podem parecer tímidos e pouco relevantes se comparados com os acontecimentos da indústria do entretenimento norte-americana nos anos 2000. Nos Estados Unidos desde os anos 1980 há integração dos grandes estúdios com os demais segmentos midiáticos, que levou a uma reconfiguração estética e mercadológica dos produtos audiovisuais (cinema, televisão, jogos eletrônicos, etc.).

Muitos teóricos, críticos e realizadores afirmam que a melhor produção audiovisual dos EUA está no formato das séries de televisão e telefilmes. Martin Scorsese que dirigiu episódios da série *Boardwalk Empire*, que está em sua quarta

temporada acredita que é na televisão onde se encontra mais liberdade de criação. Para Scorsese:

O que estávamos tentando fazer nos anos 1970 na Califórnia agora está sendo feito na TV. O real cinema americano está lá. Inúmeros diretores maravilhosos já aderiram à televisão, como Paul Thomas Anderson, Alexander Payne, Wes Anderson e David Fincher, e estão fazendo ótimos trabalhos. O que conta mesmo, no final, é a liberdade que nos dão para trabalhar, e encontrei isso mais lá do que no cinema (O GLOBO in Cultura, 10.12.2013).

No Brasil a convergência brasileira acontece em outras bases e possui suas especificidades. O país não possui grandes estúdios cinematográficos e sim uma indústria televisiva focada, principalmente na TV Globo. É a televisão, por meio da TV Globo, que lidera o processo de reinvenção do espaço audiovisual brasileiro, ao estar posicionada como principal produtora e exibidora de conteúdo audiovisual nacional. A partir deste lugar de destaque no cenário cultural é que a TV Globo protagoniza as transformações, deslocamentos e fluxos do espaço audiovisual nacional nos anos 2000.

As transformações estão relacionadas com as novas técnicas, cultura do consumo e o espírito do tempo do capitalismo tardio global. Mas também estão inseridas nas contradições e estruturas brasileiras. Não é de se surpreender portando que a Rede Globo, com toda sua estrutura industrial, protagonize o projeto de reinvenção do audiovisual brasileiro.

A convergência dos anos 2000 é estrutural e conjuntural do caso brasileiro. Assim, as transformações não são para o bem ou para o mal, nem boas ou ruins. Depende como são incorporadas política e culturalmente. Elas podem reforçar o monopólio da Globo ou democratizar o processo de bens simbólicos. Ou ainda, como acredito ser o caso brasileiro, atuar de forma ambígua e contraditória, tensionando forças dominantes e inovadoras. Mas de uma forma ou de outra abalam a setorização estabelecida pelos grupos hegemônicos no século XIX.

Há um outro projeto político para o mercado audiovisual brasileiro que altera seu discurso e arquitetura. Os discursos e as práticas produtivas do espaço audiovisual nacional estão sendo reinventadas, considerando o histórico de segregação entre cinema e televisão e os novos desafios e demandas internacionais. Para Barbero: “(...) a fragmentação que desloca e descentra, o fluxo que globaliza e comprime, a conexão que desmaterializa e hibridiza – agenciam as mudanças do mercado da sociedade” (BARBERO, 2006, p.13). Há um trânsito circular que vai ao encontro das demandas

contemporâneas do capitalismo e da cultura de consumo que atravessa e agencia mudanças no mercado audiovisual brasileiro.

Os processos e os debates sobre a circulação entre cinema e televisão são recentes no país e ainda estão em fase de consolidação; contudo, já apontam uma reorganização política e institucional do espaço audiovisual brasileiro. Os níveis de cultura, na década de 60/70, bem marcados e delimitados discursivamente rompem as fronteiras diante do reconhecimento e incorporação do fluxo e do processo circular da cultura. Para Vera Figueiredo “na atualidade, o panorama cultural caracteriza-se pela intensificação dos processos de deslocamento, interação e negociação, que se realizam em diferentes níveis e que afetam o *status* institucional da arte, alterando também sua função na sociedade (FIGUEIREDO, 2010, p. 65).

As experiências recentes de processos de hibridação e geração de produtos mesclados deslocam os rígidos lugares historicamente estabelecidos e marcam uma nova etapa de se fazer e pensar o audiovisual brasileiro, na qual os lugares hierárquicos defendidos como “puros” e intocáveis” não se sustentam mais. O que era silenciado se revela como novidade potencializadora. São acionadas metodologias para integração e fortalecimento do espaço audiovisual brasileiro, tanto em âmbito privado quanto estatal. As práticas e discursos apoiados na convergência e circularidade acionam e geram mudanças na política pública para a integração entre cinema e televisão.

ENSAIOS DE ENCONTROS ENTRE CINEMA E TELEVISÃO: PERCURSOS DA POLÍTICA PÚBLICA BRASILEIRA NOS ANOS 2000

A circularidade entre cinema e televisão, silenciada da narrativa do audiovisual brasileiro durante décadas, é adensada e torna-se um valor incorporado, inclusive, pela política estatal que historicamente reiterou o discurso e a tendência da grande divisão dentro do paradigma estético moderno. As políticas culturais, de modo geral, têm dificuldade de dar conta dos deslocamentos da cultura em seu discurso programático e na atuação executiva. Pois para gerar ações e programas no campo da cultura, as políticas públicas pressupõem apreender e estabilizar linguagens, campos, meios, negando o processo vivo da cultura. Muitas vezes não conseguem escapar da polarização: ou elas se voltam para reforçar a preservação e manutenção das “verdadeiras” identidades culturais, negando o caráter vivo da cultura, ou elas se direcionam para a afirmação da distinção de algumas artes da alta cultura mundial, ignorando, em grande parte, a importância das indústrias culturais (exemplo, disso é que a televisão foi historicamente deixada de lado das formulações de políticas públicas para a cultura no país)⁷¹.

A concepção dominante universalista de cultura esbarra na popular e gera uma contradição que acompanha a relação entre Estado e o projeto de cultura nacional no Brasil. Durval Albuquerque Junior discorre: “(...) a incompreensão existente num país segmentado entre uma elite com identidade europeizada e uma população majoritariamente mestiça, no corpo e nas manifestações culturais, muitas delas em aberto conflito com que se entendia por civilização” gerou ambiguidades constitutivas para as políticas culturais no país (2007, p. 67).

É nesta complementaridade do universal com o particular que residem os desafios das formulações de políticas públicas e privadas para a cultura na era da

⁷¹A criação da emissora pública, TV Brasil, em 25 de outubro de 2007 pode ser vista como a realização do grande projeto estatal para o campo televisivo.

globalização neoliberal: gerir as diferenças e conflitos sem querer apagá-los e apreendê-los. Albuquerque Junior ao refletir sobre a relação entre Estado e cultura propõe que aquele aceite a convivência e coexistência dos contrários e de transitoriedade e fluxo, característica constitutiva da cultura.

Implementar programas e ações concretas é assumir os limites de atuação. Colocar em cena a dimensão do fluxo da cultura traz um problema para as políticas culturais que entrelaçam questões conceituais e executivas e exigem ir além da reflexão sobre os programas para a cultura; exigem repensar o próprio lugar e o papel destas na contemporaneidade.

A política pública brasileira para a cultura que acompanhou e reforçou a segmentação arte *versus* cultura de massa⁷², busca, nos anos 2000, solidificar e dar estabilidade à ordem da circularidade diante da regulação do discurso do Estado. A circularidade se torna recurso de luta e disputa dentro do campo cultural, político e econômico, conformando mudanças na agenda das políticas públicas para o cinema e a televisão.

A opção histórica da não regulamentação estatal da relação entre cinema e televisão foi a mais contínua das políticas públicas. Porque não interferir é um posicionamento político. Esta ausência da presença do estado na mediação entre cinema e televisão, fez com que a atuação da política privada ganhasse destaque, principalmente na institucionalização da metodologia da Globo Filmes.

No entanto agentes do campo cinematográfico parecem cada vez mais atentos à importância da televisão para a cultura e para o desenvolvimento do espaço audiovisual no Brasil. Congressos, criação de grupos de trabalho, articulações e manifestações de classe, e criação de dispositivos de fomento e regulação estatal voltados para a televisão tornaram-se cada vez mais recorrentes nos anos 2000. O Estado parece despertar para as novas dinâmicas do espaço audiovisual, respondendo às demandas do mercado audiovisual com a implantação de ações públicas de integração entre cinema e televisão.

Os anos 2000, portanto, apontam um novo tempo para a agenda da política pública para o audiovisual brasileiro. O cinema, historicamente dependente do Estado, protagoniza as articulações e reivindicações de maior presença do Estado na atividade, que nos anos 2000, reconhece e demanda uma aliança com a televisão.

⁷²No caso da política para o cinema há uma contradição, pois ao mesmo tempo em que reconhece o cinema como arte, se baseia em um modelo – leis de incentivos fiscais – que favorecem o cinema industrial (Ver Bahia, 2012).

Com o desgaste do cinema brasileiro nos anos 1990 – passada a euforia das leis de incentivo para a atividade - os agentes do setor iniciaram um processo de movimentação e articulação política que visou redefinir e fortalecer o cinema nacional. Esse processo culminou na realização do III Congresso Brasileiro de Cinema (CBC) em 2000⁷³. O Estado, neste momento, foi identificado como parceiro de vital importância e o principal interlocutor para o desenvolvimento da atividade cinematográfica nacional.

A ideia do III CBC, 47 anos depois do II CBC, em 1953, foi reunir agentes das diversas áreas do cinema brasileiro e lutar pela afirmação e construção de um projeto de cinema nacional coerente com os desafios contemporâneos. Por isso foi cunhado o conceito de re-politização. “A re-politização do cinema brasileiro”, indicou a necessidade de organização política do setor para a proposição de políticas dentro do que Gustavo Dahl chamou de “visão sistêmica”. Para além da dimensão institucional, Dahl defendeu o caráter político do cinema mediante seu papel de destaque na cultura e economia no contexto contemporâneo.

O III CBC simbolizava o retorno de uma organização política não estatal do cinema brasileiro a partir de uma mobilização dos agentes do setor. Estavam presentes representantes do mercado de produção, distribuição e exibição, trabalhadores do setor, críticos e pesquisadores da atividade cinematográfica. Na abertura do Congresso, Gustavo Dahl enfatizou a relevância do encontro:

O interesse desesperado pela realização do III Congresso Brasileiro de Cinema, expresso pela presença neste encontro é o maior testemunho de sua emergência. Congregar, raiz etimológica da palavra congresso, se faz sentir como a primeira providência para enfrentar situações de perigo (2000).

O campo cinematográfico manifestou a preocupação com a grave crise da atividade que afetava todos os setores envolvidos e ameaçava a continuidade e a existência do cinema brasileiro. Os velhos problemas do cinema brasileiro se juntavam aos novos desafios do mundo globalizado e transcultural. Para que o cinema brasileiro alcançasse espaço político, econômico e cultural, diante dos novos desafios impostos pela transnacionalidade cultural, era necessário ter uma política audiovisual mais consistente e abrangente, que fosse além da simples garantia de recursos para a produção, e abarcasse também os demais setores da cadeia produtiva.

⁷³Sobre tal processo histórico ver Lia Bahia. Uma análise do campo cinematográfico brasileiro sob a perspectiva industrial. Dissertação defendida no PPGCOM da UFF em 2009.

O Congresso reivindicou a criação de um órgão gestor estatal que tivesse a função reguladora e executora de políticas para o cinema brasileiro e que inserisse o setor na já consolidada indústria audiovisual brasileira (televisão). Os congressistas insistiram na participação da televisão no cinema nacional, afirmando que “a participação da televisão no processo de consolidar a indústria audiovisual brasileira é uma questão para a economia do país” (DAHL, 2000). O documento final do Congresso dispõe de setenta e cinco ações para o desenvolvimento e fortalecimento do cinema brasileiro, entre elas, a regulação da televisão para o cinema nacional (taxação de 3% e cumprimento de cotas de exibição de 30% da programação de produção brasileira independente⁷⁴). A problemática da televisão foi inserida no documento público que reivindicava a criação de um órgão gestor para a atividade cinematográfica.

É neste espírito de inquietação do setor que foi criado o Grupo Executivo de Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica (GEDIC)⁷⁵. A atuação do GEDIC, além de destacar o caráter industrial do cinema, pode ser apontada como a primeira iniciativa de atenção do Estado para a questão da relação entre cinema e televisão.

O Grupo foi formado para elaborar uma ampla política para o cinema no Brasil para a Presidência da República e evidencia o esgotamento de um modelo baseado em políticas segregadas para o audiovisual nacional. O Grupo envolveu ministérios do governo federal, representantes de todos os setores da indústria cinematográfica e representante de televisão. O presidente do GEDIC foi o chefe da casa civil, ministro Pedro Parente, que contou com a participação dos ministros Pedro Malan (Fazenda), Alcides Tápias (Desenvolvimento), Pimenta da Veiga (Comunicações), Aloysio Nunes Ferreira (secretário geral da presidência) e Francisco Weffort (Cultura). Do setor cinematográfico integraram o grupo: Luiz Carlos Barreto (produção), Carlos Diegues (direção), Gustavo Dahl (pesquisa), Rodrigo Saturnino Braga (distribuição), Luis Severiano Ribeiro Neto (exibição) e Evandro Guimarães (televisão).

A política para a atividade cinematográfica do GEDIC teve por objetivo elaborar um projeto estratégico para o desenvolvimento da indústria audiovisual no Brasil. O

⁷⁴Produtora Brasileira Independente: produtora brasileira que atenda os seguintes requisitos, cumulativamente: a) não ser controladora, controlada ou coligada a programadoras, empacotadoras, distribuidoras ou concessionárias de serviço de radiodifusão de sons e imagens; b) não estar vinculada a instrumento que, direta ou indiretamente, confira ou objetive conferir a sócios minoritários, quando estes forem programadoras, empacotadoras, distribuidoras ou concessionárias de serviços de radiodifusão de sons e imagens, direito de veto comercial ou qualquer tipo de interferência comercial sobre os conteúdos produzidos; c) não manter vínculo de exclusividade que a impeça de produzir ou comercializar para terceiros os conteúdos audiovisuais por ela produzidos;

⁷⁵Decreto de 13 de setembro de 2000.

enfoque mercadológico do cinema estava em consonância com a preocupação de construção de uma indústria cultural que se configurou como o principal lugar de sociabilidade, consumo e construção de laços identitários. Como linhas de ações principais o GEDIC elencou: combater a hegemonia cinematográfica norte-americana, promover maior integração entre cinema e televisão e baixar o preço do ingresso.

No documento final, cinco pontos foram destacados: 1. Criação de um órgão gestor, no modelo de Agência Reguladora, para normatizar, fiscalizar e controlar o cumprimento da legislação do cinema, tendo como meta principal a auto-sustentabilidade da indústria; 2. Redefinição e expansão das funções da Secretaria do Audiovisual (SAV) – MinC priorizando ações culturais em relação ao cinema, enquanto a agência seria responsável pela vertente comercial do cinema; 3. Criação de um fundo financeiro para fomentar o desenvolvimento de todos os setores: produção, distribuição, exibição, exportação e infra-estrutura técnica da atividade; 4. Reforma da legislação existente, visando criar condições para surgimento de uma forte ação empresarial nos setores da produção, distribuição, exibição e infra-estrutura técnica; 5. Legislação para televisão, regulando o sistema televisivo, incluindo cota de tela, associação na produção e aquisição cinematográfica e reserva de espaço publicitário para filmes nacionais. (PRÉ-PROJETO DE PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO SUMÁRIO EXECUTIVO, 2001).

Este último ponto merece atenção. De acordo com o pré-projeto, cada emissora de televisão, aberta ou por assinatura, ficaria obrigada a exibir, em sua programação, um número de filmes brasileiros estipulado por ano e deveria reservar espaço publicitário para a promoção institucional do cinema brasileiro. Ainda como obrigatoriedades, cada emissora de televisão aberta ou por assinatura investiria 2% de seu faturamento em publicidade na coprodução e na aquisição de direitos de exibição de filmes brasileiros. Esses filmes deveriam ser necessariamente coproduzidos com produtores independentes de cinema que seriam sempre majoritários nessa associação.

No relatório final do GEDIC estavam os germes da criação da Agência Nacional do Cinema (Ancine). Como consequência da demanda dos agentes do cinema foi criada a Ancine em 2001. A agência reguladora tem como atribuições, o fomento, fiscalização e regulação do mercado do cinema no Brasil.

Então, o III CBC levou à criação do GEDIC, o qual levou à criação da Ancine. O grande produto do GEDIC foi a Medida Provisória 2228-01, de 2001, que cria a Ancine. Vislumbrou-se um projeto de agência que incluía a regulação da televisão e da

relação entre cinema e televisão no Brasil com objetivo de consolidar uma indústria audiovisual nacional sistêmica e integrada. Contudo, o projeto de criação de uma agência do audiovisual foi reduzido ao cinema. Diante de fortes pressões da TV Globo, foram excluídos do texto final da MP 2228-01, que cria a Ancine, todos os itens que se referiam à televisão, limitando a atuação da instituição governamental a obra cinematográfica e videográfica. Mas o debate estava posto e neste sentido, não havia retorno.

Gustavo Dahl defendia a tese de uma estrutura modular: primeiro cinema, depois vídeo, depois TV por assinatura, depois o conteúdo brasileiro na TV aberta, até se chegar às emissoras de televisão aberta. Dahl afirma:

Eu desde o início tinha a visão de que, com a criação de uma agência de cinema, depois se chegaria à questão do conteúdo brasileiro da televisão. E que a partir da regulação da presença do conteúdo brasileiro na televisão é que se instalaria na prática uma relação na qual se faria uma agência de conteúdo (DAHL in Bahia, 2012).

Em 2004, foi divulgado o anteprojeto de lei de criação da Agência Nacional do Cinema e Audiovisual (Ancinav). Este foi elaborado por uma equipe de técnicos, consultores e dirigentes do Ministério da Cultura e tinha como proposta ampliar a atuação da Ancine. A nova agência seria responsável por regular, fiscalizar e fomentar o audiovisual como um todo, ampliando as atribuições da Ancine – restritas ao cinema – em direção ao espaço audiovisual.

O anteprojeto suscitou o intenso debate de agentes do mercado audiovisual ao prever a inclusão da regulação da televisão, cobrando taxas e reservando espaço para a produção independente e regional. As emissoras da televisão aberta deveriam reservar 20% de sua programação à produção independente. Na televisão por assinatura, cada pacote de canais de programação, estaria condicionado à exibição de um percentual mínimo de obras nacionais independentes. Quanto à taxa, previu-se cobrança de percentual sobre a compra de mídia na televisão, além do aumento da taxa sobre a exploração de obras cinematográficas em salas de exibição de acordo com o número de cópias.

A criação da Ancinav foi atacada pelas grandes emissoras de televisão, as distribuidoras *majors*, grandes exibidores e cineastas como Cacá Diegues, Roberto Farias e Luiz Carlos Barreto. A Rede Globo investiu em propagandas, matérias no Jornal Nacional e na mídia impressa contra o anteprojeto, em “defesa da liberdade de criação e expressão”.

O ataque à Ancinav é explícito e agressivo na coluna de Arnaldo Jabor no jornal O Globo: “Esse surto de leninismo que incendiou a alma simples dos petistas ultimamente, esse ataque recente à ‘democracia burguesa’ que o governo Lula lançou contra a sociedade, a fome dos ‘soviéticos’ de Gil, embuçados e severos contra o cinema e a TV” (JABOR, O Globo, 17.08.2004).

Cacá Diegues foi outro protagonista do ataque à Ancinav e em matéria do Jornal Nacional declara: "Nós estamos passando um cheque em branco pra qualquer governante que venha no futuro. Se nós não esclarecermos que limitações, que restrições são essas, estamos passando cheque em branco pro futuro" (DIEGUES, Jornal Nacional, 14.09, 2004).

Do outro lado, a favor do anteprojeto, o cineasta e membro do Conselho Superior de Cinema, Giba Assis Brasil defende a Ancinav em entrevista:

E eu não tenho dúvida em responder que sim. Porque a convergência entre cinema e televisão é cada vez maior no mundo todo. Porque a Anicne só não foi criada como Ancinav por falta de um projeto político claro para o setor por parte do governo anterior. Porque a veiculação de produtos audiovisuais nas novas mídias não está sujeita a nenhum tipo de regulação, e as próprias emissoras de TV já estão chamando atenção para isso há algum tempo. Do meu ponto de vista, o governo tem que ser cobrado, não por ter apresentado esse projeto à sociedade, mas por não tê-lo feito antes (BRASIL, Contracampo).

Ou ainda o cineasta Eduardo Escorel que faz uma análise da ausência de legislação consolidada para cinema e televisão:

É lamentável que o Brasil ainda não tenha uma legislação consolidada em relação ao cinema, à televisão e aos meios audiovisuais de forma geral. As alterações periódicas têm um efeito negativo que realimenta a crise permanente do setor. É desejável, portanto, que sejam implantadas medidas que possam permanecer ao longo dos anos e que sofram apenas ajustes em função da dinâmica própria da atividade e da rápida evolução tecnológica que a caracteriza. A verdade, porém, é que o lento processo de reconstrução legal e institucional, iniciado há cerca de dez anos, ainda não se completou. O projeto do GEDIC, no final do governo FHC, foi alterado de maneira drástica, pouco antes de ser aprovado, tendo ficado de fora a televisão que é essencial para que possa haver cinema no país (ESCOREL, Contracampo).

A Ancinav se tornou um marco importante da relação cinema e televisão no país uma vez que a discussão ultrapassou os fóruns especializados e chegou à grande mídia, colocando a discussão na arena pública⁷⁶.

⁷⁶Os lugares de distinção entre os setores que compõem o espaço audiovisual, por vezes, permanecem vivos nas ações estatais. Basta observarmos que o anteprojeto de Lei da criação da Agência Nacional do

Junto à formação de grupos de trabalho e projeto de lei, há progressiva estratégia política de aproximação entre cinema e televisão, por meio da implantação de mecanismos públicos de fomento voltados para integração dos meios baseados em incentivos fiscais. O artigo 39⁷⁷ da MP 2228-1 isenta as programadoras estrangeiras de televisão por assinatura de taxa se as mesmas investirem percentual da remessa para o exterior em coprodução de obras brasileiras de coprodução independente. As séries televisivas para programadoras internacionais como *Mandrake* (2005 e 2007) de José Henrique Fonseca, Cláudio Torres e outros diretores e *Alice* (2008) de Karim Aïnouz e Sérgio Machado foram realizadas via artigo 39 da MP 2228-01. São séries televisivas destinadas a programadoras internacionais que são realizadas por produtoras independentes brasileiras com incentivo do governo federal, através do Artigo 39 da MP 2228-1, que tensionam dilemas do espaço audiovisual nacional no cenário global.

Em 2008 foi regulamentado o artigo 3ºA da Lei nº 8.685, de 1993 (Lei do Audiovisual). De acordo com a Ancine, o artigo 3ºA foi criado com o objetivo de estimular a associação entre cinema, televisão e produção independente no Brasil, abrindo mais espaço para a veiculação de obras audiovisuais nacionais nas grades de programação brasileiras e também no exterior. O mecanismo autoriza empresas de televisões abertas e programadoras de televisão por assinatura (nacionais ou estrangeiras) a investirem parte do imposto devido sobre a remessa de recursos enviados ao exterior – derivados da aquisição de direitos de transmissão de obras audiovisuais ou eventos internacionais – na coprodução de obras audiovisuais brasileiras de produção independente⁷⁸.

O mecanismo tem gerado efeitos positivos para os canais, como a Globo, que é o canal que mais recolhe pelo incentivo. O filme *Tropa de Elite 2* (2010) teve R\$ 3 milhões de seu orçamento de artigo 3ºA, por exemplo. Outras emissoras como a HBO Brasil, Fox Latin American Channels do Brasil, Record, Fox Film do Brasil, ESPN do

Cinema e do Audiovisual ressalta o lugar do cinema. Por que não Agência Nacional do Audiovisual? Esta já não abrangeria o campo cinematográfico? Essas questões aparentemente irrelevantes indicam os distintos circuitos da cultura audiovisual, explicitam o corporativismo de alguns agentes do campo que reiteram a demarcação do lugar do cinema diante das outras mídias. Para uma historicização mais aprofundada desse processo, conferir Bahia, 2009.

⁷⁷ Artigo 39 da MP nº 2.228-1 (Condecine 3%) da Ancine: isenta do pagamento da Condecine 11% se as Programadoras estrangeiras de TV por Assinatura investirem 3% do valor da remessa ao exterior na co-produção de obras audiovisuais brasileiras de produção independente.

⁷⁸ O contribuinte estrangeiro pode investir até 70% do imposto devido e os recursos podem ser aplicados no desenvolvimento de projetos de produção de obras cinematográficas de longa metragem brasileiras de produção independente, e na co-produção de obras cinematográficas e videofonográficas brasileiras e de produção independente de curta, média e longas-metragens, documentários, telefilmes e minisséries.

Brasil, Telecine, Turner, Topspots, Elo Audiovisual e Sky Brasil também conseguem recursos via artigo 3ºA para coproduzir com produtoras independentes e realizar, principalmente, série ou longa-metragem.

A complexidade do audiovisual brasileiro fez com que as políticas públicas tivessem dificuldade de dar conta da cadeia produtiva do audiovisual. Governo Federal, Estadual e Municipal têm acionado diferentes estratégias para dar conta da cadeia produtiva do audiovisual nacional. O Ministério da Cultura (MinC) lançou o Programa de Fomento à Produção e Teledifusão do Documentário Brasileiro (DOC TV) em 2003 como uma política da Secretaria do Audiovisual voltada à produção de documentários e à TV Pública. O DOCTV atuou em toda a cadeia produtiva do documentário, desde a produção até a difusão garantindo a exibição nas emissoras públicas. Os documentários deveriam ter 52 minutos de duração, o que ocupa, cada um, uma hora da grade televisiva, com intervalos comerciais. E, por preceito, os filmes deveriam ser exibidos em cadeia nacional. Karla Holanda discorre sobre as ambigüidades do programa:

Apesar de serem veiculadas na televisão, essas produções não eram pensadas como programas televisivos. A única recomendação dos editais específica para um produto de TV é que uma versão original da obra deveria ser entregue com divisão em três blocos e vinhetas de saída e de entrada de cada bloco. No mais, era cinema exibido na televisão - inclusive outra versão final da obra deveria ser entregue sem divisão de blocos (HOLANDA, 2013, p. 12).

Junto a essa iniciativa o governo federal, publicou diversos editais para produção de pilotos, séries e desenvolvimento de projetos para televisão nos últimos anos, evidenciando a entrada da televisão na pauta da política estatal. Os governos municipais e estaduais acompanharam a tendência de lançamento de editais plurais, além de implementarem programas específicos que visam abarcar a complexidade da cadeia do audiovisual nacional. No entanto, as ações localizadas e isoladas não instituíram um processo sistêmico de integração entre cinema e televisão no interior da política pública.

Nos anos 2000, o Estado, que sempre concentrou esforços no cinema, parece atentar à importância da televisão e à colaboração entre os campos audiovisuais. O diretor-presidente da Ancine, em exercício, explicou a política do órgão:

Há várias formas de se promover a integração da produção audiovisual independente e do cinema com a televisão. O caminho que temos percorrido até aqui é o do estímulo a esta integração e vamos operar o aprofundamento dessas relações. Acreditamos que num futuro próximo teremos mais produção independente na televisão brasileira e mais parcerias entre emissoras e programadoras de TV com produtores independentes brasileiros, como já faz a Globo Filmes, declarou o

diretor-presidente da ANCINE, Manoel Rangel (site Ancine, em 29.03.2011)

Apesar do discurso e de medidas pontuais houve pouca alteração na política pública que visasse à integração entre cinema e televisão. No entanto, o debate da necessidade do encontro entre cinema e televisão estava na agenda do Estado e após cinco anos de discussão no Congresso foi aprovada em setembro de 2011 a Lei nº12.485. Ela se destaca por criar novos marcos legais para a televisão por assinatura⁷⁹ e por lidar com o fenômeno da convergência audiovisual no Brasil, protagonizada pelo cinema e pela televisão. Pode-se afirmar que a lei da televisão paga é um dos principais marcos institucionais do projeto de reinvenção do audiovisual nos anos 2000.

O Diretor-Presidente da Ancine reflete sobre a importância da Lei inserida no mundo global capitalista:

A nova lei encara a imensa transformação ocorrida no mundo do audiovisual e das telecomunicações, remove barreiras à competição, valoriza a cultura brasileira, propõe nova dinâmica para produção e circulação de obras audiovisuais e, sobretudo, fixa base conceitual leve e consistente, capaz de orientar o desenvolvimento das duas áreas na próxima década (...) A parceria com as emissoras dinamizará polos de produção audiovisual, criará demandas para as produtoras independentes e fortalecerá as empresas brasileiras de comunicação, criando sinergias propícias a uma maior presença da produção audiovisual nacional no Brasil e à internacionalização das nossas empresas, carregando a nossa língua e a cultura brasileira (FOLHA DE SÃO PAULO, Opinião, 25. 08.2011)

A referida lei trouxe a regulação estatal para o âmbito da televisão por assinatura, segmento do mercado audiovisual brasileiro com potencial de crescimento, e possibilitou a criação de obrigações de veiculação de conteúdo audiovisuais brasileiros. A Lei estabelece cotas e obrigatoriedade de exibição de conteúdo brasileiro independente na grade de programação, entre outras medidas benéficas para a produção independente nacional que sempre ficou marginalizada da televisão.

A Lei foi regulamentada ao longo de 2012 pela Ancine após processos de consultas e audiências públicas. A nova legislação para a televisão por assinatura significou mudanças conjunturais importantes na natureza das políticas públicas para o

⁷⁹Serviço de Acesso Condicionado: serviço de telecomunicações de interesse coletivo prestado no regime privado, cuja recepção é condicionada à contratação remunerada por assinantes e destinado à distribuição de conteúdos audiovisuais na forma de pacotes, de canais nas modalidades avulsa de programação e avulsa de conteúdo programado e de canais de distribuição obrigatória, por meio de tecnologias, processos, meios eletrônicos e protocolos de comunicação quaisquer (Lei 12.485).

espaço audiovisual. Desde a década de 1990, com a implementação das leis de incentivos fiscais, as políticas públicas implementadas no país basearam-se predominantemente na arregimentação de recursos públicos, voltados quase sempre ao fomento da produção cinematográfica.

O instrumento legal estabelece entre outras normalizações: 1. que os canais de espaço qualificado⁸⁰ reservem no mínimo 3h30 (três horas e trinta minutos) semanais dos conteúdos veiculados no horário nobre deverão ser brasileiros; 2. que em todos os pacotes ofertados ao assinante, a cada 3 (três) canais de espaço qualificado existentes no pacote, ao menos 1 (um) deverá ser canal brasileiro de espaço qualificado; 3. que da parcela mínima de canais brasileiros de espaço qualificado pelo menos 1/3 (um terço) deverá ser programado por programadora brasileira independente; 4. que dos canais brasileiros de espaço qualificado a serem veiculados nos pacotes, ao menos 2 (dois) canais deverão veicular, no mínimo, 12 (doze) horas diárias de conteúdo audiovisual brasileiro produzido por produtora brasileira independente, 3 (três) das quais em horário nobre.

O Presidente da Associação Brasileira de Produtoras Independentes de TV (ABPITV), Marco Altberg explica que nada vai mudar da noite para o dia:

É como se estivéssemos iniciando um novo momento no negócio de TV por assinatura. Estamos diante de uma chance de se fazer uma programação de conteúdo brasileiro voltada também para um novo consumidor, a chamada classe C (...) Somos da corrente que quer que dê certo e que entende que vai haver uma margem de experimentação e acomodação de mercado. Todos cederam e todos saem ganhando com a lei. A cota de conteúdo brasileiro é mínima e só a metade cabe às produtoras independentes (O GLOBO, Rio Show, 10.03.2012).

A lei representa um ganho político do setor audiovisual e promete gerar expansão e conexão do espaço audiovisual brasileiro independente com a televisão por assinatura. No entanto, a regulamentação da lei já é alvo de críticas de parte de agentes do mercado que acusam a Ancine de fiscalização e burocratização sufocante, e apontam uma possível incapacidade da agência de dar agilidade à cadeia do audiovisual⁸¹.

Com as regras para veiculação de conteúdos audiovisuais brasileiros e independentes, sejam obras, sejam canais de programação, vislumbram-se mudanças

⁸⁰Espaço Qualificado: espaço total do canal de programação, excluindo-se conteúdos religiosos ou políticos, manifestações e eventos esportivos, concursos, publicidade, televentas, infomerciais, jogos eletrônicos, propaganda política obrigatória, conteúdo audiovisual veiculado em horário eleitoral gratuito, conteúdos jornalísticos e programas de auditório ancorados por apresentador (Lei 12.485).

⁸¹A lei, em fase de regulamentação, se torna arena de disputa política no cenário audiovisual brasileiro na mídia e em seminários e fóruns especializados.

importantes no mercado audiovisual nacional que já se apresentam nas falas dos agentes do mercado. Daniel Tandler da LC Barreto explica as mudanças na produtora:

Há uma febre de desenvolvimento de projetos para a TV paga. Muita gente vinha trazer ideias aqui mas, como não tínhamos uma estratégia para a área, acabávamos deixando passar muitas ofertas. Foi essa nova demanda que nos estimulou a colocar em prática uma velha vontade da empresa, a de montar um núcleo só para desenvolver projetos para a televisão (O GLOBO, Cultura, 28.08.2012).

Belisário Franca, diretor artístico da Giros, conta que quadruplicou a produção e o desenvolvimento de conteúdo ao longo dos últimos 12 meses. “Tivemos que contratar mais pessoal para atender a demanda. Costumávamos desenvolver e produzir uma média de dez produtos por ano; hoje temos cerca de trinta e cinco, em diferentes estágios de realização” (O GLOBO, Cultura, idem).

Os efeitos também já foram sentidos no extremo sul do país; a Casa de Cinema de Porto Alegre que tem parcerias com a Rede Globo, Canal Futura e Canal Brasil. Ana Luiza Azevedo, uma das sócias da produtora gaúcha analisa:

As pessoas que trabalham com audiovisual aqui em Porto Alegre estão muito otimistas, criando sem parar. É um momento legal, há uma gurizada vindo com muitos projetos, mas que precisam ser amadurecidos. Aqui, na Casa, temos percebido uma demanda maior de projetos, mas todos ainda em negociação. Aumentaram também as propostas de licenciamento de títulos do nosso catálogo de filmes, inclusive os curtas-metragens, como “Ilha das Flores”, “3 minutos” e “O oitavo selo” (O GLOBO, Cultura, ibidem).

Recife, que se destaca no cinema brasileiro contemporâneo, se articula para se consolidar no mercado televisivo. João Vieira Jr. da Rec Produtores Associados, diz que cada vez mais os projetos apontam para uma linguagem híbrida entre cinema e televisão e afirma que “as produtoras do Brasil inteiro estão se reconfigurando para isso” (O GLOBO, Cultura, ibidem).

Para garantir que a produção audiovisual exista na televisão, o governo fomenta a produção independente para a televisão através do Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) que tem uma linha especial para a televisão. O FSA se tornou o principal recurso para produção de conteúdo nacional independente para a televisão paga. O Fundo Setorial do Audiovisual foi instituído pela Lei 11.437/06 e regulamentado pelo Decreto 6.304/07, cujo Comitê Gestor é responsável por estabelecer diretrizes de ação e áreas prioritárias para aplicação de recursos definidas a partir de um plano anual de

investimentos; definir normas e critérios para análise e seleção de projetos, acompanhar a implementação das ações; e avaliar os resultados alcançados a cada ano.

No primeiro Plano Anual de Investimentos para 2007-2008, o Comitê Gestor autorizou a criação de quatro linhas de ação voltadas para a produção e distribuição audiovisual de acordo com os programas PRODECINE (cinema) e PRODAV (audiovisual). A Linha B trata de produção independente de obras audiovisuais brasileiras, destinadas ao mercado de televisão, no formato de obra seriada de ficção, documentário e animação e de telefilmes documentários, visando à contratação de operações financeiras, exclusivamente na forma de investimento, para o mercado de televisão, privada ou pública, aberta ou por assinatura. O FSA através da linha destinada ao mercado de televisão marca uma nova estratégia da Ancine para a integração do cinema e da televisão.

Operando desde a primeira chamada pública de 2008, a Linha B foi replicada nas chamadas de 2009 e 2010. Nas três chamadas públicas, quarenta e nove projetos foram selecionados (em 2008 foram selecionados cinco projetos, em 2009 foram 23 projetos e em 2010, 21) perfazendo um total de investimento de R\$ 40.863.101,00⁸² (CAMARGO, 2012).

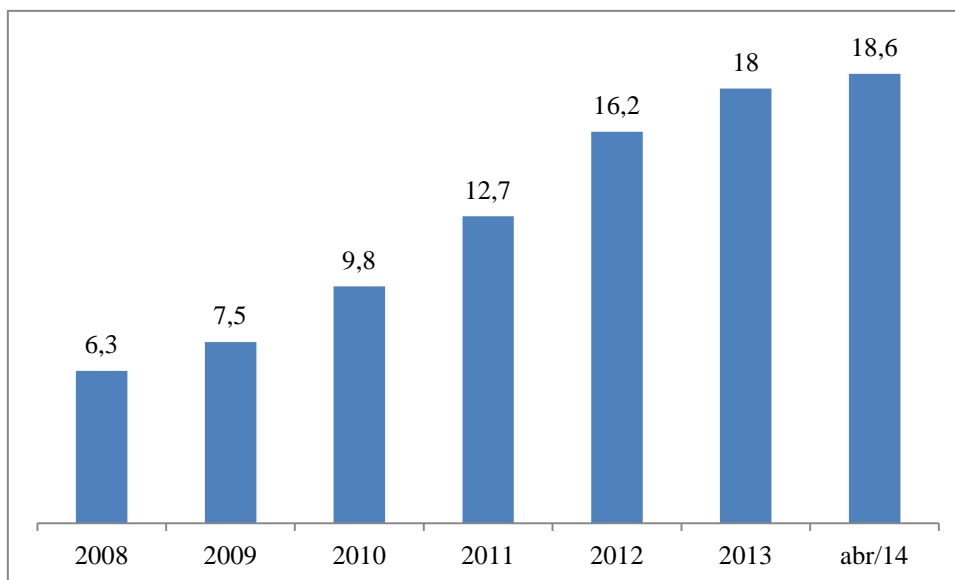
Em 2012, foi previsto um novo processo para apresentação de projetos: o fluxo contínuo, no qual estava incluída a Linha B. Ou seja, desde então, as produtoras proponentes poderiam apresentar seus projetos para televisão ao longo do ano até que se esgotassem os recursos designados para o período. A mudança da operação de seleção de propostas do sistema de edital para o fluxo contínuo estava de acordo com outra mudança que acontecera alguns meses antes: a aprovação da Lei 12.485, que apontava para uma maior demanda de conteúdos das produtoras independentes para o cumprimento das cotas previstas para a programação dos canais. Dados de 2012/2013 mostram o crescimento significativo, passando para 57 projetos selecionados, com investimento de R\$ 61.244.830. O Fundo Setorial do Audiovisual torna-se o mecanismo de incentivo prioritário e vital para a sustentação e funcionamento da Lei da televisão paga e indica mudanças importantes no volume de produção e investimento para conteúdo para televisão.

A Lei está em vigor desde o final de 2012 e aciona mudanças importantes como mostram as informações divulgadas pela Ancine. A formulação da lei está diretamente relacionada ao aumento de assinantes de televisão por assinatura, que já atinge um terço

⁸² Não houve edital em 2011.

dos domicílios com aparelho televisivo, e sua relevância no cenário audiovisual contemporâneo.

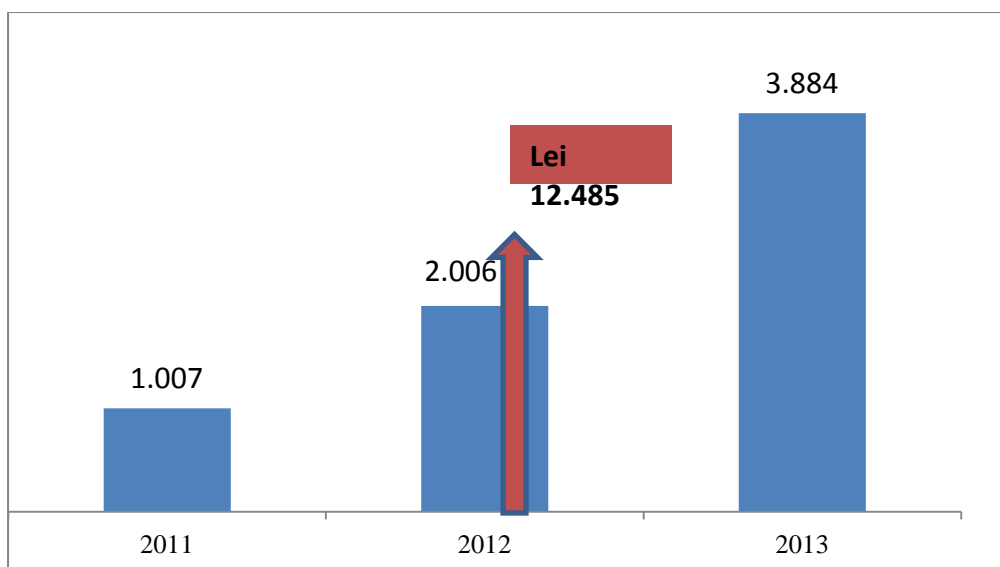
Assinantes de televisão no Brasil (em milhões)



Fonte, Ancine.

A nova lei dinamizou o mercado de televisão, gerou demanda por conteúdos brasileiros e ampliou o financiamento da produção independente. O número de horas de conteúdo nacional aumentou consideravelmente de 2012 para 2013, conforme mostram os dados abaixo.

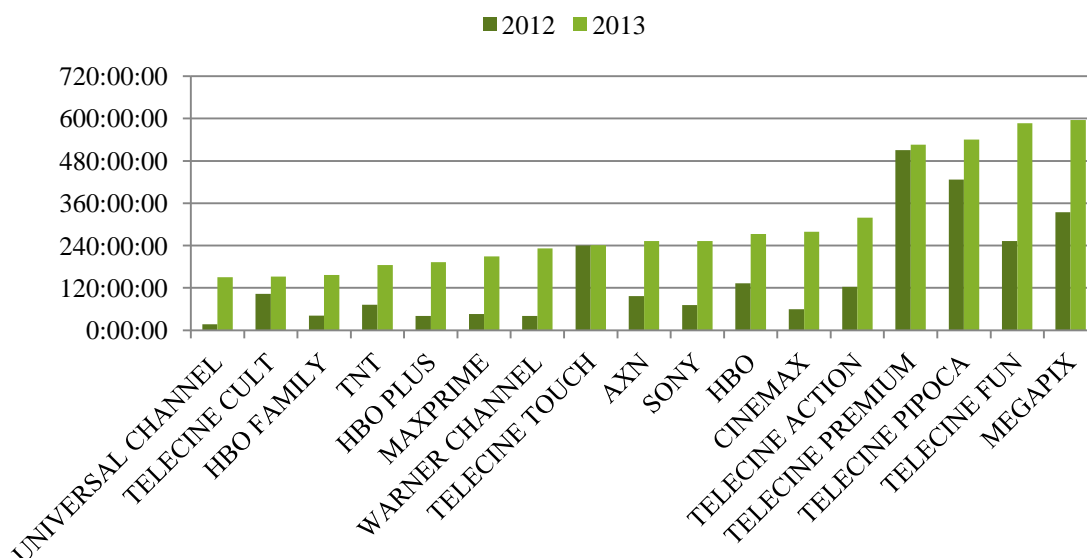
Evolução do número de horas de conteúdo brasileiro



Fonte, Ancine.

Analisando por canal, percebe-se que a veiculação de obras brasileiras passou a integrar de maneira mais expressiva a grade de programação dos canais se comparado os anos de 2012 e 2013.

Evolução na quantidade de horas de conteúdo brasileiro 2012-2013 – Canais predominantes em conteúdo estrangeiro



Fonte: Ancine

Em relação à origem, o Canal Brasil - com 762 títulos em 2013 - é o canal com maior número de longas-metragens nacionais veiculados em sua grade. Os demais dezenove canais registraram um aumento significativo na veiculação de obras brasileiras de longa metragem em relação ao ano de 2012. Sem contar o Canal Brasil, que tem pouca variação, já que historicamente tem programação predominantemente brasileira, houve um aumento de 78,8% de longas-metragens exibidos em 2013 nos demais canais.

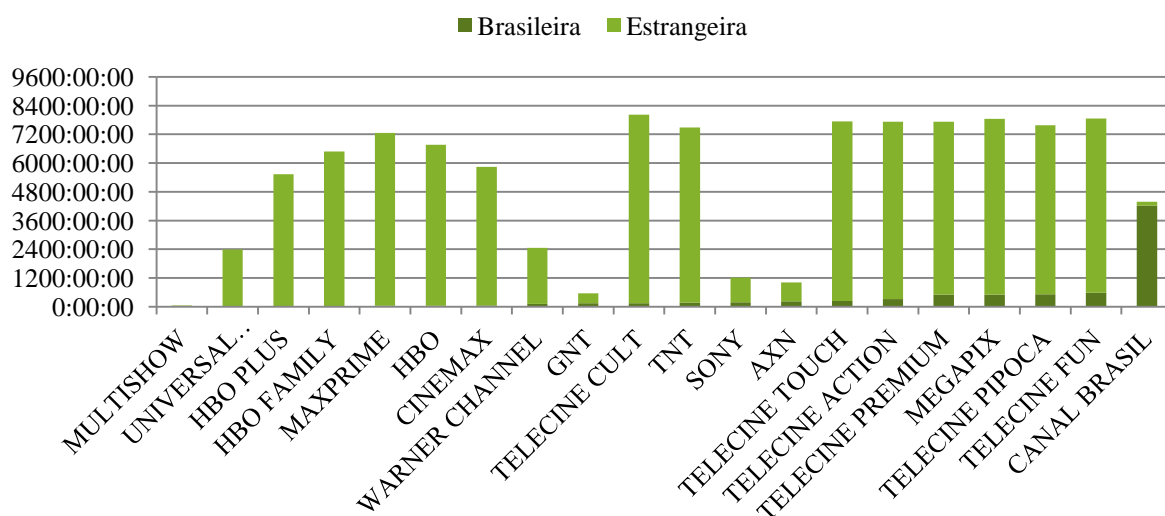
Quantidade de Longas Metragens Brasileiros 2012/2013 por Canal

Canal	2012	2013	% 2012-2013
CANAL BRASIL	762	762	0,0%
TELECINE PIPOCA	33	41	24,2%
MEGAPIX	23	39	69,6%
AXN	11	38	245,5%
TELECINE PREMIUM	31	29	-6,5%
TELECINE FUN	15	29	93,3%
SONY	9	27	200,0%
TELECINE TOUCH	17	26	52,9%
TNT	12	21	75,0%
TELECINE ACTION	9	21	133,3%
GNT	14	15	7,1%
TELECINE CULT	7	14	100,0%
WARNER CHANNEL	8	11	37,5%
CINEMAX	0	7	-
MAXPRIME	0	7	-
HBO	1	7	600,0%
HBO PLUS	0	5	-
HBO FAMILY	1	4	300,0%
UNIVERSAL CHANNEL	2	2	0,0%
MULTISHOW	0	2	-
Total geral Sem Canal Brasil	193	345	78,8%
Total Geral	843	908	7,7%

Fonte: Ancine

O total de títulos aumentou de 193 veiculados em 2012 para 345 em 2013 (sem considerar o Canal Brasil). Porém, a proporção de horas dedicadas à veiculação de obras de longa metragem brasileiras em relação às estrangeiras ainda é pequena, o que levar a acreditar que os canais parecem mais interessados em conteúdos produzidos especificamente para a televisão fechada do que em longas-metragens.

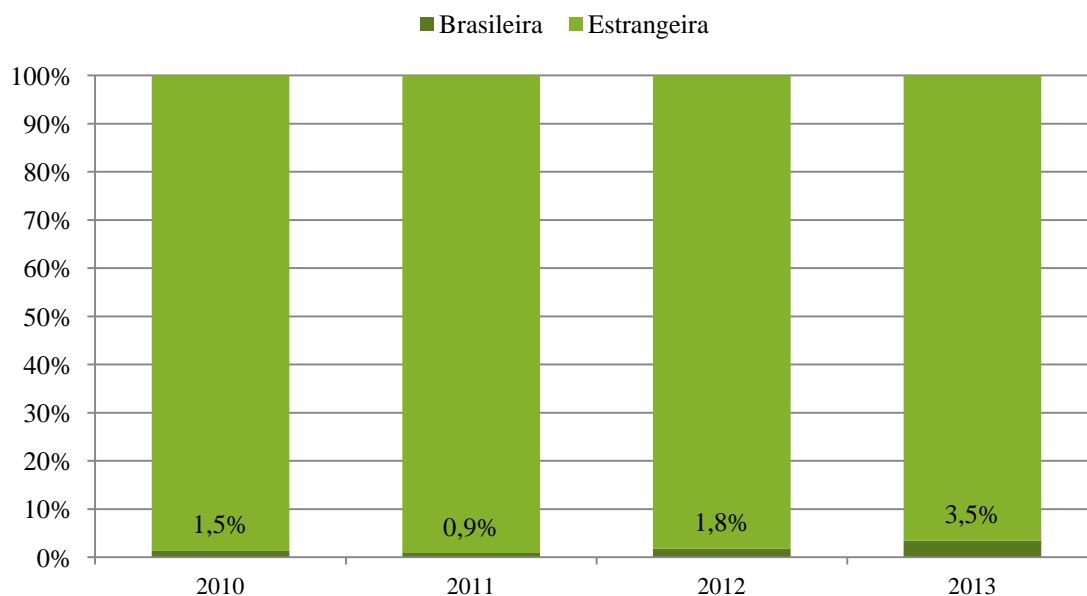
Percentual de horas de programação de longas metragens brasileiros/estrangeiros
por canal em 2013



Fonte: Ancine

O impacto da Lei, de forma geral, pode ser mensurado se observado o crescimento da quantidade de horas de conteúdo brasileiro em relação ao estrangeiro de 2012 a 2013. O percentual de conteúdo brasileiro ainda é menos de 5% do total de horas na televisão fechada, o que pode parecer insignificante, mas se comparado aos anos anteriores, este número parece ser uma conquista importante.

Percentual de horas de conteúdo brasileiro na programação total por ano de
2010 a 2013



Fonte: Ancine

Apesar da Lei 12.485 não ser destinada à televisão aberta, espera-se que no futuro ela gere impactos indiretos nesta. Contudo, ainda não se pode aferir mudanças na televisão aberta que segue seu histórico de dominação de conteúdo nacional e baixo percentual de exibições de longas metragens. A TV Cultura lidera a proporção de exibição de filmes nacionais, seguida pela TV Globo que privilegia em sua grade de programação a exibição de longas-metragens coproduzidos pela Globo Filmes⁸³.

Número de exibições de filmes brasileiros e estrangeiros de longa-metragem por emissora de televisão aberta em 2013

Emissora	Longas-metragens Brasileiros			Longas-metragens Estrangeiros		Total de Exibições
	Número de Títulos	Número de exibições	% de Exibições	Número de exibições	% de Exibições	
Globo	78	88	10,5%	750	89,5%	838
TV Cultura	88	114	23,5%	372	76,5%	486
TV Brasil	67	110	47,6%	121	52,4%	231
Record	1	1	0,5%	199	99,5%	200
SBT	-	-	-	185	100,0%	185
BAND	-	-	-	123	100,0%	123
Total	225	313	15,2%	1.750	84,8%	2.063

Fonte: Ancine

A Lei 12.485 é recente e ainda se mostra tímida e inconclusa⁸⁴, mas parece ser a primeira conquista para integração institucional entre cinema e televisão. Na esteira da Lei há mudanças discursivas importante na política pública brasileira. A principal delas é a adoção do termo audiovisual que reúne e integra cinema e televisão. Esta apropriação da categoria audiovisual no discurso da política pública se desdobra em práticas integradas, como o *Plano de Diretrizes e Metas* e o *Programa Brasil de Todas as Telas*⁸⁵.

O *Plano de Diretrizes e Metas para o Audiovisual: o Brasil de Todos os Olhares para Todas as Telas* foi lançado em 2013 pela Ancine e estabelece a estratégia para o

⁸³ A TV Globo passa a frente da TV Brasil, televisão publicam que deveria “pautar” a política de exibição de longas-metragens na televisão.

⁸⁴ Os dados apresentados são provisórios e estão circunscritos na análise de um ano de impacto da Lei 12.485.

⁸⁵ Há uma contradição evidente, pois a Ancine continua sendo Agência Nacional do Cinema e não do Audiovisual.

desenvolvimento da indústria do audiovisual no Brasil até 2020. A publicação parte de um diagnóstico da situação atual da indústria audiovisual para definir as diretrizes para o fortalecimento da indústria, com destaque para a ocupação do mercado interno e atenção para a inserção internacional de conteúdos brasileiros. O documento trata de cinema, televisão, internet, jogos eletrônicos, mídias móveis e demais elos da cadeia produtiva do audiovisual.

O *Plano de Diretrizes e Metas para o Audiovisual* é dividido em linhas de apresentação: a. traz as notas preliminares; b. apresenta os pressupostos da atuação do Estado no espaço audiovisual; c. traz o histórico da produção e financiamento para o audiovisual (anos 2000); d. apresenta dados recentes sobre o cinema no Brasil; e. traz dados sobre a convergência digital e o novo cenário para a televisão; f. introduz informações sobre a internet, mídias móveis e ambiente de inovação; g. lança os desafios do plano de diretrizes e metas; h. discorre sobre as diretrizes para um plano de metas para o audiovisual; i. traz as notas finais.

A publicação avança para além dos limites cinematográfico, se desdobrando para os campos da televisão, internet, jogos eletrônicos e mídias móveis. O documento indica um novo cenário e uma nova estratégia de atuação da política pública para o audiovisual no país que se quer integrado e convergente e tem por objetivo a consolidação da tão sonhada indústria audiovisual brasileira.

Em 2014, como desdobramento do *Plano Nacional de Diretrizes e Metas para o Audiovisual*, foi lançado pelo governo federal – MinC e Ancine – o *Programa Brasil de Todas as Telas* que irá investir recursos no setor audiovisual. O nome do programa expande a atuação do Estado para além do campo cinematográfico e visa desenvolver e consolidar uma indústria audiovisual nacional. As ações do programa estão estruturadas em quatro eixos e não vão fazer distinções entre os campos cinematográfico e televisivo. São eles: 1. Desenvolvimento de projetos, roteiros, marcas e formatos; 2. Capacitação e formação profissional; 3. Produção e difusão de conteúdos brasileiros e 4. Implantação e modernização de salas de cinema.

Em seu discurso, a presidenta Dilma Rousseff reafirmou a importância do setor audiovisual para o país:

O Brasil de Todas as Telas é parte do nosso esforço para fazer justiça a esta imensa criatividade do nosso País e transformá-la ainda mais na base de uma pujante indústria cultural nacional. Vamos fortalecer nossa indústria, criando recursos e condições para a produção audiovisual. Esse fundo de R\$ 1,2 bilhão é o maior programa de apoio audiovisual já implementado, pelo volume de recursos e pelo conjunto

de iniciativas. Fico muito feliz de estar aqui podendo viabilizar esse projeto para a área do audiovisual. Hoje é um dia histórico para toda a indústria do audiovisual (site Ancine, 2014).

A ministra Marta Suplicy explicou que o objetivo do programa é posicionar o Brasil entre os cinco maiores centros produtores e programadores de conteúdo audiovisual do mundo. "Para isso, é preciso expandir o mercado interno, universalizar o acesso da população aos serviços audiovisuais e investir em produção, distribuição e programação de conteúdos" (site Ancine, 2014).

Existe uma mudança institucional na política pública que é da ordem discursiva, mas também estrutura práticas e ações. Contudo, as novidades não são incorporadas sem resistências. O discurso passa a se organizar no trânsito, mas esbarra em velhas amarras constitutivas e disputas políticas e culturais. Há inevitável mediação entre os processos históricos passados com as tendências do espaço audiovisual mundial que transparece na atual política pública de conexão e circulação entre cinema e televisão.

É possível dizer que o tempo institucional está atrasado com relação ao tempo real. O Estado, apesar de gradual atenção à relação entre os meios, não programou uma política sistêmica que abarcasse a complexidade do circuito audiovisual. A dispersão e racha de opiniões e ideias dos agentes representativos do setor audiovisual enfraqueceu o debate político junto ao Estado ao longo desses anos.

O governo federal amplia seu escopo de atuação, mas continua tendo dificuldade de articular o discurso e a execução da industrialização do audiovisual. O espaço audiovisual é fruto de disputas históricas materializadas nos paradoxos e desencaixes da performance das políticas públicas para o mesmo. Ao colocar em cena a dimensão do fluxo, ou seja, a interdependência do campo audiovisual, exige-se que as políticas públicas entrelacem questões conceituais, discursivas e políticas.

A Lei 12.485 - lei da televisão paga - é o mais significativo e visível mecanismo público que marca a institucionalização da relação entre cinema e televisão e já mostra resultados importantes. No entanto, a televisão aberta permanece sem qualquer regulação que vise à integração entre os campos cinematográfico e televisivo.

A política pública para o audiovisual é feita de perdas e concessões. O anteprojeto de criação da Ancinav deu origem à Lei 12.485 e deixou de fora a televisão aberta. Da mesma forma que o III CBC se restringiu à implantação de uma agência reguladora para o cinema. Inúmeros debates foram travados por agentes do setor, mas não houve política pública sistêmica que abarcasse a integralidade do espaço

audiovisual. Ainda que parcial e incompleto, parece haver um esforço dos órgãos públicos para mediar as forças históricas no espaço audiovisual brasileiro e para conduzir a convergência brasileira, de forma a abrir espaço para produções independentes e dissolver desigualdades históricas.

A lei da televisão paga institui mudanças estruturais que estão para além dos números do mercado. Há uma redefinição do espaço audiovisual que reverbera nas escolas, universidades e instituições públicas e privadas que, a partir da lei da televisão por assinatura, se voltam para cursos e projetos de ensino e capacitação para um mercado que se expande e se modifica. A Escola de Cinema Darcy Ribeiro cria um núcleo de televisão, a Fundação Joaquim Nabuco promove cursos de capacitação, a Globosat desenvolve cursos de roteiros para televisão, a Riofilme investe em capacitação técnica, a PUC realiza curso de roteiro em parceria com grandes estúdios, entre outras ações neste sentido.

As produtoras independentes se reorganizam e criam núcleos e equipes específicas para a televisão, desenvolvendo novas dinâmicas de trabalho e modelos de negócios, como mostrei no capítulo anterior. Assim, a Lei 12.485 é interdependente e está intrinsecamente vinculada às transformações nas cadeias e circuitos produtivos, já que os canais de televisão por assinatura passam a demandar conteúdos audiovisuais independentes e as produtoras precisam se preparar e se instrumentalizar para isso. Os canais pagos, por sua vez, instituem novos formatos e modelos produtivos que respingam na televisão aberta e no campo cinematográfico, fazendo com que os s se movimentem em direção ao diálogo entre cinema e televisão. Assim, apesar da lei ter aplicação específica na televisão paga, ela promete gerar e estruturar mudanças em todos os elos do espaço audiovisual brasileiro.

As novas técnicas e janelas de exibição engendram novas sociabilidades e abalam as forças e hierarquias modernas em um ambiente desigual e complexo que é o espaço audiovisual brasileiro. Tão importante quando considerar as mudanças na era digital e na cultura da convergência é sustentar a existência de políticas públicas capazes de garantir a diversidade e evitar os monopólios e as desigualdades históricas do audiovisual brasileiro. Barbero vislumbra duas visões e projetos diferentes na América Latina:

Um que, partindo da envergadura econômico-cultural que adquiriram as tecnologias audiovisuais e informáticas nos acelerados processos de globalização, busca levar em conta os meios na hora de construir políticas culturais que façam frente aos efeitos dessocializadores do

neoliberalismo e insiram explicitamente as indústrias culturais na construção econômica e política da região. O outro projeto resulta da combinação do otimismo tecnológico com o mais radical pessimismo político, e o que busca é legitimar, através do poder dos meios, a onipresença mediadora do mercado (...) Este último é o projeto hegemônico que nos faz submergir numa crescente onda de fatalismo tecnológico, e frente ao qual resulta, mais necessário do que nunca, manter a estratégica tensão, epistemológica e política, entre as mediações históricas que dotam os meios de sentido e alcance social e o papel de mediadores que eles possam estar desempenhando hoje (BARBERO, 2006, p. 11).

As políticas públicas brasileiras estão circunscritas no tempo e no espaço, e incorporam as possibilidades, mas dentro dos limites de um histórico de opção política pautada pela dissociação entre cinema e televisão. O Estado entra com recursos de fomento e regulação focados na mediação entre cinema e televisão tendo por objetivo ser o grande protagonista de movimento que foi inaugurado institucionalmente pela Globo Filmes no final dos anos 1990. As políticas públicas recentes visam abrir espaço para outras formas de realizações, para além da Globo Filmes. E desta forma construir uma indústria audiovisual integrada que garanta a igualdade de oportunidades e diversidade de conteúdos.

As políticas públicas, anteriormente pautadas pelas segmentações e hierarquias modernas, assumem o intercâmbio entre cinema e televisão, com leis, programas e planos diretivos. A cultura de massa não é mais o que se distingue, de modo negativo, da cultura de elite; esses dois territórios se intercambiam, se hibridizam, se interpenetram nos discursos e práticas, alterando discursos, práticas e políticas.

Cinema e televisão escancaram o sistema de curto circuito da cultura, fazem explodir as fronteiras e revelam a ambiguidade dos processos e práticas culturais na era do capitalismo global. Avanços e contradições irresolutas pautam os discursos, as políticas e as ações de agentes, empresas e Estado. Frente a um cenário de transformações de ordem internacional, é preciso problematizar as negociações, possibilidades, limites e tensões do espaço audiovisual nacional, atentando para as rupturas, continuidades e singularidades históricas. A política estatal entra em cena, ainda de maneira tímida e restrita, apoiada no recurso da circularidade, outrora silenciado das narrativas da história do cinema e da televisão brasileira, se tornando uma das principais marcas do projeto de reinvenção do espaço audiovisual brasileiro nos anos 2000.

A mistura nas hierarquias de legitimação cultural e a hibridação da telona e da telinha se tornam necessárias para a nova arquitetura do espaço audiovisual brasileiro. Os atores envolvidos – Estado, Globo Filmes, produtores, distribuidores, exibidores, televisão aberta, televisão fechada e Universidades – se movimentam e se reinventam nos modos de pensar e de fazer audiovisual no Brasil.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo destes quatro anos de trabalho, apresentei comunicações em congressos, sempre temerosa das reações porque sabia que na academia persistiam as marcas distintivas entre cinema e televisão. Em um desses encontros fui muito criticada por pesquisadores presentes. Depois do encerramento da mesa chegou um grupo de alunos da UFF e perguntou onde poderiam ler mais sobre o assunto, se eu dava aula na Universidade etc. Naquele momento, soube que teria que enfrentar duras críticas, mas que também era importante seguir adiante e apresentar uma outra história e uma nova forma de olhar para o cinema e para a televisão no Brasil.

Esta pesquisa teve por objetivo assumir ativa e criativamente as disputas do espaço audiovisual brasileiro, assim como criar um curto circuito nos estudos sobre cinema e televisão a partir dos movimentos históricos dissonantes e consonantes entre os meios. Tentei romper com as seguranças proporcionadas pela redução da problemática do cinema e da televisão como campos isolados e dicotômicos para iluminar as ambiguidades, os atravessamentos, as circularidades, as tensões e as contradições presentes no processo histórico do cinema e da televisão.

Quando se fala nas relações entre cinema e televisão elas parecem ser um requisito da contemporaneidade, mediada pela convergência tecnológica, cultura do consumo e capitalismo tardio. No entanto, como mostrou esse estudo, o processo de formação do cinema e da televisão no Brasil é herdeiro da circularidade cultural e artística. Por circularidade entendo como Bakhtin e Ginzburg: “um relacionamento circular feito de influências recíprocas, que se movia de baixo para cima, bem como de cima para baixo” (GINZBURG, 2006, p. 10). Iluminar essa “contaminação” que é estrutural na formação audiovisual brasileira, ao mesmo tempo em que é recusada pelos puristas em diversos momentos da história das narrativas audiovisuais foi o desafio desta pesquisa.

O cinema foi o primeiro meio de comunicação audiovisual para as massas e contou com a presença frequente do repertório e referências da música, da literatura, do circo e dos artistas populares. O lugar do espetáculo cinematográfico eram as feiras de atrações, quermesses, circo, espetáculos de magia entre outros que faziam parte do repertório de divertimentos populares. Já a televisão escancara a circularidade através da apropriação e recomposição de elementos teatrais, cinematográficos e radiofônicos, além de utilizar mão de obra oriunda de diversos meios.

A disputa distintiva, relegando ao cinema o lugar do culto e do artístico e à televisão o lugar do popular, superficial e comercial, se iniciou nos anos 1960, com a expansão e especialização do mercado de bens culturais no país e se adensou nos anos posteriores, minando a colaboração e a integração institucional entre cinema e televisão no país. A resistência histórica do cinema em se dissolver no mercado de bens simbólicos esteve profundamente imbricada nos processos e pressões da cultura de massa em que ele, ao mesmo tempo em que está inserido, busca estratégias de se distinguir, e, em especial, da televisão que foi acompanhada pelo pensamento empresarial e popular. Contudo, apesar de silenciada e ocultada da história tradicional, cinema e televisão permaneceram em constante diálogo e mediação, ora mais visíveis ora mais camufladas.

A abordagem dominante - a que categoriza e aprisiona os textos numa estratégia de distinção - não dá mais conta diante da perspectiva do trânsito, do fluxo e da circularidade dos textos. A reconfiguração do espaço público e privado, o advento das novas tecnologias nas sociedades contemporâneas e os novos hábitos socioculturais subscrevem uma reestruturação discursiva e produtiva do espaço audiovisual baseadas em forças globais e locais.

No projeto para o audiovisual brasileiro contemporâneo, a circularidade, anteriormente ocultada e silenciada pelos atores sociais - pesquisadores, críticos, realizadores, atores, autores etc - torna-se um recurso positivo, conformando uma nova arquitetura política, estética e comercial para o cinema e a televisão no Brasil. Este movimento dialoga com as pressões globais da cultura do consumo e da convergência e com uma estrutura produtiva e política marcada pelo discurso da dicotomia e segregação.

Ainda que tímido e frágil (se comparado aos modelos norte-americanos) há um processo de mudança que atravessa os discursos e práticas que compõem o espaço audiovisual brasileiro. Mais do que um concluído, ele é vivo e está em construção,

contudo, já é possível apontar importantes mudanças como o trânsito entre profissionais, os processos e circuitos produtivos e os marcos da política estatal que acionam novas formas de fazer e pensar cinema e televisão, cada vez mais integrados e convergentes.

Nos anos 2000, há uma valorização e adensamento do fluxo de profissionais que ora estão na televisão, ora estão no cinema. O deslizamento de profissionais entre os meios é cada vez mais desejado e valorizado. Ao mesmo tempo, a cadeia e circuito produtivo se alongam e quebram fronteiras historicamente rígidas. A organização clássica, no qual cinema e televisão aparecem como blocos separados não funciona mais. A televisão passa a participar institucionalmente do cinema nacional, com a Globo Filmes, ao mesmo tempo, as produtoras independentes, antes voltadas para o cinema, publicidade e institucionais passam a ter a televisão como campo de trabalho. Por fim, e em diálogo com as mudanças mencionadas acima, a Lei da televisão por assinatura se destaca por criar novos marcos legais. Esta última é a grande institucionalização da circularidade e do projeto de reinvenção do audiovisual nos anos 2000.

Esse conjunto de transformações caminha junto, gerando desencaixes e reencaixes na arquitetura do audiovisual nacional contemporâneo. Os meios passam a ser pensados como circuitos integrados e que se retroalimentam para construir uma indústria audiovisual brasileira forte, capaz de se inserir e disputar no espaço global.

Os processos e os produtos gerados a partir desta lógica circular geram deslocamentos e hibridações que perpassam a produção, distribuição, difusão, exibição e consumo cultural, abalando, e, em certa medida, resignificando as fronteiras hierárquicas demarcadas no espaço audiovisual brasileiro. Os anos 2000 apontam para uma transição política no espaço audiovisual que exige repensar as concepções historicamente estabelecidas.

Cinema e televisão vivenciaram processos ininterruptos de convergências (explícitas ou mascaradas) ao longo de suas histórias, com recuos, alianças, negociações, conflitos e interesses. Nos anos 2000, a convergência torna-se estrutural e está diretamente relacionada em como ela é incorporada politicamente, portanto não é boa e nem ruim em si. Acredito que o processo de convergência de cinema e televisão no Brasil atua de forma ambígua, tensionado forças dominantes e inovadoras onde cabem a Globo Filmes, as séries de televisão, os filmes exibidos em circuito comercial, e a Lei da televisão por assinatura.

Se a convergência brasileira se inicia na relação entre cinema e televisão - meios já consolidados e presentes no imaginário cultural -, a internet pode ativar e potencializar transformações. Os conteúdos nacionais e internacionais estão cada vez mais disponíveis na internet, fazendo desta o principal local de acervo cinematográfico e televisivo. Ao mesmo tempo, a internet desenvolve suas próprias referências que podem circular entre cinema e televisão. Por sua vez, o computador, em parceria com a internet, criou uma terceira tela que gerou novas formas de assistir filmes, séries e programas de televisão que distanciam cada vez mais o espectador das salas de cinema e da televisão, criando desafios e oportunidades permanentes.

Cinema e televisão passam a conviver com esta terceira tela e buscam meios de resistência, ao mesmo tempo, em que estudam formas de se integrar com este novo suporte: salas de cinema abertas a exposições de espetáculos de música ao vivo e em 3D, novos padrões tecnológicos digitais para o circuito exibidor, televisões cada vez maiores e em alta resolução, televisões conectadas à internet e tecnologia 3D, sistemas de *vídeo on demand* como *Netflix* e o *Now*, tentativas, ainda pontuais, da TV Globo e alguns poucos filmes nacionais de criação de narrativas que interajam com a internet são alguns exemplos de processos que ainda estão sendo testados e desenhados para redefinição dos lugares dos meios audiovisuais diante do fenômeno da tela do computador e da internet. A reinvenção do espaço audiovisual dinamiza forças contraditórias gerando tensões, negociações e adesões permanentes. O computador, a internet, o celular são constitutivos de uma mudança em curso e merecem ser analisados enquanto meios e mediações.

A tese longe de encerrar quaisquer questões abre brechas para futuras investigações em direção aos novos suportes, mas também visa aprofundar, através de entrevistas com os atores sociais do espaço audiovisual, os diversos olhares e posições sobre os debates dos encontros e desencontros entre cinema e televisão no Brasil. Igualmente importante é acompanhar com atenção os dados, os números e as falas dos agentes para acompanhar os desdobramentos da Lei da televisão por assinatura que marca um novo tempo para o audiovisual no Brasil. Em seu pouco tempo de implementação, suscitou euforias, reações, debates e promete gerar mudanças ainda mais profundas.

Durante a pesquisa encontrei dificuldade de encontrar autores e teóricos contemporâneos comprometidos com a história social das transformações contemporâneas do audiovisual brasileiro. Certamente, as referências estrangeiras são

úteis e podem ser ressignificadas no contexto brasileiro. No entanto, acredito ser cada vez mais necessário pensar o audiovisual brasileiro dentro de seu processo histórico e social, que dialoga, resiste e negocia com o contexto estrangeiro, mas apresenta suas particularidades e contradições estruturais e conjunturais.

Para avançar ainda mais nos estudos sobre as singularidades da convergência brasileira e televisão, faz-se necessário um foco cada vez mais próximo dos agentes, revelando suas trajetórias sociais e demonstrando como o audiovisual é atravessado por lugares de falas, interesses e comprometimentos diversos e circunstanciais. E a partir deste aprofundamento reinventar e construir teorias e linhas de pesquisas que dêem conta das contradições, desafios e potencialidades do espaço audiovisual brasileiro.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, Theodor. *Indústria Cultural e Sociedade*. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

ALBUQUERQUE JÚNIOR, Durval Muniz de. Gestão ou gestação pública da cultura: algumas reflexões sobre o papel do Estado na produção cultural contemporânea. in: RUBIM, Antonio Albino Canelas e BARBALHO, Alexandre (orgs.). *Políticas culturais no Brasil*. Salvador, EDUFBA, 2007.

ALMEIDA, Paulo Sérgio e BUTCHER, Pedro. *Cinema, desenvolvimento e mercado*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2003.

AMANCIO, Tunico. *Artes e manhas da Embrafilme*. Niterói, RJ: EdUFF, 2000.

ANDRADE, Antônio de e REIMÃO, Sandra (orgs.). *Fusões: cinema, televisão, livro e jornal*. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2007.

ARAÚJO, Vicente de Paula. *Salões, circos e cinemas de São Paulo*. São Paulo: Editora Perspectiva, 1981.

AUTRAN, Arthur. *O pensamento industrial cinematográfico brasileiro*. São Paulo: Unicamp, 2004.

AVELLAR, José Carlos. *O chão da Palavra: cinema e literatura no Brasil*. Rio de Janeiro: ROCCO, 2007.

BAHIA, Lia C. *Discursos, Políticas e ações: processos de industrialização do campo cinematográfico brasileiro*. São Paulo: Itaú Cultural : Iluminuras, 2012.

BAKHTIN, Mikhail. *A cultura popular na idade média e no renascimento*. São Paulo: Hucitec, 2010.

_____. *Estética da criação verbal*. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2010^b.

BALTAR, Mariana. *Saber em viagem – os travelogues no amálgama entre realidade e espetáculo* Revista Matrizes, nº 7. São Paulo, 2013.

BARBERO, Jesús Martín. *Dos meios às mediações*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.

BARBERO, Jesús Martín e REY, Germán. *Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva*. São Paulo: Senac, 2004.

BARBOSA, Marialva. *Percursos do olhar: comunicação, narrativa e memória*. Niterói: EDUFF, 2007.

BARONE, João Guilherme Reis e Silva. *Comunicação e indústria audiovisual: cenários tecnológicos & institucionais do cinema brasileiro na década de 1990*: PUCRS, 2005 (Tese de Doutorado).

BAUMAN, Zygmunt. *Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

BENJAMIM, Walter. *Obras escolhidas: magia e técnica, arte e política*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BOURDIEU, Pierre. *Coisas Ditas*. São Paulo: Brasiliense, 1990.

_____. *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp, 2008.

BRASIL, Giba de Assis. *Contracampo Revista de Cinema* disponível em <http://www.contracampo.com.br/63/questionarioancinav.htm>.

BUCCI, Eugênio. *É possível fazer televisão pública no Brasil?* In: Novos Estudos CEBRAP, novembro 2010, nº 88, p 5-18.

BURKE, Peter. *Cultura popular na idade moderna*. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

BUTCHER, Pedro. *Cinema brasileiro hoje*. São Paulo: Publifolha, 2005.

_____. *A dona da história*. Dissertação de Mestrado defendida na UFRJ em 2006.

CALABRE, Lia. *A era do rádio: memória e história*. João Pessoa. ANPUH – XXII Simpósio Nacional de História, 2003.

CABRAL, Sérgio. *Quanto mais cinema melhor: uma biografia de Carlos Manga*. São Paulo: Lazuli Editora, 2013.

CAMARGO, Rodrigo. *A experiência do Fundo Setorial do Audiovisual*. In: Políticas Públicas e Regulação do Audiovisual. Curitiba, CRV, 2012.

CAMINHA, Marina. *Narrativa televisiva dos anos 1980: uma abordagem preliminar*. Anais do Congresso História da Mídia 2008.

_____. *O corpo juvenil televisivo*. Tese de doutorado defendida no PPGCOM da UFF em 2012.

CANCLINI, Néstor Garcia. *Consumidores e Cidadãos*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.

_____. *Diferentes, Desiguais e Desconectados*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2005.

_____. *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006.

CARVALHO, Luiz Fernando in *Contracampo Revista de Cinema*. Disponível em <http://www.contracampo.com.br/52/entrevistaluizfernandocarvalho.htm>.

_____. *A Pedra do Reino*. São Paulo: Editora Globo, 2007.

_____. *A salvação da TV?*. Rolling Stone Brasil. São Paulo, maio 2007, p. 48 -52.

CHARNEY, Leo e SCHWARTZ, Vanessa R. (orgs). *O cinema e a invenção da vida moderna*. SP. Cosac e Naify, 2001.

COSTA, Flávia Cesarino. *O primeiro cinema: espetáculo, narração, domesticação*. Rio de Janeiro: Azougue Editorial, 2005.

COTA, Ricardo. *Contracampo Revista de Cinema*, disponível em: www.contracampo.com.br.

CUCHE, Denys. *A noção de cultura nas ciências sociais*. Bauru, Edusc, 2002.

DAHL, Gustavo. *Filme Cultura: edição fac-similar*, v2 número 20. Rio de Janeiro: MinC, CTAv, 2010.

DOUGLAS, Mary e ISHERWOOD, Baron. *O mundo dos bens. Para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro, ed. UFRJ, 2006.

DUARTE, Elizabeth Bastos e CASTRO, Maria Lília Dias de. *Convergências midiáticas: produção ficcional – RBS TV*. Porto Alegre: Sulina, 2010.

EAGLETON, Terry. *A ideia de cultura*. São Paulo, Unesp, 2005.

EDUARDO, Cleber, VALENTE, Eduardo e VIEIRA, João Luiz. *Cinema Brasileiro: anos 2000, 10 questões* (catálogo de mostra), Rio de Janeiro: CCBB, 2011.

ENNE, Ana Lucia. “E daí?”, “pronto, falei!”, “confesso”: *artimanhas discursivas de qualificação e desqualificação do gosto e da distinção*. COMUNICOM - PPGCOM ESPM – São Paulo, 10 e 11 outubro de 2011.

ESCOREL, Eduardo. *Contracampo Revista de Cinema* disponível em <http://www.contracampo.com.br/63/questionarioancinav.htm>.

FACINA, Adriana. *Vou fazer você gostar de mim: debates sobre a música brega*. Editora Multifoco: Rio de Janeiro, 2011.

FEATHERSTONE, Michael. "Culturas globais e culturas locais". IN: *O desmanche da cultura*. São Paulo, Nobel, 1997.

_____. *Cultura de consumo e pós-modernismo*. StudioNobel, 2007.

FECHINE, Yvana. *Transmediação na produção ficcional do núcleo Guel Arraes: a lógica da familiaridade em novas formas culturais*. Compós Belo Horizonte, 2009.

FIGUEIRÔA, Alexandre e FECHINE, Yvana. *Guel Arraes: do Cinéma Verité à dramaturgia na TV*. Salvador: Anais do Congresso Intercom, 2002.

_____. (editores). *Guel Arraes: um inventor no audiovisual brasileiro*. Recife: CEPE, 2008.

FILME B. Boletim número 284. 22 abril de 2003, disponível em www.filmeb.com.br.

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

_____. *Narrativas em trânsito*. Revista Contracampo, Niterói, número 21, agosto/2010^b.

_____. *Trocas, apropriações e pilhagens: estética e cultura de massa*. Compós, São Paulo, 2004.

FILHO, Daniel. *O circo eletrônico*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

FURTADO, Jorge. *Cinema e televisão*, S/D. Disponível em <http://www.nao-til.com.br/nao-74/furtado2.htm>.

GALVÃO, Maria Rita e BERNARDET, Jean-Claude. *O nacional e o popular na cultura brasileira: Cinema*. São Paulo: Brasiliense, 1983.

GAUDREAU, André e JOST, François. *A narrativa cinematográfica*. Brasília: Universidade de Brasília, 2009.

GINZBURG, Carlos. *O queijo e os Vermes*. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

GOMES, Paulo Emílio Salles. *Cinema: trajetória do subdesenvolvimento*. Rio de Janeiro: Paz e Terra/ Embrafilme, 1980.

GOMES, Renato. *Matrizes culturais e formatos industriais*. Compós Bauru, 2006.

GUNNING, Tom. *The cinema of attraction: Early films, its spectator and avant-garde*. In ELSAESSER, Thomas (Ed.). *Early Cinema: Space-Frame-Narrative*, London, BFI, 1990.

_____. *Cinema e História. Fotografias animadas. Contos do esquecido futuro do cinema*. In Xavier, Ismail (org.) *O cinema no século*. RJ, Imago Ed., 1996.

GUNNING, Tom. “O retrato do corpo humano: fotografia, os detetives e os primórdios do cinema”. In: CHARNEY, Leo e SCHWARTZ, Vanessa R. (orgs) – *O cinema e a invenção da vida moderna*. SP. Cosac e Naify, 2001.

HALL, Stuart. *A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo*. IN: Educação e Realidade, 22(2): 15-46, jul./dez. 1997.

HAMBURGER, Esther. “Diluindo fronteiras: A televisão e as novelas no cotidiano”. In: SCHWARCZ, Lilia Mortiz (org). *História da vida privada no Brasil 4*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

_____. *O Brasil antenado: A sociedade da novela*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

HANNERZ, Ulf. *Fluxos, fronteiras, híbridos: Palavras-chave da antropologia Transnacional*. IN: MANA 3(1):7-39, 1997.

HENNEBELLE, Guy. *Os cinemas nacionais contra Hollywood*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

HOLANDA, Karla. *DOCTV: a produção independente na televisão*. Tese de doutorado defendida no PPGCOM da UFF em 2012.

HUYSEN, Andreas. *Memórias do modernismo*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1996.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD)*, 2009.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.

JULIANO, Beatriz Rocha Dilma, SOBRINHO, Gilberto Alexandre Sobrinho, ROSSINI, Miriam de Souza (orgs.). *Televisão: formas audiovisuais de ficção e documentário*. Palhoça: Ed. Unisul, 2013.

KLAGSBRUNNM et al “A telenovela no Rio de Janeiro” In HOLLANDA, Heloísa Buarque. *Quase catálogo 4: A telenovela no Rio de Janeiro 1950-1963*: Rio de Janeiro: CIEC, Escola de Comunicação UFRJ, 1991.

KOMPARE, Derek. DVD Box. Sets and the reconception of television, in *Television and New Media* Vol. 7 Num.4, Novembro de 2006, p. 335-360.

KUPER, Adam. “Introdução: guerras culturais”. IN: *Cultura, a visão dos antropólogos*. Bauru, Educs, 2002.

LAPERA, Pedro. *Cinematographo de tinta e papel: anotações sobre consumo cinematográfico no Rio de Janeiro (1896-1916)*. Compós Juiz de Fora, 2012.

LIPOVETSKY, Gilles. *A Felicidade Paradoxal: Ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. São Paulo: Cia das Letras, 2007.

LIPOVETSKY, Gilles e SERROY, Jean. *A tela global: mídias culturais e cinema na era hipermoderna*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. São Paulo: Senac, 2005.

_____. *Pré-cinemas & pós-cinemas*. Campinas, SP: Papirus, 2008.

MASSAROLO, João Carlos e ALVARENGA. *Franquia transmídia: o futuro da economia audiovisual nas mídias sociais*. Intercom Caxias do Sul, 2010.

MASCARELLO, Fernando (org). *História do cinema mundial*. Campinas, SP: Papirus, 2006.

MATTOS, Sergio. *História da televisão brasileira: uma visão econômica social e política*. Petrópolis: Editora Vozes, 2010.

MITTELL, Jason. *Complexidade narrativa na televisão americana contemporânea*. Revista Matrizes, São Paulo, USP, n2, 2012.

MONTÓN, Angel Luis Hueso. “O homem e o mundo midiático no princípio de um novo século” In: NÓVOA, Jorge, FRESSATO, Soleni Biscouto e FEIGELSON, Kristian (orgs.). *Cinematógrafo: um olhar sobre a história*. Salvador: EDUFBA; São Paulo: Ed UNESP, 2009.

MORETTIN, Eduardo. *As relações entre cinema e Estado no Brasil: as comemorações do centenário da Independência em 1922 e 1923*. Compós Rio de Janeiro, 2010.

_____. *Entrevista Cinema e Sociedade: “seis questões para seis intelectuais”* In: PLURAL, Revista do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da USP, São Paulo, v.18.2, p. 185-218, 2011.

NAGIB, Lúcia. *O cinema da retomada: depoimentos de 90 cineastas dos anos 90*. São Paulo: Ed. 34, 2002.

NEWCOMB, Horace. “*Isto não está Al dente*”: *Família Soprano e o novo significado da “televisão”*. Cadernos de Televisão 1,67-82, 2007.

ORTIZ RAMOS, José Mário. *Cinema, Estado e lutas culturais: anos 50, 60 e 70*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

_____. *Cinema, televisão e publicidade: Cinema popular de massa no Brasil nos anos 1970-1980*. São Paulo: Annablume, 2004.

ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 2001.

ORTIZ, Renato, BORELLI, Silvia Helena Simões, ORTIZ RAMOS, José Mário. *Telenovela: história e produção*. São Paulo: Brasiliense, 1988.

PAIVA, Samuel e SCHVARZMAN, Sheila (orgs.). *Viagem ao cinema silencioso do Brasil*. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2011.

- PAIVA, Salvyano Cavalcante de. *Filme Cultura: edição fac-similar*, v2 número 23. Rio de Janeiro: MinC, CTA v, 2010.
- RAMOS, Fernão. *História do cinema brasileiro*. São Paulo: Art Editora, 1990.
- RAMOS, Fernão e MIRANDA, Luiz Felipe (orgs.). *Enciclopédia do Cinema Brasileiro*. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2004.
- REIMÃO, Sandra (org.). *Em instantes: notas sobre programas na TV brasileira*. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2006.
- RESENDE, Fernando. *O jornalismo e suas narrativas: as brechas do discurso e as possibilidades do encontro*. IN: Revista Galáxia, SP, n.18/dez/2009.
- RICOEUR, Paul. *Tempo e Narrativa*. V.1. Campinas: Papirus, 1994.
- RIBEIRO, Ana Paula Goulart, SACRAMENTO, Igor e ROXO, Marco (org.). *História da televisão no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2010.
- RIDENTI, Marcelo. *Em busca do povo brasileiro*. Rio de Janeiro: Record, 2000.
- SANGION, Juliana. A Globo Filmes e a pós-retomada do cinema nacional. In: *Jornal da Unicamp*: Campinas, 15 a 21 de agosto de 2011 – ANO XXV – Nº 502.
- SANTOS, Milton, *Por uma outra globalização*. São Paulo: Record, 2000.
- SEVCENKO, Nicolau. “A capital irradiante: técnica, ritmos e ritos do Rio” In: NOVAIS, Fernando A. *História da vida privada no Brasil 3*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.
- SIMMEL, Georg. *As grandes cidades e a vida do espírito*. IN: *MANA* 11(2):577-591, 2005.
- SLATER, Don. *Cultura do consumo e modernidade*. São Paulo, Nobel, 2002.
- SINGER, Ben. “Modernidade, hiperestímulo e o início do sensacionalismo popular” In. Charney, Leo e Schwartz, Vanessa R. (orgs). *O cinema e a invenção da vida moderna*. SP. Cosac e Naify, 2001.
- SCHWARTZ, V. R. “O espectador cinematográfico antes do aparato do cinema: o gosto do público pela realidade na Paris do fim-do-século” In. Charney, Leo e Schwartz, Vanessa R. (orgs). *O cinema e a invenção da vida moderna*. SP. Cosac e Naify, 2001.
- SIMIS, Anita. *Estado e Cinema no Brasil*. São Paulo: Annablume, 1996.
- SILVA e NETO (orgs.). *Os múltiplos lugares de Roberto Farias* (catálogo de mostra). Rio de Janeiro: CCBB, MinC, 2012.
- SOUZA, José Inácio de Melo. *Imagens do passado: São Paulo e Rio de Janeiro nos primórdios do cinema*. São Paulo: Editora SENAC, 2004.

SORLIN, Pierre. Existem cinemas nacionais?. in: In: Revue Sociétés et Représentation número 3, pág. 409-419, 1996..

STRAUBHAAR, Joseph. *O declínio da influência americana na TV brasileira*. Revista Comunicação e Sociedade nº 9. São Bernardo do campo, junho, 1983.

SUSSEKIND, Flora. *Cinematógrafo das Letras*. São Paulo. Companhia das Letras, 2006.

VIANNA, Luis Werneck. *A modernização, a questão agrária e a república*. In SALLAS, Ana Luiza Favet, SCALON, Celi, RASIA, Jose Miguel (Orgs.) *Mudanças e desafios sociológicos*. Rio de Janeiro. 7 Letras, 2012.

VIEIRA, João Luiz. *Introdução à paródia no cinema brasileiro*. Filme e Cultura. Ano XVI maio 1983 nº 41/42 – Embrafilme.

XAVIER, Ismail. *Sétima arte: um culto moderno*. São Paulo. Perspectiva, 1978.

YÚDICE, George. *A conveniência da cultura. Usos da cultura na era global*. Belo Horizonte, editora UFMG, 2004.

Anais de Congressos, Leis e Projetos de Leis

Anais III Congresso Brasileiro de Cinema, Porto Alegre, 2000.

Anteprojeto de Lei que criaria a Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual (ANCINAV).

BRASIL. *MP 2228-01*, Ancine, 2001.

_____. *Lei Nº 12.485*, 2011.

_____. *Lei 8.685*, 2003.

_____. *Lei 11.437/06*.

GEDIC, *Pré-Projeto de Planejamento Estratégico Sumário Executivo*, 23.03.2001.

Plano de Diretrizes e Metas para o Audiovisual, 2013.

Programa Brasil de Todas as Telas, 2014.

Jornal:

ALTBERG, Marco. *Já em vigor, Lei da TV Paga muda as regras da produção nacional*. Rio Show, O Globo, 10.03.2012.

DIEGUES, Carlos. *Jornal Nacional*, 14.09, 2004

HOLLANDA, Heloísa Buarque de. *Intelectuais, chefs, estilistas e políticos: não foi só a classe C que se encantou com 'Avenida Brasil'*. *Revista da TV*, O Globo, 02.09.2012

JABOR, Arnaldo. *Ai, que saudades do comunismo!* O Globo, 17.08.2004.

MACHADO, Sérgio. *Nova série da HBO, 'Alice', mistura TV e cinema*. O Globo, *Cultura*, 21.09.2008.

RANGEL, Manoel. *O Brasil na TV por assinatura*. FOLHA DE SÃO PAULO, *Opinião*, 25. 08.2011.

SCORSESE, Martin. *Martin Scorsese: 'O cinema não vai morrer'*. O GLOBO, *Cultura*, 10.12.2013.

WOLFF, Fausto in *Jornal do Brasil*, 22.10.1965.

FOLHA DE SÃO PAULO, *Ilustrada*, 17.01.2014.

FOLHA DE SÃO PAULO, *Ilustrada*, 24.07.2009.

FOLHA DE SÃO PAULO, *Ilustrada*, 31.07.2009.

FOLHA DE SÃO PAULO, *Ilustrada*, 17.02, 2014.

JORNAL DO BRASIL, *Caderno B*, p. 6, 10.101,1970.

JORNAL DO BRASIL (JB) – 1950-1970.

O GLOBO, *Cultura*, 21.09.2008.

O GLOBO, *Cultura*, 28.08.2012.

Sites:

Site Ancine, 2014.

Site Filme B, 2014. *Boletim* de 22 abril 2003, p. 1.

Site Globo Filmes, 2014.

O Globo Online, 16/08/2007 disponível em <http://oglobo.globo.com/cultura/cineastas-desbravam-mundo-da-tv-com-serie-da-hbo-4162208>.

Site Memória Globo. 2014.

Site NETLABTV. <http://netlabtv.com.br/>

UOL ENTRETENIMENTO in

<http://televisao.uol.com.br/noticias/redacao/2013/05/17/gnt-reconhece-problemas-em-series-brasileiras-mas-vai-continuar-investindo.htm?mobile>