

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE  
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

**O ESTADO E A EXIBIÇÃO: AS POLÍTICAS ESTATAIS DE ACESSO AO  
CINEMA E AUDIOVISUAL NO RIO DE JANEIRO A PARTIR DE 2010**

ADIL GIOVANNI LEPRI

Dissertação apresentada ao Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense, como requisito parcial para a obtenção do Grau de Mestre. Linha de pesquisa: Estudos do Cinema e do Audiovisual.

ORIENTADOR: PROF. DR. ANTONIO CARLOS AMANCIO DA SILVA

Niterói

Fevereiro de 2016

**Ficha Catalográfica elaborada pela Biblioteca Central do Gragoatá**

L599 Lepri, Adil Giovanni.

O estado e a exibição: as políticas estatais de acesso ao cinema e audiovisual no Rio de Janeiro a partir de 2010 / Adil Giovanni Lepri. – 2016.

162 f. ; il.

Orientador: Antonio Carlos Amancio da Silva.

Dissertação ( Mestrado em Comunicação ) – Universidade Federal Fluminense, Instituto de Arte e Comunicação Social, 2016.  
Bibliografia: f. 102-107.

1. Cinema. 2. Audiovisual. 3. Rio de Janeiro (Estado). 4. Sociedade civil. I. Silva, Antonio Carlos Amâncio da. II. Universidade Federal Fluminense. Instituto de Arte e Comunicação Social. III. Título.

Adil Giovanni Lepri

**O ESTADO E A EXIBIÇÃO: AS POLÍTICAS ESTATAIS DE ACESSO AO  
CINEMA E AUDIOVISUAL NO RIO DE JANEIRO A PARTIR DE 2010**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense, como requisito parcial para a obtenção do Grau de Mestre. Linha de pesquisa: Estudos do Cinema e do Audiovisual.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Dr. Antonio Carlos Amancio da Silva (Orientador)

---

Prof. Dr. João Luiz de Figueiredo  
Escola Superior de Propaganda e Marketing

---

Profa. Dra. Lia Bahia Cesario  
Universidade Federal Fluminense

---

Prof. Dr. Pedro Peixoto Curi (Suplente)  
Escola Superior de Propaganda e Marketing

Niterói

Fevereiro de 2016

## AGRADECIMENTOS

Ao meu orientador, Tunico, pela paciência e sábia direção que deu a este trabalho durante toda a pesquisa. Sem ele certamente essa dissertação não seria a mesma. Obrigado.

Aos membros da banca de qualificação desta pesquisa, Rafael de Luna e João Luiz de Figueiredo que tanto ajudaram a direcionar os passos finais do trabalho.

Aos colegas da turma de mestrado do PPGCOM de 2014 que foram importantes interlocutores com quem estabeleci amplos diálogos sobre a pesquisa.

Aos funcionários da secretaria do PPGCOM que tanto ajudam seus pós graduandos cotidianamente.

Aos professores do PPGCOM que nos privilegiaram com aulas instigantes e apresentaram novos autores e visões científicas que ajudaram a sustentar a pesquisa.

A minha família que apoiou a opção pela academia sem saber no que se metia na época e mesmo assim perseverou em ficar ao meu lado durante a complexa elaboração deste trabalho.

Agradeço à Mariana pela paciência e carinho incondicionais durante todas as etapas do mestrado e da produção deste trabalho.

Aos amigos que me acompanham desde a graduação, Rodrigo, Marcella e Juliana, que ajudaram tanto a moldar as reflexões neste trabalho e em pesquisas futuras.

Ao Departamento de Cinema e Vídeo da UFF e todos seus professores pela acolhida desde a graduação.

Aos meus alunos que tanto ajudaram a destrinchar as inúmeras questões sobre o mercado audiovisual e as políticas culturais.

A Lia Bahia, Jhonny Barroso, Felipe Milhouse, Felipe Lopes e toda a equipe da Secretaria Estadual de Cultura que me ajudou na feitura deste trabalho com a concessão de valiosos dados.

A Walerie Gondim, Ana Letícia Leite da Silva e toda equipe da RioFilme que me recebeu para uma bela entrevista e me concedeu acesso a dados fundamentais para elaboração da pesquisa.

A Júlia Levy, pela disposição de ser entrevistada e por ofertar visões tão interessantes sobre a elaboração e implementação das políticas estudadas.

A Wellington Cardoso pela entrevista concedida e pela grande disposição em ajudar a pesquisa a se enriquecer com seu relato.

A Paulo Máttar pela disposição e interesse no trabalho que demonstrou ao ser entrevistado, concedendo não só dados importantes mas também provocações fundamentais sobre o mercado exibidor.

A Luiz Gonzaga de Luca pela entrevista concedida e por compartilhar seu vasto conhecimento do mercado audiovisual comigo.

A Ana Louback pelo entusiasmo com que concedeu entrevista para a pesquisa e pelo valioso relato e paixão pela política para o audiovisual.

A Pedro Butcher pela interlocução e à BoxOffice Brasil/Filme B pela disponibilização de dados detalhados e maravilhosos para uso neste trabalho.

A CAPES pelo financiamento desta pesquisa pelo período de dois anos, sem o qual ela não seria possível da mesma forma.

## LISTA DE FIGURAS E TABELAS

Tabela 1 – Cinema: Frequência por renda em percentual.....	21
Tabela 2 – Salas de cinema por faixa populacional.....	21
Tabela 3: Municípios que aderiram ao SNC.....	35
Tabela 4 – Evolução das salas de cinema, 1971-2014.....	41
Figura 1 – Fachada do Coper-Botafogo.....	46
Figura 2 – Fachada do Estação Botafogo.....	47
Figura 3 – Sala de espera do Espaço Itaú de Cinema.....	48
Figura 4 – Fachada do Cine Jóia Jacarepaguá.....	49
Figura 5 – Fachada do Cine Odeon.....	49
Figura 6 – Fachada do Cine Santa.....	51
Tabela 5 – Complexos de cinema do estado do Rio de Janeiro.....	55
Figura 7 – Fachada do Ponto Cine.....	58
Figura 8– Cinemão: veículo de ocupação tática da cultura.....	62
Figura 9 – Folder pedagógico do filme “Uma história de amor e fúria” (2012).....	75
Figura 10 – Fachada do Cine Carioca Nova Brasília.....	82
Figura 11 – Placa de inauguração do Cine Carioca N. Brasília.....	82
Figura 12 – Fachada Cine Carioca Méier.....	84

## SUMÁRIO

**Resumo**

**Abstract**

**Introdução.....10**

**Capítulo 1 – Ir ao cinema: uma experiência coletiva.....15**

1.1 A experiência coletiva e o audiovisual.....15

**Capítulo 2 – Consumo cultural, política cultural.....27**

2.1 Notas sobre política cultural, consumo e cultura.....28

2.2 A política para cultura municipal no século XXI e o caso da cidade do Rio de Janeiro.....34

**Capítulo 3 – O parque exibidor carioca a partir dos anos 1990: deslocamentos e reorganizações.....41**

3.1 O declínio dos cinemas de rua e a transição para o multiplex.....41

3.2 Um certo circuito de arte.....44

3.3 Panorama atual das salas de exibição no estado do Rio de Janeiro.....52

**Capítulo 4 – Um estudo comparativo entre as políticas estatais e as iniciativas da sociedade civil no campo da difusão e acesso ao cinema e audiovisual.....56**

4.1 Ponto Cine: um cinema popular em Guadalupe.....57

4.2 Cinemão: a ocupação tática da cultura.....62

4.3 Cinema Para Todos: Os vales cinema e o acesso ao audiovisual.....64

4.4 O programa Cinema da Cidade e a possibilidade da interiorização do parque exibidor fluminense.....	77
4.5 Rede Cine Carioca: um projeto de acesso a sala de cinema.....	79
4.6 O Cine Carioca Nova Brasília e o projeto de pacificação do estado do Rio.....	88
4.7 O Cine Carioca, sua programação e a formação de plateias.....	92
<b>Considerações Finais.....</b>	<b>99</b>
<b>Bibliografia.....</b>	<b>102</b>
<b>Apêndices.....</b>	<b>107</b>

## RESUMO

O presente trabalho investiga a intervenção estatal na exibição cinematográfica no estado do Rio de Janeiro a partir do ano de 2010. A valorização da questão da experiência coletiva de fruição do espetáculo do cinema é um pressuposto basilar da discussão e aliado ao estudo da reorganização do parque exibidor carioca e fluminense e seu modelo de negócios desde dos anos 1980 evidencia um processo de elitização da atividade da exibição e conseqüente afinamento do seu público. Em discussões em torno dos conceitos de políticas culturais depara-se com a noção de que a cultura foge às medições tradicionais econômicas e que portanto é um objeto complexo no que tange a elaboração de políticas para seu fomento e desenvolvimento. As análises comparativas e objetivas dos estudos de caso da Rede Cine Carioca, Programa Cinema Para Todos, projeto Cinemão e Ponto Cine trazem uma série de apontamentos no que se refere ao papel do Estado e da sociedade civil no setor da exibição, evidenciando as nuances de sua interação e a necessidade da função de ambos no trabalho de acesso à cultura.

Palavras-chave: Cinema e Audiovisual; Rio de Janeiro; Estado; Sociedade Civil; Exibição.

## **ABSTRACT**

The present work seeks to investigate State intervention in cinema exhibition in the state of Rio de Janeiro since 2010. The question of the collective experience of enjoying the spectacle of cinema is a base assumption of the discussion and allied to the study of the reorganizing Rio exhibition sector and its business model since the 1980s highlights a process of elitization of the movie theater activity and consequent narrowing of its public. In discussion around the concepts of cultural policy, there is the notion that culture escapes the traditional economic measurements and that therefore is a complex object in respect to the elaboration of policies for its fomentation and development. The comparative and objective analysis of the Rede Cine Carioca, Programa Cinema Para Todos, projeto Cinemão and Ponto Cine case studies bring a series of notes referring to the role of the State and civil society in the exhibition sector, bringing forward the nuance of their interaction and the necessity of both their function in the culture access work.

Keywords: Cinema and Audiovisual; Rio de Janeiro; State; Civil Society; Exhibition.

## Introdução

Este trabalho surge do interesse em refletir sobre a questão da exibição cinematográfica, objeto de estudo na graduação tanto em um projeto de iniciação científica quanto no tempo de trabalho na Superintendência de Acompanhamento de Mercado (SAM) da Agência Nacional de Cinema (Ancine). O tempo na SAM durante o segundo ano de graduação me proporciona um contato amplo com os indicadores mercadológicos da atividade cinematográfica no Brasil e suas lacunas históricas, posteriormente estudadas de forma mais profunda. Destes dados, alguns dos mais interessantes e curiosos se encontram no setor da exibição. São números que podem nos mostrar como este é um dos fatores pelos quais o mercado de cinema no país se dá de forma tão desigual e frágil. Sustentado pelo tripé produção-distribuição-exibição o mercado audiovisual é um objeto ainda pouco estudado, mesmo com o aumento de pesquisas no assunto dos últimos anos. Para Jean Claude Bernardet a historiografia do cinema conta, principalmente, a história de realizadores, cineastas e filmes, enquanto outros objetos, como o mercado e a legislação eram tratados “alusivamente, frequentemente a partir de fontes secundárias” (BERNARDET *apud* SIMIS, 1996).

No entanto, a história do cinema, apesar de usualmente voltada para questões estéticas, narrativas e da seara da produção entende como início de sua cronologia uma exibição cinematográfica. Em 28 de dezembro de 1895 ocorre em Paris o que é aceita como a primeira exibição pública de cinema (MUSSER, 1990), à época ainda o cinematógrafo, mesmo que anos antes desta data diversas outras experiências de imagens em movimento tenham sido feitas, tanto individuais como coletivas. É ali que se entende como a primeira exibição do que viria a ser chamado de cinema nos anos seguintes e ser aperfeiçoado e modificado no século XX. O cinema, segundo Tom Gunning se origina “num atoleiro de modernos modos de percepção e novas tecnologias que se misturavam todos no século XIX” (GUNNING, 1996, p. 26). Ou seja, uma série de bugigangas, invenções e apropriações tecnológicas resulta no cinema, mas o que nos chama atenção nesta data, além de ser em uma exibição pública e não na feitura do primeiro filme que se inaugure a história do cinema, é o fato de que na realidade esta se trata de uma das primeiras exibições *pagas* de cinema. Neste período o cinema era um espetáculo de diversões, se configurando como mercadoria desde seu nascimento de fato, ou seja, o seu estatuto de atividade de comércio é o que o define nos primórdios, apesar de forma de arte e artesanal é, para a sociedade, um produto que é comercializado

como tal. Para Rafael de Luna Freire “Nesse contexto inicial, as projeções dos primeiros filmes foram incluídas em espetáculos de variedades nos quais o cinematógrafo era apenas uma dentre tantas outras atrações.” (FREIRE, 2012, p. 16). O que nos interessa deste processo todo é entender que a atividade cinematográfica, arte massiva, tem como especificidade o fato de ser arte e indústria, produto e obra. Para João Guilherme Barone Reis e Silva.

A possibilidade de comercialização *ad infinitum* de um mesmo produtor é o que permite a um filme, produzido em 1940, por exemplo, continuar a ser exibido e comercializado 60 anos depois, gerando resultados financeiros ao seu autor (ou descendentes) (...) (SILVA, 2009, p. 36)

Então, em primeiro lugar o interesse é estabelecer as características e especificidades do espetáculo cinematográfico na sua forma primordial: a experiência coletiva. A sala escura é onde se materializa a fruição conjunta da obra, e é em seus espaços auxiliares também onde pode se construir a sociabilidade e fomentar discussões que podem ir para além do espetáculo. A reflexão de autores como Jürgen Habermas e Hannah Arendt sobre o espaço público e privado é ponto de partida para uma discussão, a partir de outros autores como Ana Rosas Montecón, Nestor Garcia-Cancelini, Renato Ortiz, Jesus Martin-Barbero e Iris Young, de como o cinema e a sua experimentação coletiva são uma importante parte do processo de sociabilização e construção de cidadania. Dados da Agência Nacional do Cinema (Ancine) e do Ministério da Cultura (Minc) no entanto demonstram como a atividade de fruição coletiva do espetáculo cinematográfico se torna elitizada e por consequência proibitiva para grandes parcelas da população. Nesse sentido se identifica que o Estado é ator fundamental para a promoção deste tipo de experiência em determinadas regiões das cidades. Esta discussão será realizada no primeiro capítulo deste trabalho.

Em seguida, no segundo capítulo, o interesse é levantar algumas questões relevantes no campo da política cultural. Sob o alicerce dos conceitos de cidadania e opressão de Iris Young e utilizando conceitos e discussões da seara do *policy making*, com autores como Celina Souza e Klaus Frey em diálogo com as concepções do Estado ampliado de Antonio Gramsci e a leitura deste por Carlos Nelson Coutinho, pretende-se traçar uma base sobre a qual articular as análises das políticas estatais que são objeto deste trabalho. Os trabalhos de Françoise Benhamou, Anita Simis, Celso Furtado e

Durval Muniz Albuquerque Jr. são fundamentais para a discussão da questão da política e do consumo cultural, que, aliados às concepções de política cultural delineadas por Marilena Chauí vão ajudar a articular uma reflexão particular sobre as políticas estatais para a cultura, seu funcionamento e elaboração. Os dados do Minc e do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) sobre as estruturas gerenciais dos municípios do Brasil para a cultura aliados as discussões realizadas por Lia Calabre nos dão um subsídio para pensar a política municipal para a cultura no Rio de Janeiro em relação ao resto do país.

Para esta pesquisa não podemos deixar de traçar uma certa história do mercado exibidor no estado do Rio de Janeiro. A evolução do circuito de cinemas, seus deslocamentos e reorganizações é uma importante reflexão a ser feita, e, nesse sentido é fundamental o trabalho de Alice Gonzaga, que serve de bússola para a investigação de um processo próprio do Rio que nos anos de 1980, 1990 e 2000 transforma de vez o mercado exibidor carioca e fluminense. No capítulo 3 a tônica da reflexão é sobre exatamente os primórdios da elitização da ida ao cinema, da concentração de salas em determinadas regiões e do advento do *multiplex*, que modifica um modelo de negócios em vigor há anos, trazendo ao mesmo tempo o surgimento de um certo circuito de arte, ou alternativo, que se articula pela primeira vez ainda nos anos 1980.

Nesse sentido é importante notar, que assim como no período de 1980 em diante o auge do mercado exibidor em fins dos anos 1970 deve ser compreendido como parte de um sistema e de uma conjuntura que incluía a Empresa Brasileira de Filmes (Embrafilme) e sua distribuidora. Assim como seu declínio, evidenciado no capítulo de número 3, não pode ser pensado sem levar em conta a popularização da televisão e do vídeo doméstico, além da virada neoliberal na política para a cultura no país. A retomada do mercado exibidor também não está fora do processo de retomada da produção do cinema brasileiro, assim como o fenômeno do *multiplex*, complexos de cinemas com diversas salas que se tornam maioria no país a partir do fim dos anos 1990, não pode ser lido fora do contexto internacional.

No quarto capítulo pretende-se mergulhar em uma análise comparativa dos objetos de estudo de fato desta pesquisa, que são as políticas estatais para o acesso ao cinema e audiovisual no estado do Rio de Janeiro a partir de 2010. Aqui não nos debruçaremos acerca de questões estéticas e narrativas, nem pretendemos nos deter

exclusivamente em questões mercadológicas, nosso foco é investigar o Estado, entendido aqui no sentido estrito, governamental, elaborador de legislação e políticas, como agente interventor no setor de exibição cinematográfica, mais especificamente no estado do Rio de Janeiro a partir de 2010. O trabalho pretende então refletir, a partir de diversos conceitos e reflexões de outros autores, acerca da elaboração e implementação das políticas de acesso ao cinema e audiovisual, mais especificamente a sala de exibição. Para este fim destacamos duas políticas estatais, a Rede Cine Carioca e o Programa Cinema Para Todos – respectivamente gerenciados pela prefeitura do Rio de Janeiro e pelo governo do estado – e duas iniciativas provenientes da sociedade civil (ainda que apoiadas em maior ou menor medida por recursos estatais): o Ponto Cine e o projeto Cinemão.

Nesse sentido é importante pensar como se dão essas políticas e analisá-las levando em conta a chave de definição de concepções de política cultural discutidas no segundo capítulo, mantendo uma abordagem objetiva que pretende identificar fragilidades, riscos, benefícios e vantagens das políticas analisadas.

Para nós é fundamental também compreender essas políticas em seu contexto socioeconômico e político, em relação a políticas de segurança do estado do Rio e o projeto da UPP, política de segurança pública do governo estadual do Rio de Janeiro implementada a partir de 2008.

Os estudos de caso serão guiados pela análise de suas programações, público alvo e público atendido, intenção exposta pelos gestores e responsáveis e leitura de dados mercadológicos e quantitativos, bem como qualitativos, a partir de entrevistas. As particularidades de cada exemplo serão levadas em conta em relação ao restante dos programas e políticas, privilegiando sua compreensão relativa.

Este estudo visa compreender o setor da exibição como parte fundamental da atividade cinematográfica e audiovisual, já que entendemos que a difusão das obras e produtos, frequentemente financiados com recursos estatais, é problema antigo e constante.

O Estado, no Brasil, já atuou como interveniente direto de forma contundente tanto no setor da produção quanto no da distribuição, porém nunca de forma sistêmica e estrutural no setor da exibição. Desejamos ao fim desta pesquisa compreender melhor

como as experiências atuais se encaixam na cadeia produtiva do audiovisual, quais são os riscos, fragilidades, benefícios e vantagens de cada forma de se implementar uma política de acesso à exibição cinematográfica, seja do ponto de vista do Estado ou da sociedade civil, quais os percalços e gargalos encontrados em cada processo sempre em relação com o cenário político, social e cultural do estado do Rio de Janeiro.

## Capítulo 1 – Ir ao cinema: uma experiência coletiva

Neste capítulo faremos uma reflexão sobre a fruição do cinema como experiência coletiva na sala de exibição, mobilizando autores que tratam de consumo cultural e economia da cultura em um contexto de mundialização, como Renato Ortiz, Nestor Garcia-Canclini, Ana Rosas Montecón e Françoise Benhamou e autores que tratam da questão do público e privado como Jurgen Habermas, Hannah Arendt e Iris Young.

Desejamos produzir sínteses sobre a atividade de ir ao cinema como mais do que o consumo de um bem cultural, o filme, mas também como uma experiência que envolve uma série de questões extra-fílmicas, desde as atividades periféricas ao ato de ir ao cinema até a sociabilidade produzida nos espaços anexos ao da projeção.

### 1.1 O audiovisual e a experiência coletiva

Para nossa reflexão acerca da experiência coletiva no cinema e audiovisual precisamos compreender os conceitos de público e privado, conforme reflexões principalmente calcadas no pensamento de Hannah Arendt e de Jürgen Habermas. Para Arendt, basicamente o termo público

Significa, em primeiro lugar, que tudo o que vem a público pode ser visto e ouvido por todos e tem a maior divulgação possível. Para nós a aparência – aquilo que é visto e ouvido pelos outros e por nós mesmos – constitui a realidade. (ARENDR, 1981, p. 59)

Em segundo lugar, o público, para Arendt, é também

(...) o próprio mundo, na medida em que é comum a todos nós e diferente do lugar que nos cabe dentro dele. Este mundo, contudo, não é idêntico à terra ou à natureza como espaço limitado para o movimento dos homens e condição geral da vida orgânica. Antes, tem a ver com o artefato humano, com o produto de mãos humanas, com os negócios realizados entre os que, juntos, habitam o mundo feito pelo homem. (*ibidem*, p. 62)

O público então, no sentido arendtiano, é o mundo humano, aquele que o ser humano produz, a sociedade. Já o privado, na concepção da autora, trata “(...) de questões básicas de vida, morte, necessidade e prazer em que o extremo não pode ser

compartilhado, e no sentido que as relações sociais que carregam essas atividades são geralmente mais ou menos exclusivas” (YOUNG, 2000, p. 160-161).<sup>1</sup> A partir desta noção de público e privado presente no pensamento de Arendt, podemos relacionar as reflexões de Habermas no que concerne à categoria de esfera pública, que para o autor

(...) continua sendo, sempre ainda, um princípio organizacional de nosso ordenamento político. Ela é, evidentemente, algo mais e outra coisa do que um fragmento de ideologia liberal de que a social democracia pudesse desfazer-se sem prejuízos. (HABERMAS, 2003, p. 17)

A esfera pública seria ainda um espaço essencialmente burguês, que, formado principalmente por esse estrato da sociedade, vai tratar de questões relativas ao comércio e a economia de forma privilegiada

A esfera pública burguesa pode ser entendida inicialmente como a esfera das pessoas privadas reunidas e um público; elas reivindicam esta esfera pública regulamentada pela autoridade, mas diretamente contra a própria autoridade, a fim de discutir com ela as leis gerais da troca na esfera fundamentalmente privada, mas publicamente relevante, as leis do intercâmbio de mercadorias e do trabalho social. (*ibidem*, p. 42)

A esfera pública, ainda, deve ser localizada em coordenadas históricas:

Esta esfera pública de conteúdo não estatal se expande a partir do crescimento das cidades e da proliferação dos cafés e dos salões, embora sua constituição definitiva tenha se dado apenas a partir da transformação da função da imprensa que, configurando-se como um “fórum” apartado do mundo estatal, permitiu a formação de uma opinião pública crítica capaz de colocar publicamente a questão da legitimidade discursiva do Estado. (PERLATTO, 2012, p. 80)

Lembrando que aqui o autor se refere a imprensa comercial periódica, não a imprensa de um modo geral, mas sim o jornal.

---

<sup>1</sup> Tradução livre de: “Such activities are private in the Arendtian sense that they concern basic matters of life, death, need, and pleasure which in the extreme cannot be shared, and in the sense that the social relations carrying out these activities are usually more or less exclusive.”

Uma crítica de viés marxista no entanto, presente na própria reflexão de Habermas, pode trazer possibilidades para dar mais complexidade à essa esfera pública burguesa. O autor, dialogando com Marx vai fazer alguns apontamentos.

Assim que a massa dos não-proprietários transforma em tema de *seu* raciocínio público as regras gerais do intercâmbio social, a reprodução da vida social torna-se, enquanto tal, uma questão geral e não mais apenas a sua forma de apropriação privada. (HABERMAS, 2003, p. 153)

Pensando assim, desde Marx, uma ideia que Iris Young vai apontar em seu livro “Inclusion and Democracy” (2000). De que a esfera pública não é única e homogênea, mas sim acompanhada de uma série de esferas públicas subalternas que são formadas a partir de diversos grupos sociais mas que para além de se organizarem para si vão também se articular em uma ampla esfera pública da sociedade em geral (YOUNG, 2000).

Nesse sentido, devemos falar necessariamente no consumo do audiovisual no contexto atual, que traz deslocamentos nos seus espaços de fruição e uma série de modificações no que tange a este hábito, principalmente da década de 1980 em diante, com suas especificidades contemporâneas que reafirmam certas tendências iniciadas no século passado.

Nestor Garcia Canclini, em seu livro “Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização” (1995), trata da questão do consumo cultural e especificamente da questão do cinema e do audiovisual e faz apontamentos altamente relevantes para a contemporaneidade sobre o modo como se consome o produto audiovisual. Canclini destaca quatro grandes transformações no modo de ser ver cinema e audiovisual: para nós a mais notável se trata do deslocamento da fruição, antes majoritariamente no espaço público (salas de cinema, cineclubes, etc.), para o espaço privado (a sala de casa, o quarto): “... Uma localização diferente do fenômeno fílmico entre o público (o consumo cultural urbano) e o privado (a recepção de entretenimento em casa)”. (CANCLINI, 1995, p. 158). Este deslocamento é tema central para nossa discussão pois trata de uma mudança que não só está atrelada a como se consome audiovisual ou se deixa de consumi-lo, mas também sobre como os indivíduos se relacionam com o espaço público e com a cidade. Então o deslocamento também nesta

relação vai influenciar no modo de vida das pessoas, em suas possibilidades de agregação social, na sua vivência coletiva. Para Canclini:

(...) o cinema – tradicional estímulo para sair de casa e usar a cidade, lugar de tematização do urbano – converte-se num impulso de recolhimento à privacidade doméstica indica uma mudança radical nas relações entre cinema e vida pública. O cinema ampliou sua ação comunicacional graças à televisão e o vídeo. Mas esta expansão transformou o processo produtivo e as maneiras de se assistir os filmes(...) nessa comunhão devota que se forma no escuro silêncio em frente à tela, a televisão e o vídeo fomentam a sociabilidade restrita ao casal ou a família. (*ibidem*, p. 160)

A diminuição dessa possibilidade de experiência coletiva traz uma série de possíveis questionamentos, no entanto é importante pontuar que sem dúvida, com o advento da internet e dos serviços de vídeo sob demanda, esse suposto enclausuramento de que fala Canclini talvez não seja mais absoluto. Para este trabalho desejamos pensar nas potencialidades inseridas na coletividade *in loco*, no uso da cidade e na experiência possivelmente agregadora que é a fruição coletiva e pública da arte, no caso do audiovisual, sem no entanto negar outros caminhos que possam ser trilhados. Como diz Ana Rosas Montecón:

Ao consumir nos relacionamos diretamente com uma oferta cultural buscando entretenimento, informação, uma experiência estética, etc., porém ao mesmo tempo satisfazemos outras necessidades – de identificação grupal, regional, nacional ou global; de sociabilidade; de busca de um espaço próprio, de independência, de distinção, apropriação do espaço público, participação política, de inclusão social, etc. – as quais, não obstante não serem conscientes podem chegar a ser de maior relevância que a relação com a oferta cultural específica. (...) Na nossa relação com as ofertas culturais podemos então encontrar entretenimento e diversão mas também informação, oportunidades de formar concepções de mundo, construir consensos, construir cultura política e exercer ou não cidadania. (MONTECÓN, 2009, p. 94)<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup>Tradução livre de: “Al consumir nos relacionamos directamente con una oferta cultural buscando entretenimiento, información, una experiencia estética, etc., pero al mismo tiempo satisfacemos otras necesidades –de identificación grupal, regional, nacional o global; de sociabilidad, de búsqueda de un espacio propio, de independencia, de distinción, apropiación del espacio público, participación política, de inclusión social, etc.– las cuales, no obstante que no siempre son conscientes, pueden llegar a ser de mayor relevancia que la relación con la oferta cultural específica. (...)En nuestra relación con las ofertas culturales podemos entonces

Entendemos que uma importante noção que Montecón apresenta é a de que o consumo coletivo, o uso do espaço público, vão para além da própria obra de arte que está em questão. É aqui que nos interessa pensar a potencialidade de um equipamento cultural não só como possibilidade de acesso à cultura, mas também e principalmente uma espécie de âncora para materializar um espaço público de debate coletivo, de um reconhecimento mútuo daqueles atores ali inseridos como uma comunidade, conforme aponta Laurent Creton:

Certas salas de cinema podem assumir um papel normalmente atribuído à cidade: a *Ágora*. A sala precisa ser capaz de combater o exílio dos cineastas e dos espectadores, e permitir a reversão do consumo passivo em atividade de gosto. O cinema é mais do que um lazer: é uma experiência de vida capaz de produzir a transformação (CRETON, 1994, p. 192 *apud* FERRAZ, 2015, p. 198).

O equipamento cultural certamente não é a única, ou mesmo a principal ferramenta nesse sentido, a importância deve ser dada ao esporte, às associações de moradores e corporativas, ao boteco da esquina e a todos os espaços de congregação e sociabilidade. Mas é interessante a possibilidade de se pensar o equipamento cultural como privilegiado pois fornece o subsídio para discussão, além da possibilidade de desenvolvimento da sensibilidade, que se manifesta nos espaços anteriores e posteriores à exibição dos filmes, sintetizando um espaço extra-fílmico de troca. Nesse sentido, Jesus Martín-Barbero (2003) propõe um deslocamento da análise da comunicação dos meios para as mediações, que, segundo o autor “(...) significava que entre estímulo e resposta há um espesso espaço de crenças, costumes, sonhos, medos, tudo o que configura a cultura cotidiana” (BARBERO, 2000, p. 154), criando então uma situação

(...) na qual o lido funciona não como ponto de chegada e fechamento do sentido, mas ao contrário, como ponto de partida, de reconhecimento e colocação em marcha da memória coletiva, uma memória que acaba refazendo o texto em função do contexto, reescrevendo-o ao utilizá-la para falar do que o grupo vive. (BARBERO, 2003, p.148).

---

hallar entretenimiento y diversión, pero también información oportunidades de formar concepción es del mundo, erigir consensos, construir cultura política y ejercer o no ciudadanía.”

Barbero vai dizer ainda que é no espaço popular que as mensagens vão ser apropriadas, revestidas de significado. A comunicação então passa a ser espaço de reprodução de conflitos e tensões sociais no nível da cultura. (*ibidem*)

Os rituais pré e pós filme são fundamentais para entender a ida ao cinema como uma experiência, como evidencia Canclini:

Muitos dos que gostam de ver o cinema no vídeo também vão às salas, mas nesse caso o passeio familiar, a reunião com os amigos e a saída noturna são tão importantes quanto o filme, o qual se torna uma parte do programa. (CANCLINI, 1995, p. 165)

A experiência coletiva de fruição do cinema é uma atividade importante para a sociedade, como podemos perceber dialogando com os autores citados. No Brasil há um processo histórico de aumento do número de salas de exibição nos anos recentes, o que a primeira vista pode ser lido como um retorno ao consumo coletivo de cinema, mas, como veremos a seguir, precisa ser problematizado.

O público das salas de cinema no Brasil vem em um crescente constante desde pelo menos o ano de 2009, sendo uma tendência que se apresenta desde o início do século XXI segundo dados da Ancine<sup>3</sup> Esses dados porém não se opõem aos apontamentos feitos anteriormente, do deslocamento do consumo audiovisual para o espaço privado. Mesmo com o crescente número de ingressos vendidos é possível verificar que este fenômeno segue sendo restrito, tanto às grandes concentrações territoriais urbanas, quanto por barreiras econômicas,<sup>4</sup> de acesso à cidade e culturais, conforme mostram as duas tabelas a seguir, a primeira que diz respeito a frequência de ida ao cinema por faixa de renda e a segunda que demonstra o número de salas de exibição por faixa populacional.

---

<sup>3</sup> Anuário de Distribuição em salas – Ancine, 2014.

<sup>4</sup> O preço médio do ingresso ao final de 2014 já se encontrava no valor de R\$ 12,57, segundo dados da Ancine, cerca 1,6% do salário mínimo vigente em 2015 de R\$ 788.

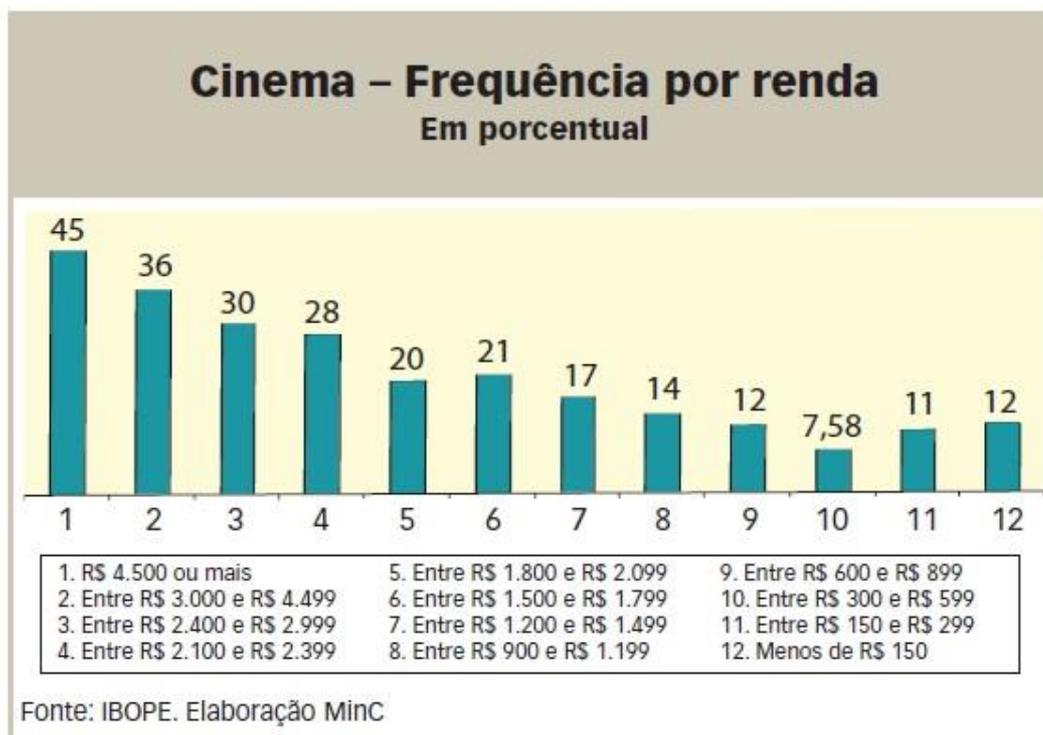


Tabela 1: Cinema – Frequência por renda em percentual. Fonte: Ministério da Cultura, 2010.

Faixa populacional	Número de municípios	Municípios com cinema	% municípios com cinema	Salas	% salas
Até 50 mil habitantes	4.932	84	1,7%	90	3,4%
50 a 100 mil	340	92	27,1%	138	5,2%
100 a 500 mil	259	177	68,3%	858	32,0%
Mais de 500 mil	39	39	100,0%	1.592	59,4%
<b>Total</b>	<b>5.570</b>	<b>392</b>	<b>7,0%</b>	<b>2.678</b>	<b>100%</b>

Tabela 2: Salas de cinema por faixa populacional. Fonte: Ancine, 2013.

Montecón traz uma reflexão nesse sentido quando diz que no caso das ofertas culturais situadas em locais fixos:

(...) aqueles que conseguem chegar e constituir-se em seus públicos são os vencedores de uma longa corrida de obstáculos: percorreram a distância geográfica que separa os espaços culturais cuja distribuição concentrada e desigual os mantém alijados do âmbito cotidiano da maioria dos habitantes das cidades e dos povoados; pagaram seu traslado e o preço do ingresso, nos casos em que não podiam gozar de alguma isenção; percorreram a distância simbólica que alija a muitos do patrimônio sacralizado, produto da sua construção social hierarquizada; estruturaram de determinada maneira seu tempo livre e deixaram o abrigo de suas casas, vencendo a poderosa atração que exerce a oferta midiática (...) Uma vez superados todos esses obstáculos, é possível que aqueles que não formam parte do *público implícito*<sup>5</sup> devam enfrentar barreiras nos dispositivos de comunicação e informação das instituições culturais, os quais contêm implicações, pressuposições, intenções e estratégias integradas neles mesmos e mesmo na maneira em que se desdobram nos espaços(...) Muitos não chegam e de fato, nem tentam. Não são, nem se sentem convidados. São os *não públicos* da cultura. (MONTECÓN, 2009, p. 91)<sup>6</sup>

Trata-se então de uma série de obstáculos colocados, não só tangíveis e objetivos, como o alto preço dos ingressos e a distância física (que se avoluma quando pensamos na malha do transporte público no Rio de Janeiro, por exemplo). Mas também simbólicos, quando se pensa no capital cultural necessário para “sentir-se bem vindo”:

Se trata de uma distância social que jamais lhes permitirá não só entrar neles [equipamentos culturais] nem sequer os perceber como parte de sua experiência cotidiana possível, já que sua formação básica semeou neles a ideia de que a cultura,

---

<sup>5</sup>O público implícito para Montecón é o público que as ofertas culturais constroem, desde sua criação, como o público ideal. (MONTECÓN, 2009, p. 92)

<sup>6</sup>Tradução livre de: “aquéllos que logran llegar y constituirse en sus públicos son los vencedores de una larga carrera de obstáculos: han recorrido la distancia geográfica que separa los espacios culturales cuya distribución concentrada e inequitativa los mantiene alejados del ámbito cotidiano de la mayoría de los habitantes de las ciudades y los pueblos; pagaron su traslado y el precio del boleto, en los casos en los que no podían gozar de alguna exención; recorrieron la distancia simbólica que aleja a muchos del patrimonio sacralizado, producto de su construcción social jerarquizada; estructuraron de determinada manera su tiempo libre y dejaron el abrigo de sus hogares, venciendo la poderosa atracción que ejerce la oferta mediática (...) Una vez sorteados todos estos obstáculos, es posible que los que no forman parte del público implícito deban enfrentar barreras en los dispositivos de comunicación e información de las instituciones culturales, los cuales contienen implicaciones, presuposiciones, intenciones y estrategias integradas en ellos mismos y en la manera en la que se despliegan en los espacios. (...) Muchos no llegan y de hecho, ni lo intentan. No son, ni se sienten convidados. Son los no públicos de la cultura.”

e em grande medida, a arte, são bens que só se pode desfrutar quando se ascendeu a um status econômico superior. Essa distância social tem uma clara marca de classe. (*ibidem*, p. 92)<sup>7</sup>

Nos permitimos uma pequena digressão, para tratar da questão do que se vê no cinema, quando se vê. É necessário trazer algumas reflexões de Canclini e Renato Ortiz no que tange a questão da cultura no processo de globalização, de forma bem breve. Para Canclini “Nas novas gerações as identidades se organizam menos em torno dos símbolos histórico-territoriais, os da memória pátria, que em torno dos de Hollywood, Televisa ou Benetton.” (CANCLINI, 1995 p. 48). Ele vai então dizer que “as identidades pós modernas são transterritoriais e multilinguísticas”, ao contrário das modernas que seriam territoriais e monolinguísticas (*ibidem*). Subscrevemos essa reflexão de Canclini, no entanto nos parece mais correto trabalhar com a noção de sobremodernidade e não de pós modernidade. Para Ortiz:

Talvez fosse mais correto dizer que nos encontramos diante de uma ‘sobremodernidade’, uma configuração que se projeta para além da anterior mas que se constrói a partir dela (...) O termo evoca a continuidade e as especificidades que os historiadores distinguem ao longo da Idade Média. Dentro desta ótica, a modernidade-mundo seria um momento de radicalização das modernidades anteriores. (ORTIZ, 1994, p. 70)

Dito isso, o consumo musical brasileiro se mostra muito calcado na produção nacional, fato ligado a um processo histórico específico que foge ao escopo deste trabalho, e o consumo televisivo do país é em boa parte, no que tange a TV aberta, de produção brasileira também. No entanto, quando falamos em globalização, é inegável que o que se vê no cinema comercial é majoritariamente estrangeiro, e estadunidense, já que o espetáculo hollywoodiano domina amplamente o cinema comercial a nível mundial. É claro que há um contraponto a ser feito sobre o aumento progressivo não só na produção de filmes brasileiros, mas também em sua distribuição (pontuando que são em sua maioria filmes de grande apelo comercial, em geral comédias, estrelando atores e atrizes conhecidos do grande público pelo trabalho televisivo), no entanto é inegável

---

<sup>7</sup>Tradução livre de: Se trata de una distancia social que jamás les permitirá no sólo entrar en ellos sino siquiera percibirlos como parte de su experiencia cotidiana posible, ya que su formación básica sembró en ellos la idea de que la cultura, y en gran medida, el arte, son bienes de los que sólo se puede disfrutar cuando se ha accedido a un estatus económico superior. Esa distancia social tiene una clara marca de clase.

que a maior força presente nas telas de cinema do país ainda é o cinema estrangeiro. Discutiremos isso com maior relação com a programação dos equipamentos estudados mais à frente, mas desde já pontuamos essa questão. Canclini já dizia que “Somos subdesenvolvidos na produção endógena para os meios eletrônicos, mas não para o consumo.” (CANCLINI, 1995, p. 41).

Porém, não acreditamos que o público nacional, muito menos aquele de iniciativas estatais de acesso ao cinema, deva obrigatoriamente somente assistir filmes nacionais. Por mais que haja um argumento a ser feito acerca da questão nacional, do afastamento do local em detrimento do global, a produção audiovisual sem dúvida ultrapassa fronteiras e pode falar de questões que são caras aos povos de diversos países. A solução não é negar a produção estrangeira e sim equacioná-la com a produção nacional, e nesse sentido é importante apontar que pode ser proveitoso para a América Latina como um todo a troca de produção audiovisual entre seus países. O combate sobre a ocupação de nossas salas de exibição com o produto estadunidense então, não deve inviabilizar uma discussão de um maior intercâmbio com aquelas culturas latinas tão próximas em vários sentidos ao Brasil e tão distantes no que tange o audiovisual. Nesse sentido é parte da reflexão como se relacionam, na chave da agregação social dita anteriormente, esses atores com o produto quase que invariavelmente estrangeiro, ligado a um sistema imperialista hegemônico levado a cabo pelos EUA, e não latino-americano, por exemplo. Deborah Holtz aponta que com predominância do cinema estadunidense o espectador se relaciona com esses audiovisuais pensando que “a realidade está em outro lugar” (HOLTZ, 1994). Nesse sentido, define Ortiz:

Se a diferença entre "Primeiro" e "Terceiro" mundo é diluída, outras surgem no seu interior, agrupando ou excluindo as pessoas. (...) Nossa contemporaneidade faz do próximo o distante, separando-nos daquilo que nos cerca, ao avizinhar dos lugares remotos. Nesse caso, não seria o outro, aquilo que o "nós" gostaria de excluir? (...) Um outro destoante dos passos da ideologia moderna, denunciando mesmo no seu silêncio, a presença incômoda de sua voracidade. Panorama revelador das desigualdades, nos induzindo a um etnocentrismo às avessas, ironicamente no momento em que acreditávamos ter nos livrado de qualquer centralismo. Outro que nos desafia a pensar a relação entre "nós" e "eles", "dentro" e "fora", nos convidando a redesenhar um novo mapa do mundo. (ORTIZ, 1994, p. 221)

Podemos pensar então, no papel que cumpre a maioria de audiovisuais estrangeiros (estadunidenses) nas telas dos cinemas, e especificamente nos cinemas como os que serão destrinchados a seguir. Será que a “realidade está em outro lugar”? Nos aprofundaremos nessa questão mais à frente.

Retomando a questão da experiência coletiva como delimitadora de potencialidades estéticas e também políticas, voltamos a dialogar com Canclini, quando este diz que:

(...) podemos correlacionar a diminuição da assistência a lugares de consumo cultural público (cinemas, teatros) e o recolhimento doméstico em torno dos divertimentos eletrônicos com o decréscimo das formas públicas do exercício da cidadania. (CANCLINI, 1995, p. 170)

Arendt já apresentava a mesma preocupação, apontando uma decadência da esfera pública.

O que torna tão difícil suportar a sociedade de massas não é o número de pessoas que ela abrange, ou pelo menos não é este o fator fundamental: antes, é o fato de que o mundo entre elas perdeu a força de mantê-las juntas, de relacioná-las umas às outras e de separá-las. (ARENDR, 1981, p. 60)

Perlatto, em seu artigo “Habermas, a esfera pública e o Brasil” (2012) também aponta uma síntese similar do autor quando fala não só sobre uma decadência da esfera pública, mas uma invasão dos espaços do poder público pelo privado.

Não obstante esse movimento, com o passar dos anos, haverá, de acordo com Habermas, sobretudo na segunda metade do século XX, um processo de degeneração da esfera pública, que conduz à transformação do “cidadão” em “cliente” ou “consumidor de serviços”, sobretudo em decorrência da obliteração da divisão entre as esferas privada e pública, devido tanto ao fato de as instituições privadas assumirem cada vez mais os espaços outrora pertencentes ao poder público, quanto do Estado penetrar com maior intensidade no domínio privado. (PERLATTO, 2012, p. 80)

As reflexões de Canclini, Arendt e Habermas nos trazem uma importante realização, que sem dúvida nos faz pensar, na chave do que discutimos neste capítulo, como a experiência coletiva com a arte pode ser uma ferramenta verdadeiramente poderosa para a agregação social e o exercício da cidadania, ou construção da mesma, como coloca Montecón:

Nessa perspectiva, o acesso ao universo cultural e simbólico em todos os momentos da vida e a participação cultural são elementos fundamentais de formação da sensibilidade, da expressividade, da convivência e da construção de uma cidadania plena. (MONTECÓN, 2009, p. 99)<sup>8</sup>

O acesso à cultura e o *desenvolvimento* cultural então são pressupostos para o desenvolvimento social, como coloca Celso Furtado.

Não se pode desconhecer que o desenvolvimento cultural contribui para a tomada de consciência do atraso acumulado na própria satisfação das necessidades básicas e da urgência de que sejam introduzidas mudanças estruturais na matriz do sistema econômico. (FURTADO, 2012, p. 80)

Então, pensar a questão da experiência coletiva e pública de fruição é fundamental para a nossa discussão pois traz a reflexão do consumo da arte para além das suas características intrínsecas a obra. O deslocamento do qual fala Barbero, dos meios para as mediações, quando vamos analisar os processos de comunicação na sociedade, aponta para uma capacidade de problematizar as questões extra-fílmicas da experiência cinematográfica como importantes e, também, como índices para pensar a relação mesmo do público com o privado e com o exercício da cidadania.

As discussões que faremos a seguir acerca das iniciativas da sociedade civil e políticas estatais estudadas estão calcadas prioritariamente nos apontamentos com os quais lidamos neste capítulo.

---

<sup>8</sup>Tradução livre de: “Desde esta perspectiva, el acceso al universo cultural y simbólico en todos los momentos de la vida y la participación cultural son elementos fundamentales de formación de la sensibilidad, la expresividad, la convivencia y la construcción de una ciudadanía plena.”

## Capítulo 2 – Consumo cultural, política cultural

Neste capítulo discutiremos a noção de política pública, que precisa ser destrinchada se desejamos compreendê-la, e mais especificamente de política cultural. Nesse sentido, de início é importante pensar na questão do consumo da cultura e arte como dado relevante para a discussão, assim como a forma como essa dimensão de produto da cultura se articula com a formulação das próprias políticas culturais em si.

Antes de adentrar na discussão específica da política e do consumo cultural é importante delinear alguns princípios sobre a relação entre sociedade civil e Estado, no que se refere a injustiça social, à opressão e à dominação, conforme definidas pela autora Iris Young, em seu livro “Inclusion and Democracy” (2000). A autora define as duas noções basilares de suas reflexões da seguinte forma

Dominação consiste em condições institucionais que inibem ou impedem a participação de pessoas em decisões e processos que determinam suas ações e as condições das suas ações. O aspecto de justiça social que a dominação nega é a auto-determinação. Opressão, o segundo aspecto da injustiça, consiste em processos institucionais sistemáticos que impedem algumas pessoas de aprender e usar de habilidades satisfatórias e expansivas em ambientes socialmente reconhecidos, ou que inibem a habilidade de pessoas de jogar e se comunicar com outros ou expressar seus sentimentos e perspectivas da vida social em contextos onde outros podem ouvir. O aspecto de justiça social que a opressão nega é o auto-desenvolvimento.<sup>9</sup> (YOUNG, 2000, p. 156)

Então, ao pensar em elaboração e execução de políticas culturais, do papel na sociedade civil no processo e a relação com o Estado é importante atentar para a questão mesma da negação da justiça social, como apontada por Young, de forma sistemática.

---

<sup>9</sup> “Domination consists in institutional conditions which inhibit or prevent people from participation in decisions and processes that determine their actions and the conditions of their actions. The aspect of social justice that domination denies is self-determination. Oppression, the second aspect of injustice, consists in systematic institutional processes which prevent some people from learning and using satisfying or expansive skills in socially recognized settings, or which inhibit people’s ability to play and communicate with others or to express their feelings and perspective on social life in contexts where others can listen. The aspect of social justice that oppression denies is self-development.”

Logo, é fundamental que essa tensão seja pensada quando analisamos a eficácia de uma política cultural por exemplo, para Young

Organização e engajamento público, então, podem ser pensados como processos pelos quais a sociedade comunica-se consigo sobre as suas necessidades, problemas, e ideias criativas sobre como resolvê-los. A legitimidade democrática da política pública, ademais, depende parcialmente das instituições estatais serem sensíveis a este processo comunicativo.<sup>10</sup> (*ibidem*, p. 179)

A seguir discutiremos a questão da política pública, do consumo cultural e a teoria em torno da política cultural, sempre no entanto, levando em conta as tensões fundamentais que estão presentes na relação entre sociedade civil, Estado e economia.

## 2.1 Notas sobre política cultural, consumo e cultura

É importante, a princípio, apontar algumas questões sobre o consumo cultural e as especificidades dos bens culturais. Françoise Benhamou, em seu livro “A economia da cultura” (2007), vai delinear algumas reflexões acerca desse tema. Para a autora, o bem cultural, em um certo sentido é um bem coletivo, ou seja “(...) seu consumo por parte de um indivíduo não exclui o consumo da mesma quantidade do mesmo bem por outro indivíduo (não-rivalidade).” (BENHAMOU, 2007, p. 141). Isso é especialmente verdadeiro quando falamos do cinema, nosso objeto de análise, pois a sua reprodutibilidade faz parte da sua constituição enquanto meio de comunicação e obra de arte. Mas a autora segue por aprofundar a reflexão ao que tange a coletividade dos bens culturais, pois

O bem coletivo não é tanto o bem cultural em si quanto o conjunto das normas e valores, o capital de valores estéticos comuns que rege o reconhecimento do caráter cultural do bem. É assim que se pode interpretar o financiamento indireto da informação via televisão pública, via recompensas oficiais etc. (*ibidem*, p. 155)

---

<sup>10</sup>“Public organizing and engagement, then, can be thought of as processes by which the society communicates to itself about its needs, problems, and creative ideas for how to solve them. The democratic legitimacy of public policy, moreover, depends partly on the state institutions being sensitive to that communication process.”

Celso Furtado, em sua coleção de textos “Ensaio sobre a cultura e o Ministério da Cultura” (2012), vai compartilhar desta visão, atentando que a cultura não está sob o jugo da análise econômica tradicional pois é preciso olhar para a

(...) especificidade do fenômeno cultural, cuja dimensão qualitativa é determinante. As técnicas correntes de análise a ele não se aplicam, pois, graças a fenômenos de sinergia, o todo quase sempre supera a adição das partes. (FURTADO, 2012, p. 65)

Ou seja, seguindo as reflexões dos autores podemos chegar à conclusão de que o consumo da cultura, e por consequência a forma de aplicação das políticas culturais, está ligado a um sistema onde as partes e o todo têm relação complexa e múltipla.

Para além da questão do consumo é necessário problematizar a questão da categoria política pública, pensar este termo e do que falamos quando o utilizamos. Alguns conceitos que fazem parte da seara das teorias de políticas públicas são: *polity*, que diz respeito às estruturas da política enquanto atividade governamental (sistema político, jurídico, político-administrativo), *politics*, se trata do processo político, das disputas que se dão na sociedade e governos e o termo *policy*, que por sua vez se refere ao conteúdo, ao programa político, à materialização de um programa eleitoral por exemplo (FREY, 2000). Política pública está ligada invariavelmente a uma ação governamental que tem como objetivo alcançar um determinado público alvo, para resolver uma insuficiência ou ampliar direitos. Celina Souza, em seu artigo “Políticas Públicas: uma revisão da literatura” (2006) diz que

A política pública envolve vários atores e níveis de decisão, embora seja materializada através dos governos, e não necessariamente se restringe a participantes formais, já que os informais são também importantes” (SOUZA, 2006, p. 36).

A autora também traz a seguinte síntese proposta pelo autor Harold Laswell “(...) decisões e análises sobre política pública implicam responder às seguintes questões: quem ganha o quê, por quê e que diferença faz.” (*ibidem*, p. 25). Ela segue, sintetizando as diversas teorias acerca do campo de *policy making*, ou da elaboração de políticas públicas

Apesar de optar por abordagens diferentes, as definições de políticas públicas assumem, em geral, uma visão holística do tema, uma perspectiva de que o todo é mais importante do que a soma das partes e que indivíduos, instituições, interações,

ideologia e interesses contam, mesmo que existam diferenças sobre a importância relativa destes fatores. (*ibidem*, p. 25)

É importante fazer nota de que as políticas públicas, conforme definidas aqui são também processos que compreendem espaços anteriores e posteriores à sua implementação: “A política pública envolve processos subsequentes após sua decisão e proposição, ou seja, implica também implementação, execução e avaliação.” (*ibidem*, p. 37). Também Anita Simis, em seu artigo “A política cultural como política pública” (2007), define a política cultural como

(...) parte das políticas públicas. É verdade que a expressão política pública possui diversas conotações, mas aqui genericamente significa que se trata da escolha de diretrizes gerais, que tem uma ação, e estão direcionadas para o futuro, cuja responsabilidade é predominantemente de órgãos governamentais, os quais agem almejando o alcance do interesse público pelos melhores meios possíveis, que no nosso campo é a difusão e o acesso à cultura pelo cidadão. (SIMIS In RUBIM, 2007, p. 133)

Nesse sentido, Celso Furtado clareia a discussão, quando propõe o questionamento “que somos?” e sustenta que

É dessa interrogação que se deve partir para formular uma política cultural, que outra coisa não é senão um estímulo organizado a formas de criatividade que enriquecem a vida dos membros da coletividade. (FURTADO, 2012, p.41)

A fim de problematizar estes termos e conceitos trazemos então as discussões do marxista italiano Antonio Gramsci acerca da teoria do Estado, acreditando que estas mudanças na forma como trata a superestrutura e a organização do Estado no conceito marxista tem muito a contribuir para nossa reflexão. Na concepção gramsciana, que constrói e amplia as noções já estabelecidas anteriormente no marxismo:

(...) o Estado em sentido amplo, “com novas determinações”, comporta duas esferas principais: a sociedade política ( que Gramsci também chama de “Estado em sentido estrito” ou de “Estado-coerção”), que é formada pelo conjunto dos mecanismos através dos quais a classe dominante detém o monopólio legal da repressão e da violência (...) e a sociedade civil, formada precisamente pelo conjunto das organizações responsáveis pela elaboração e/ou difusão das ideologias, compreendendo o sistema escolar, as Igrejas, os partidos políticos, os sindicatos, as organizações profissionais, a organização material da cultura (revistas, jornais, editoras, meios de comunicação de massa), etc. (COUTINHO, 1989, p. 76-77)

Ora, se o Estado é sociedade civil e sociedade política então o Estado é o conjunto das forças sociais que atuam na disputa da hegemonia. O Estado em sentido estrito, como é tradicionalmente entendido, compreende os aparelhos repressivos do Estado (o poder de polícia, a burocracia executiva). Já os aparelhos privados de hegemonia, que são as instituições da sociedade civil mencionadas no trecho citado, fazem parte da noção de Estado ampliado defendida pelo autor. (COUTINHO, 1989).

Nesse sentido, podemos fazer um paralelo do conceito de sociedade política com o termo *polity* utilizado na seara das teorias sobre *policy making* apresentado há pouco, assim como o termo *politics* pode se correlacionar com a noção de hegemonia em Gramsci, que pode ser caracterizada como um feixe de relações, uma forma de dominação que dosa estratégias de coerção, através dos aparelhos repressivos do Estado, e do consentimento, através de formas difusas de exercer poder por parte das classes dirigentes. (GRAMSCI, 1968). Tendo em vista essas correlações, e nossa opção por trabalhar com o conceito gramsciano de Estado ampliado, nos parece então mais correto trabalhar com o termo política estatal. Entendendo então que a chamada política pública, por mais que elaborada em conjunto com a sociedade civil, será executada e em grande medida planejada pelo Estado em sentido estrito, a sociedade política, a burocracia executiva. Dessa forma acreditamos ser possível uma reflexão mais complexa sobre o objeto em questão, trazendo em nosso pensamento a noção de que a sociedade não é um sistema em total equilíbrio.

Mas que política? Marilena Chauí (2006) nos dirá que as políticas culturais podem ser pensadas, historicamente, em três concepções com relação ao papel do Estado: a do poder público, ou Estado em sentido estrito, como produtor e agente cultural que reforça e legitima sua ideologia através da cultura, central no Estado Novo e na ditadura civil-militar inaugurada no golpe de 1964. Uma segunda, chamada por ela de populista e forte nos anos 1950 e 60, que vê o papel estatal como pedagógico, que apropria-se da “cultura popular”, definida de forma vaga e arbitrária a fim de educar as massas. E por fim uma terceira concepção de política cultural de tradição neoliberal, que se configura a partir do final dos anos 1980 e coloca o Estado como serviçal da indústria e do mercado cultural através principalmente do mecenato, de incentivos fiscais. (CHAUÍ, 2006, p. 67-68). Negando estas três vertentes apresentadas, a autora segue por lidar com a cultura como um conceito amplo, não apenas compreendendo o

campo das belas artes, ou do folclore (*ibidem*, p. 68), e propondo em suma, para nortear o papel estatal, o conceito de Cidadania Cultural: “(...) a cultura como direito dos cidadãos, sem confundi-los com as figuras do consumidor e do contribuinte” (*ibidem*, p. 69). Para a autora essa noção

(...) restringe o Estado à condição de assegurador público de direitos, prestador sociopolítico de serviços e estimulador-patrocinador das iniciativas da própria sociedade, enfatizando a natureza de classe da nossa sociedade e a obrigação de uma política, se quiser ser moderna e democrática, de garantir direitos, quebrar privilégios, fazer ser público o que é público, abrir-se para os conflitos e para as inovações. (CHAUI, 2006, p. 102)

A multiplicidade da cultura no entanto constitui um campo complexo de relações, para Celso Furtado

Não se trata de adotar uma visão antropológica e submergir no conceito de que cultural é tudo que resulta da ação do homem sobre a natureza. Nossa preocupação é com a dimensão espiritual, em sentido lato, dessa ação, a qual não deve ser dividida em esferas autônomas, e sim observada em suas múltiplas dimensões. (FURTADO, 2012, p. 94)

Durval Muniz de Albuquerque Jr. em seu artigo “Gestão ou gestação pública da Cultura: algumas reflexões sobre o papel do Estado na produção cultural contemporânea” (2007) vai definir essa camada espiritual de múltiplas dimensões, problematizando a própria noção de cultura e sua difícil relação com o Estado por conta da sua própria constituição plural, da seguinte forma:

(...) cultura no fundo não existe, existem trajetórias culturais, fluxos culturais, que só se tornam culturas quando sedentarizados, territorializados, domados, mas que nunca deixam de trazer em si o potencial de desterritorialização, nomadismo, rebeldia, por isso sempre será difícil, embora desafiadora, a relação entre Estado, como agente da territorialização, da sedentarização, da domesticação das pessoas e coisas, e as matérias e formas de expressão culturais, que ameaçam sempre escaparem de seus dedos, de seus controles e que, por outro lado, podem, uma vez apoiadas na máquina do Estado, adquirir novos potenciais desafiadores. (ALBUQUERQUE JR. In RUBIM, 2007, p. 78)

Então o autor, ao pensar a relação do Estado com a cultura, na mesma chave da noção proposta por Chauí, entende que

Uma gestão democrática da cultura passa, para mim, pelo reconhecimento de que deva haver a gestação pública da

cultura, que esta deva contemplar a pluralidade das manifestações culturais e abrir espaço para a multiplicidade de seus agentes, que os conflitos que atravessam o social devam se explicitar nas próprias atividades culturais que são apoiadas e contempladas pelas políticas públicas. (*ibidem*, p. 77)

Furtado então vai trazer, para além das reflexões acima, a dimensão da realização das potencialidades, que discutimos anteriormente apoiando-nos no trabalho de Iris Young.

A política cultural consiste em um conjunto de medidas cujo objetivo central é contribuir para que o desenvolvimento assegure a progressiva realização das potencialidades dos membros da coletividade. Ela pressupõe um clima de liberdade e a existência e de um ação abrangente dos poderes públicos que dê prioridade ao social. Essas são condições necessárias para que a atividade cultural brote da própria sociedade, para que se manifeste e desabroche o gênio criativo dos indivíduos. (FURTADO, 2012, p. 64)

Por fim, é preciso problematizar o fato das políticas culturais terem sido em grande parte, até recentemente, majoritariamente ligadas ao financiamento da produção e das artes ditas “cultas”. Para Ana Rosas Montecón

As políticas culturais no século XX se acostumaram a pensar mais na criação que na recepção, mais nos criadores do que no público, mais na produção que na distribuição, mais na arte do que na comunicação.<sup>11</sup> (MONTECÓN, 2009, p. 95)

No que tange as políticas culturais voltadas para a área do cinema e do audiovisual esta afirmação se faz verdadeira no Brasil. As políticas empreendidas pelo Estado ao longo do século XX e boa parte do século XXI vão se focar, na maioria das vezes, no fomento à produção, ainda que na história haja episódios de políticas voltadas para outros elos da cadeia produtiva do audiovisual como a distribuição e a exibição. No entanto, estas políticas que visam a circulação das obras são ainda minoria no escopo total das iniciativas do Estado para o setor, mesmo que tenham progressivamente aumentado em número e relevância na história recente.

---

<sup>11</sup> “Las políticas culturales en el siglo XX se acostumbraron a pensar más en la creación que en la recepción, más en los creadores que en el público, más en la producción que en la distribución, más en el arte que en la comunicación.”

## 2.2 A política cultural municipal no século XXI e o caso da cidade do Rio de Janeiro

Compreender como se organiza a política cultural municipal no Brasil é importante para entender como a cultura é gestada localmente e levar em conta as dimensões continentais do país ao pensar a implementação de uma gestão cultural eficaz em um contexto nacional. Lia Calabre, em seu artigo “Gestão cultural municipal na contemporaneidade” (2009) vai destrinchar quantitativamente como se organizam as gestões municipais utilizando dados de levantamento de 2006 feito pelo Ministério da Cultura (Minc) e pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). A autora aponta que

Em 2006, no campo administrativo da gestão municipal, a cultura estava organizada da seguinte forma: 72% dos municípios possuíam Secretaria Municipal de Cultura em conjunto com outras políticas; 12,6% era setor subordinado a outra secretaria; 6,1% estava subordinado diretamente à chefia do Executivo; 2,4% não possuía nenhuma estrutura específica; 4,2% era formado por secretaria municipal exclusiva para a cultura e 2,6% por fundação pública (como órgão gestor). (CALABRE, 2009, p. 83)

A partir destes dados fica claro, ainda que esta seja uma afirmação defasada, que a gestão pública da cultura está, na maior parte das cidades brasileiras, sendo pensada em conjunto com outras áreas das prefeituras e não obtendo um órgão gestor exclusivo que possa dar a devida atenção ao setor. Certamente que, segundo a própria autora, a presença de um órgão gestor exclusivo não significa automaticamente a colocação em prática de políticas para o setor, ainda que possa propiciar a elaboração destas.

Os resultados demonstram que se, por um lado, a existência de uma secretaria exclusiva ou de uma fundação cultural por si só não é garantia de implementação de políticas, por outro, tal presença propicia a existência de um maior grau de possibilidade de implementação de ações de longo prazo assentadas em planejamento (...) (*ibidem*, p. 85)

Apesar da falta de dados concretos a nível nacional com este nível de detalhamento levantados nos últimos anos, podemos recorrer a outros indicadores para pensar a situação atual, como por exemplo a taxa de adesão dos municípios ao Sistema Nacional de Cultura (SNC) até o dia 1º de dezembro de 2015. Em relatório

disponibilizado em seu site o Minc expõe que 44,7% de todos os municípios do país aderiram ao SNC até a data de lançamento do relatório (MINC, 2015).

MUNICÍPIOS QUE ADERIRAM AO SNC						
REGIÃO	ESTADOS E DF	ACORDOS ESTADOS E DF	%	TOTAL DE MUNICÍPIOS POR ESTADO	TOTAL DE MUNICÍPIOS NO SNC	%
CO	Distrito Federal	1		1	-	-
CO	Goiás*	1		246	85	34,6%
CO	Mato Grosso*	1		141	55	39,0%
CO	Mato Grosso do Sul*	1		79	58	73,4%
<b>TOTAL REGIÃO CENTRO OESTE</b>		<b>4</b>	<b>100,00%</b>	<b>467</b>	<b>198</b>	<b>42,4%</b>
N	Acre*	1		22	12	54,5%
N	Amapá*	1		16	5	31,3%
N	Amazonas*	1		62	17	27,5%
N	Pará*	1		144	86	59,7%
N	Rondônia*	1		52	14	26,9%
N	Roraima*	1		15	12	80,0%
N	Tocantins*	1		139	54	38,8%
<b>TOTAL REGIÃO NORTE</b>		<b>7</b>	<b>100,00%</b>	<b>450</b>	<b>200</b>	<b>44,4%</b>
NE	Alagoas*	1		102	34	33,3%
NE	Bahia*	1		417	212	50,8%
NE	Ceará*	1		184	143	77,7%
NE	Maranhão*	1		217	1463	67,3%
NE	Paraíba*	1		223	104	46,6%
NE	Pernambuco*	1		185	69	37,3%
NE	Piauí*	1		224	74	33,0%
NE	Rio Grande do Norte*	1		167	93	55,7%
NE	Sergipe*	1		75	21	28,0%
<b>TOTAL REGIÃO NORDESTE</b>		<b>9</b>	<b>100,00%</b>	<b>1794</b>	<b>896</b>	<b>49,9%</b>
SE	Espírito Santo*	1		78	34	43,6%
SE	Minas Gerais*	1		853	278	32,6%
SE	Rio de Janeiro*	1		92	70	76,1%
SE	São Paulo*	1		645	234	36,3%
<b>TOTAL REGIÃO SUDESTE</b>		<b>4</b>	<b>100,00%</b>	<b>1668</b>	<b>616</b>	<b>36,9%</b>
S	Paraná*	1		399	159	39,8%
S	Rio Grande do Sul*	1		497	212	42,7%
S	Santa Catarina*	1		295	209	70,8%
<b>TOTAL REGIÃO SUL</b>		<b>3</b>	<b>100,00%</b>	<b>1191</b>	<b>580</b>	<b>48,7%</b>
<b>TOTAL BRASIL</b>		<b>27</b>	<b>100,00%</b>	<b>5570</b>	<b>2490</b>	<b>44,7%</b>

\*Inclusive Capital

Tabela 3: Municípios que aderiram ao SNC. Fonte: Minc, 2015.

Esta adesão significa a adaptação a uma série de exigências que incluem a criação das seguintes estruturas

I Coordenação: Órgão Gestor da Cultura. II Instâncias de Articulação, Pactuação e Deliberação: Conselho de Política Cultural. Conferência de Cultura. Comissão Intergestores. III Instrumentos de Gestão: Plano de Cultura. Sistema de Financiamento da Cultura. Sistema de Informações e Indicadores Culturais. Programa de Formação na Área da Cultura. IV Sistemas Setoriais de Cultura Sistema de Patrimônio Cultural. Sistema de Museus. Sistema de Bibliotecas. Outros que vierem a ser instituídos. (MINC, 2012, p. 26)

Nesse sentido é importante notar que, ainda que menos da metade dos municípios tenha feito a adesão ao SNC e ainda que esta adesão não exija a criação de um órgão gestor exclusivo para a cultura, podemos considerar que houve um avanço desde os dados anteriores. A adesão ao SNC não significa que todos os municípios contabilizados já estejam em acordo com as exigências do sistema, no entanto é aparente que a inclusão destas cidades neste circuito denota o início de um processo de construção de uma gestão cultural que tenha elementos de pensamento estratégico, com a obrigatoriedade da construção do Plano Municipal de Cultura, de financiamento a partir do Fundo Municipal de Cultura e de participação popular na gestão através da criação do Conselho e Conferência de Cultura. O desafio posto no entanto, como fica evidente nas palavras de Calabre, é a mudança de paradigmas quanto a gestão pública da cultura

A visão da cultura como um campo autônomo da administração pública, de igual importância à de outros, é muito recente e ainda não está consolidada. No país, durante muito tempo predominou a ideia de cultura associada à ilustração, ou seja, ter cultura ou promover a cultura seria sinônimo de levar a educação e a arte erudita para o conjunto da população. (CALABRE, 2009, p. 89)

Então, fica claro que os municípios ainda têm muito a percorrer a nível nacional em direção a uma gestão cultural participativa e estratégica, com a criação e manutenção de órgãos públicos que gerenciem estas aspirações. O Rio de Janeiro, no entanto, está na vanguarda desta discussão possuindo um secretaria exclusiva para a gestão da cultura desde 1986, e contando com a criação de diversas empresas e fundações públicas para o setor ao longo dos últimos 29 anos, como por exemplo a

RioFilme, um dos objetos de estudo deste trabalho fundada em 1992 (CARVALHO, 2013).

A gestão cultural no Rio de Janeiro a partir dos anos 2000 se caracteriza por diversos perfis de secretários, indicados nas gestões de Cesar Maia e Eduardo Paes, este último trocando o secretário titular da pasta por 3 vezes durante seus dois mandatos (*ibidem*). É importante destacar as marcas das duas gestões, para uma compreensão dos caminhos que tomam as políticas para a cultura nos últimos anos na cidade do Rio.

A gestão de Cesar Maia tem como uma das principais propostas o que é definido como a multiplicação do acesso à cultura e descentralização da produção cultural (*ibidem*). Talvez aquele que tenha sido o principal programa das duas épocas em que Maia esteve à frente da prefeitura, na década de 1990 e de 2001 a 2008, é o das lonas culturais. Programa que seguiu durante toda a gestão de Paes e permanece hoje em funcionamento.

As lonas ganharam bastante notoriedade no final da década de 1990 ao serem divulgadas pela imprensa por serem um sucesso de público e uma opção ao artista de circular seu trabalho pela cidade. Ao analisar os números de público, seus resultados são realmente expressivos se comparados aos da Rede de Teatros Municipais, mas isso também pode ser explicado pela quantidade populacional desses bairros versus a quantidade de equipamentos dos mesmos. (*ibidem*, p. 19)

A reorganização da estrutura da SMC ao longo dos anos, contando com mudança de nome para Secretaria das Culturas na gestão Maia e retornando a seu nome original na gestão Paes, não é tão relevante para a aplicação das políticas culturais como o deslocamento das alianças políticas celebradas pelo prefeito. Enquanto Cesar Maia fazia oposição tanto ao governo do estado quanto ao governo federal, Eduardo Paes sacramenta uma aliança ampla (que dura até o momento de elaboração deste trabalho) com estes entes federativos.

As alianças se traduzem em mais recursos para a prefeitura, mas também em subscrição a políticas levadas a cabo pelos governos federal e estadual. Um exemplo disso é a realização da 1ª Conferência Municipal de Cultura e formação do primeiro Conselho Municipal (ainda que de caráter provisório) na gestão Paes, sob o comando da então secretária Jandira Feghali.

Outro ponto relevante da gestão da Secretária Jandira, foi a abertura do diálogo com a sociedade, por meio da realização da 1º Conferência Municipal de Cultura em outubro de 2009 e a implementação do Conselho Municipal de Cultura. (*ibidem*, p. 49)

A iniciativa no entanto foi de certa forma frustrada, segundo Carvalho

O Conselho Municipal de Cultura foi criado como provisório, para que os conselheiros provisórios elaborassem o processo eleitoral do conselho definitivo. Sua outra função, além de efetuar as eleições, era realizar reuniões bimestrais para discutir os encaminhamentos da política cultural. Porém, segundo a própria secretaria, desde sua criação em 2009 até 2012, os conselheiros não haviam se reunido. O processo eleitoral e solução desse impasse aconteceram no final de 2012 com a formação de um comitê eleitoral e as eleições dos conselheiros definitivos. No entanto, o processo não foi simples, poucas entidades se candidataram às cadeiras do conselho e algumas delas tiveram dificuldade em ser preenchidas. (*ibidem*, p. 51)

Durante toda a gestão do prefeito Eduardo Paes é importante notar uma marca mais relevante, a da requalificação da cidade do Rio a partir da realização dos Jogos Olímpicos de 2016 na cidade. Este fato fomentou a criação do plano de revitalização da zona portuária, o Porto Maravilha, com a construção de equipamentos culturais de alto padrão na região como o Museu de Arte do Rio (MAR) e o Museu do Amanhã, ambos (como grande parte dos equipamentos culturais da prefeitura) virão a ser geridos por Organizações Sociais (OS).<sup>12</sup>

Neste contexto é importante fazer nota da trajetória da RioFilme, criada como distribuidora de filmes na década de 1990 e que passa por uma espécie de reformulação no governo Paes sob a presidência de Sérgio Sá Leitão (*ibidem*). É importante citar o aumento de investimento através de editais, que contemplam em sua maior parte a produção mas também se voltam para os setores da distribuição e exibição, e as críticas que são direcionadas à gestão pelo seu privilégio aos projetos com perfil comercial. Já no primeiro ano de gestão Leitão defende o investimento de R\$ 500 mil no filme “Divã” (2009) em entrevista ao Valor Econômico em 2009.

Tínhamos R\$ 1,2 milhão e optamos por concentrar os investimentos para demonstrar ao mercado e à prefeitura o

---

<sup>12</sup> Mais sobre OSs no capítulo 4 deste trabalho. Para uma análise mais aprofundada ver PONTE, 2012.

nosso potencial, atuando até em filmes de bilheteria. “Divã” já bateu a casa de 1,8 milhão de espectadores, o que nos garantiu um lucro de, pelo menos, R\$ 450 mil. (CALDEIRA, 2009)

Leitão segue, delineando sua visão para empresa

Numa carteira hipotética de cinco projetos, quero investir em duas produções de mercado, dois filmes médios com potencial de prêmios e trabalhar com uma aposta, uma estreia ou um filme inovador. Vou buscar rentabilidade em projetos que me permitam apostar em produções de menor porte. Até porque acredito que, para desenvolver o cinema brasileiro precisamos disputar mercado com os americanos. (*ibidem*)

A RioFilme vai ter nos anos que seguem a 2009 uma política voltada para exibição até então inédita, que, mesmo não contando com o mesmo peso de recursos das linhas comerciais é mesmo assim relevante. Este apanhado de políticas para o setor da exibição vai contar com editais específicos para modernização de salas já existentes bem como a construção de salas da Rede Cine Carioca a partir de 2010, que discutiremos de forma mais aprofundada no capítulo 4.

A trajetória da política cultural da cidade do Rio de Janeiro a partir dos anos 2000 então vai ser povoada por um aumento de ações, de algumas mudanças estruturais no órgão gestor, mas principalmente pela implementação de projetos bem claros, que mesmo com a inauguração de novos equipamentos culturais em áreas afastadas do centro da cidade e das regiões mais abastadas, caso das lonas culturais de Maia e da Rede Cine Carioca de Paes por exemplo, a maior concentração destes espaços segue sendo nestas regiões.

Percebemos que para César Maia a instalação de mais equipamentos de cultura era uma necessidade, em Paes esse objetivo aparece de forma tímida em seus primeiros anos de governo e ganha cada vez mais importância no decorrer da gestão. No entanto, por mais que esforços tenham sido empreendidos para o aumento de equipamentos culturais na cidade, a concentração dos mesmos, em bairros da Zona Sul e do centro ainda se apresentam de forma bastante concentrada. (CARVALHO, 2013, p. 103)

A reflexão acerca do modelo de gestão para a cultura em âmbito municipal é importante na medida em que nos revela as necessidades, riscos e os desafios da gestão local. Apesar de haver um avanço quantitativo no que tange a existência de aparatos públicos nas estruturas da prefeituras que pensem a questão da cultura de forma

participativa e estratégica, ainda há no país menos da metade dos municípios com este tipo de trabalho. A cidade do Rio de Janeiro se mostra na vanguarda da gestão cultural no que se refere à existência de órgãos gestores e mecanismos de planejamento e execução, no entanto é preciso olhar mais de perto as políticas e programas desenvolvidos tanto no estado quanto no município a fim de produzir uma reflexão mais aprofundada, que faremos mais à frente.

### Capítulo 3 – O parque exibidor carioca a partir dos anos 1990: deslocamentos e reorganizações

Neste capítulo pretende-se rever e discutir a evolução do parque exibidor carioca desde meados da década de 1990. O interesse é de analisar as modificações e rearticulações dos modelos comerciais de exibição e da composição do mercado de salas de cinema a fim de obter um panorama que possa dar conta de esclarecer a atual configuração a partir da compreensão do processo histórico que se deu nas últimas três décadas.

Para isso desejamos traçar a trajetória geral da atividade da exibição cinematográfica no Rio de Janeiro a partir de algumas movimentações particulares, como o advento do *multiplex*, a articulação de um certo circuito de arte e a concentração das salas de cinema em determinadas regiões, bem como a elitização do público do espetáculo cinematográfico.

#### 3.1 O declínio dos cinemas de rua e a transição para o *multiplex*

A princípio é preciso notar a evolução do número de salas de exibição no Brasil, que, desde de a década de 1970 – o auge do mercado exibidor brasileiro – vem diminuindo progressivamente até o marco do ano de 1995, quando chega ao menor número de salas da série histórica. Em levantamento da Ancine é possível identificar claramente o declínio, que se deve a diversos fatores como o advento do videocassete, a crise mundial no público e na produção cinematográfica, crises financeiras no país entre outros. (GONZAGA, 1996)

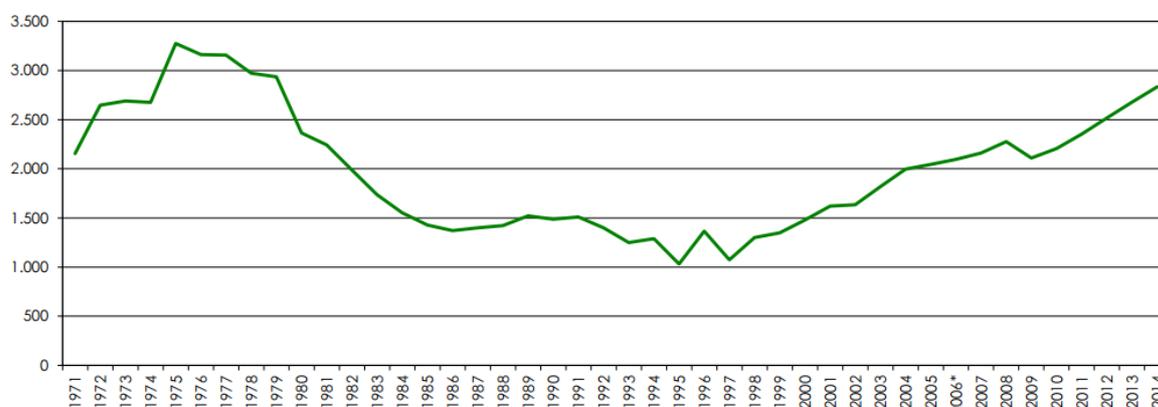


Tabela 4. Evolução das salas de cinema, 1971-2014. Fonte: Ancine, 2014.

A autora Alice Gonzaga em seu livro “Palácios e poeiras: 100 anos de cinemas no Rio de Janeiro” (1996) comenta um pequeno trecho de uma crônica de Carlos Drummond de Andrade em que o poeta fala sobre o aparente declínio das salas de cinema em fins dos anos 1980. Para Gonzaga

O poeta isolou três fatores que vinham afetando a sobrevivência das salas de exibição: a violência, o custo de vida e o próprio cinema. A pá de cal era dada pela especulação que destruía o espaço, e pela televisão, que atuava como alternativa passiva e imobilizante. (GONZAGA, 1996, p. 246)

Se para o Brasil e o mundo os motivos do declínio eram similares, custo de vida, televisão e VHS e o próprio cinema, o Rio de Janeiro fazia um adendo com as suas particulares questões: a violência e a especulação imobiliária. Não exclusivas da metrópole carioca, mas sem dúvida altamente relevantes em seu contexto.

A retração do mercado exibidor no Rio neste período à primeira vista pode de fato parecer alarmante e irreversível, Gonzaga nos diz que

Com efeito, nada menos do que 118 cinemas fecharam as portas entre 1976 e 1995. Fato tão eloquente, que sustentou durante os anos 70 e 80 os discursos em torno de um esvaziamento completo e definitivo do espetáculo cinematográfico, esconde, entretanto, uma realidade bem diferente. (*ibidem*, p. 243)

No entanto se examinado mais de perto podemos ver as nuances deste processo carioca. De fato a maior parte dos “fechamentos” da época se trata de reorganizações dos espaços, mudanças de nome, proprietário.

(...) apenas 26 cinemas pararam de projetar filmes entre 1986 e os dias que correm, o que indica uma forte desaceleração no ritmo de encolhimento do mercado e uma saliente retomada dos investimentos na área. (*ibidem*)

Gonzaga vai concluir então que é preciso olhar atentamente para o movimento do parque exibidor do Rio de Janeiro naquele período

(...) examinando com cuidado o comportamento do mercado nos últimos 20 anos, pode-se perceber importantes mudanças nos rumos do setor. Configurou-se, na verdade, uma nova mutação do circuito carioca. (*ibidem*)

O Rio de Janeiro então tem uma reorganização de suas salas de exibição que apesar de apresentar uma certa diminuição no número total, é bem menor do que a do país como um todo e é fato que no período dos anos 1980 e 1990 surge uma nova

organização do circuito. Organização que se volta para modelos comerciais que se afastam dos cinemas de rua e de bairro, e se concentram em áreas de maior poder aquisitivo, afastando-se também dos estratos mais populares da sociedade e se firmando pouco a pouco como uma atividade elitizada.

Para entender exatamente o que aconteceu e ainda está acontecendo com o circuito carioca, deve-se considerar melhor o destino dos três tipos de cinemas forjados nos últimos 60 anos: a grande ou média sala autônoma, a integrada e a prédios e a de *shopping*. Os pertencentes à primeira categoria desapareceram quase todos, mas muito mais os poeiras do que os palácios, muito mais a as casas suburbanas do que as dos bairros de classe média. Restaram nas zonas norte e oeste apenas 18 espaços tradicionais dedicados à projeção cinematográfica. (*ibidem*, p. 243-244)

Gonzaga vai destacar essa elitização – que, como já discutimos no capítulo 1, persiste – desde esse período citado. Para a autora

Como as bilheterias não mostraram sinais de recuperação aos níveis da época de ouro, enveredou-se pelo caminho da elitização do lazer cinematográfico, garantindo-se um consumidor mais fiel. A exclusão das salas ainda há pouco frequentadas pelas camadas mais pobres da sociedade, mormente aquele terço populacional oriundo das mais de 500 favelas da cidade, levou à configuração atual do circuito e do mercado. (*ibidem*, p. 245-246)

Esta elitização da exibição cinematográfica faz parte de um processo mais amplo, particularmente no Rio de Janeiro, que destaca a escalada da violência no espaço urbano e a insegurança aguda que é sentida nas ruas.

Apresentaram-se os descaminhos, a degradação e a desilusão reinantes através de imagens “violentas”, sem contextualizá-las ou discuti-las em suas possíveis causas. (...) Surgiu então uma proposta diferente, reconstituindo o ambiente citadino e mantendo-o – e seu *habitué* – ilusoriamente livre de inconvenientes: o *shopping center*. (*ibidem*, p. 246-247)

O advento dos shoppings não data da década de 1980 e 90, mas o seu estabelecimento como espaço de convivência de fato começa a se configurar por volta deste período, e um dos fatores que contribui para isso é a instalação de salas de cinema em cada vez mais shoppings, para Gonzaga

(...) a grande virada aconteceu somente com o Barra Shopping, inaugurado em 1981. Aqui, o cenário interno procuraria efetivamente emular multiplicidade e a diversidade de uma polis. Seria instituídos definitivamente como o simulacro ideal de uma cidade segura e novamente maravilhosa. (*ibidem*, p. 248)

Outro aspecto relevante do período é a adoção do modelo *multiplex*, não apenas nos shoppings onde já é pressuposto, mas também nos antigos cinemas de rua, que, para sobreviver se repartem em 2 ou mais.

A redução do tamanho das salas aponta para a preservação do ponto comercial, o que demonstra um renovado fôlego da atividade (um Roxy repartido em três, com 1.100 lugares somados, tem custos operacionais menores e rende o dobro da antiga sala com seus 1.700 assentos). (*ibidem*, p. 251)

A mudança do modelo comercial das salas de cinema no Rio de Janeiro então seguiu algumas tendências: a retração para os shopping centers, a transformação das grandes salas em complexos de 2 ou mais salas, o desaparecimento das salas dos subúrbios e do interior e o aumento do preço do ingresso e consequente elitização da atividade.

Sintetizando, pode-se dizer que se alterou completamente a concepção comercial da exibição. Mudaram os filmes, as salas, o público e a geografia econômico-social da cidade. O deslocamento para a zona oeste e para os *shoppings* parece irreversível. A elitização, pelos motivos já expostos e por ingressos cada vez mais caros (alguém teria que pagar a conta da hiperinflação dos custos de produção hollywoodianos...) aparentemente também se firmou. (*ibidem*, p. 251)

O modelo comercial das salas de exibição mudou bastante neste período de transição, e para além do novo modelo elitizado e do *multiplex* é importante destacar o surgimento das salas de arte, em especial no Rio de Janeiro. Essa faceta específica do processo de reorganização do parque exibidor carioca discutiremos a seguir.

### **3.2 Um certo circuito de arte**

Em fins dos anos 1980 e início dos anos 1990 o status de arte do cinema já estava estabelecido, debate que remontava ao pós guerra. É natural então que, na esteira das mudanças do modelo comercial da exibição cinematográfica, surgissem espaços especializados no dito “cinema de arte” ou “*cult movies*”, para usar um termo destacado por Gonzaga.

Ugo Mário Sorrentino, neto do fundador da Art Films, por exemplo, utiliza as seguintes categorias: filmes para *yuppies*, para mulheres, para crianças, de grande bilheteria e os chamados *cult movies*, nova chancela para filmes de arte de conotações estetizantes ou humanistas. (*ibidem*, p. 250)

Este certo circuito de arte então vai se caracterizar pela exibição de títulos menos comerciais, mais experimentais e em geral como destaca a autora de conotações humanistas e estetizantes.

A mesma Art Films é pioneira no estabelecimento de um circuito de arte, especializado e altamente elitizado que vai se configurar em meados dos anos 1980. A empresa, após uma junção com dois outros grandes empresários pode se reformular.

Recapitalizados, partiram decididamente para a exploração do novo filão. Começaram com os cines Art São Conrado 1 e 2 e Art Casashopping 1, 2 e 3, instalados no São Conrado Fashion Mall e no Casashopping inaugurados em 1984. Apesar da distância, da natureza dos pontos – um voltado para um consumidor de altíssimo poder aquisitivo e o outro extremamente especializado (decoração de residências) – e da localização, que praticamente exigem condução própria, os cinemas conseguiram firmar-se em pouco tempo. (*ibidem*, p.262)

O circuito Art Films no entanto, como é comum no ramo da exibição, acaba desaparecendo aos poucos, dando lugar para outros empreendimentos – o Art São Conrado hoje abriga um teatro – e sumindo progressivamente do panorama de exibição do Rio de Janeiro.

Outro caso digno de nota, ainda que não explicitamente apresentado como um circuito de arte, é o caso da Cooperativa Brasileira de Cinema. Um grupo de cineastas capitaneado por Nelson Pereira dos Santos que se aventura no ramo da exibição no final da década de 1970 arrendando a rede da então recém falida Películas Mexicanas (PELMEX) e posteriormente o antigo circuito Bruni (AMANCIO, 2015). Na época com a Embrafilme como avalista a Cooperativa levanta uma empreitada que eventualmente se esgota, mas não sem deixar uma certa marca no parque exibidor carioca. O grande circuito da Cooperativa eventualmente vai se esvaír, segundo Gonzaga

Os cinemas suburbanos cerraram as portas um atrás do outro. Bruni acabou por repassar o arrendamento dos lançadores para Darze. A Cooperativa repensou a estratégia e se reorganizou. Recomeçou com o Ricamar, planejando um pequeno circuito espalhado pelas regiões mais rentáveis da cidade. Tinha planos para um cinema no centro e outro na Tijuca. Conseguiu abrir a sala tijuca em fevereiro de 1983, o Coper-Tijuca, mas desistiu de aportar na Cinelândia. Descobriu um velho poeira em Botafogo, transferindo para ele os investimentos no segundo Coper (GONZAGA, 1996, p. 256)



Figura 1. Fachada do Coper-Botafogo. Fonte: Agência O Globo / Arquivo: 11-04-1984

O Coper-Botafogo, como passou a se chamar não durou muito, assim como a rede restante da Cooperativa, ambos fechando as portas no início de 1985 (*ibidem*). Pouco tempo depois no entanto, aquele velho poeira transformado em Coper viria a abrigar um cineclubes, que era o embrião do que depois se tornaria o Grupo Estação.

Os primórdios do Grupo foram no cineclubismo e o arrendamento do antigo Coper-Botafogo foi o pontapé inicial de um novo momento, como destaca Gonzaga

As origens do Grupo Estação se confundem com a trajetória de alguns membros mais fixos do seu *staff*. Embora o porta-voz Adhemar Oliveira repita exaustivamente que não há diretores e a equipe varie conforme a época e os projetos, o meio identifica a ele e a Nelson Krumholz como os “cabeças” do empreendimento. Segundo os registros do antigo Concine, junto com Adriana Scorzelli Rattes, são também os responsáveis legais pela Pau Brasil Ltda., empresa que arrendou o Coper-Botafogo. (*ibidem*, p. 257)

Porém, pouco a pouco o grupo passava a se aproximar mais de um modelo sólido de negócios e abandonar o dito cinema de repertório, com um patrocínio do Banco Nacional o Coper se tornou Estação Botafogo e passou a lançar filmes novos e se estabelecer no parque exibidor local.



Figura 2. Fachada do Estação Botafogo. Fonte: Agência O Globo / Arquivo: 13-11-1985

Para André Piero Gatti, em seu livro “A exibição cinematográfica: ontem, hoje e amanhã” (2007) o Grupo Estação dá um salto.

Na nova conjuntura, o Circuito Estação Botafogo passava a lançar comercialmente filmes novos e inéditos de maneira regular, ainda que obras do menu de pequenas e médias distribuidoras, como Lumière, Pandora e Imovision, entre outras. Amplia-se o leque de filmes não apenas dos países centrais e de cinematografias hegemônicas. O processo se caracteriza por uma mudança clara: atuando como empresa e não mais como cineclube, o Circuito Estação Botafogo deixava um pouco de lado o cinema de repertório para intervir de maneira direta no mercado cinematográfico do Rio de Janeiro com peso razoável, situação que lhe dará credibilidade para atuar junto às várias frentes do mercado. (GATTI, 2007, p. 70-71)

Esse salto se dá também com a transformação da galeria do Estação Botafogo em uma espécie de shopping cultural e o arrendamento de históricas salas de arte do Rio

Dois anos mais tarde com o acréscimo de um terceiro salão, uma livraria e uma vídeolocadora, o grupo criava a infra-estrutura necessária para abandonar suas raízes. O arrendamento no início de 1990 das duas maiores referências do cinema de arte na cidade, Paissandu e Cinema I, marcava o salto definitivo. (GONZAGA, 1996, p. 257)

O Grupo viria a operar outros importantes cinemas de circuito alternativo da cidade como o Espaço Unibanco de Cinema, inaugurado em 1996<sup>13</sup>, que posteriormente se tornaria o Espaço Itaú de Cinema, fazendo parte de uma rede nacional de salas operadas pelo ex-sócio do Grupo Estação Adhemar Oliveira.

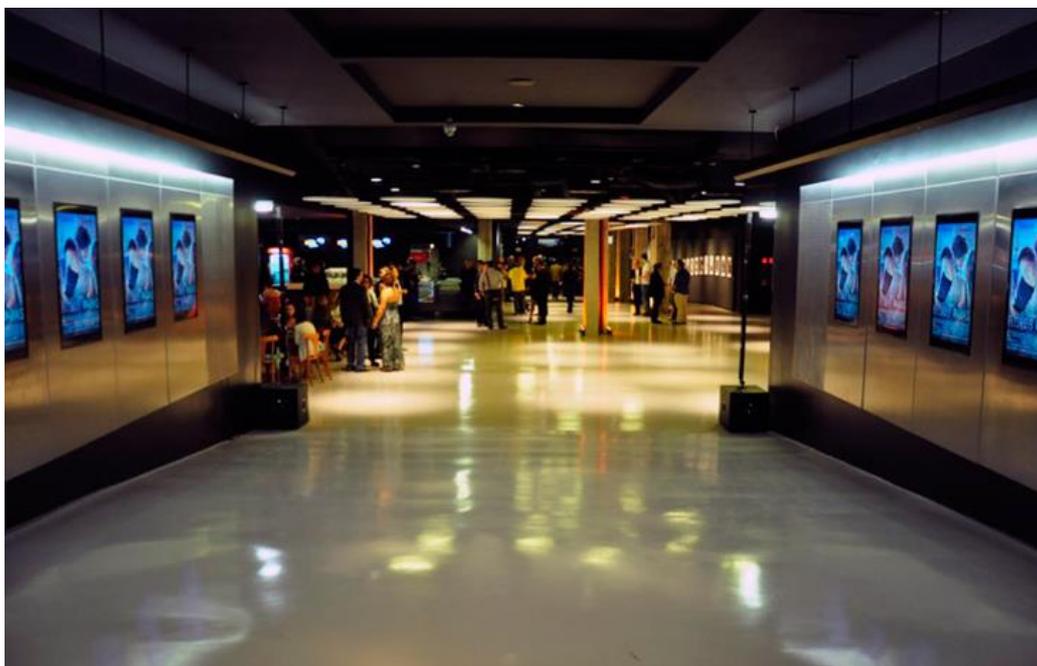


Figura 3. Sala de espera do Espaço Itaú de Cinema. Fonte: [www.espacoitau.com.br](http://www.espacoitau.com.br)

Outro espaço que o Grupo Estação opera e que posteriormente ressurge nos últimos anos é o Cine Jóia, que é reaberto pelo Grupo nos anos 1990, também fechando novamente após alguns anos (GATTI, 2007) mas reabrindo em 2011 sob a operação do grupo Vila Cine que chega a abrir 3 novas salas sob a marca Cine Jóia em Jacarepaguá em 2015,<sup>14</sup> demonstrando o bom ambiente para o negócio da exibição, pelo menos na cidade do Rio de Janeiro.

---

<sup>13</sup> <Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/1996/10/26/ilustrada/20.html> Acesso em 17/12/2015>

<sup>14</sup> <Disponível em: <http://oglobo.globo.com/rio/bairros/tradicional-cinema-de-rua-de-copacabana-vai-abrir-tres-salas-no-rio-shopping-em-jacarepagua-17442826> Acesso em 17/12/2015>



Figura 4. Fachada do Cine Jóia Jacarepaguá. Fonte: Filme B

Outro cinema emblemático do Rio, o último não erótico da Cinelândia, ficou sob operação do Estação durante anos, o Odeon, que contava com um patrocínio da Petrobras para manter-se em funcionamento. Com a perda do patrocínio no entanto o cinema fechou as portas e retornou para o dono do prédio, o Grupo Severiano Ribeiro, que o reabriu em 2015 como Centro Cultural Luiz Severiano Ribeiro. (ALMEIDA, 2015)



Figura 5. Fachada do Cine Odeon. Fonte: <http://cinematreasures.org>

Nos anos recentes entretanto o Grupo Estação passou dificuldades, com acumulação de dívidas e percalços gerenciais.

(...) o grupo começou a se endividar com a construção dos cinemas no Shopping da Gávea, em 2007, quando problemas estruturais fizeram com que uma obra orçada em R\$ 6 milhões acabasse custando R\$ 10 milhões. Com o atraso de um ano e meio para a inauguração, o grupo não pôde receber a receita de bilheteria (300 mil pessoas por ano, segundo estimativas) que ajudaria a saldar as dívidas. (RUBIN, 2014)

A situação se complica em 2011 com a venda de parte do Grupo para um fundo de investimento:

O cenário, de acordo com Marcelo [França Mendes], complicou-se quando em 2010, houve a venda de parte do grupo a um fundo de investimento mineiro: - Eles ofereceram saldar as dívidas, pagar salários aos diretores e fazer investimentos nas salas. Só que os novos administradores não cumpriram grande parte do contrato. Não tive outra alternativa a não ser pegar a administração do negócio de volta em 2011 (*o fundo investidor continua dono das ações, mas não opera o negócio*). (FISCHBERG, 2015, p. 28)

A resolução só veio no ano de 2015, quando boa parte das dívidas do Grupo são perdoadas e se firma um acordo de patrocínio com a operadora de TV por assinatura NET, e desde então o Grupo volta a operar com normalidade, realizando inclusive reformas em um de seus cinemas remanescentes (*ibidem*). O Estação ainda possui um circuito robusto, ainda que não comparável aquele operado na década de 1990, e é um dos importantes grupos exibidores do Rio de Janeiro, ao lado de gigantes como Severiano Ribeiro e Cinemark.

Um cinema digno de nota, pertencente a este circuito de arte de alguma forma, é o Cine Santa. Cinema histórico que foi reaberto em 2005 após dois anos funcionando como cineclube e sagrou-se maior exibidor de títulos brasileiros entre 2007 e 2011.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> <Disponível em: <http://www.cultura.rj.gov.br/materias/cine-santa-ganha-status-de-cinema-profissional> Acesso em 17/12/2015>

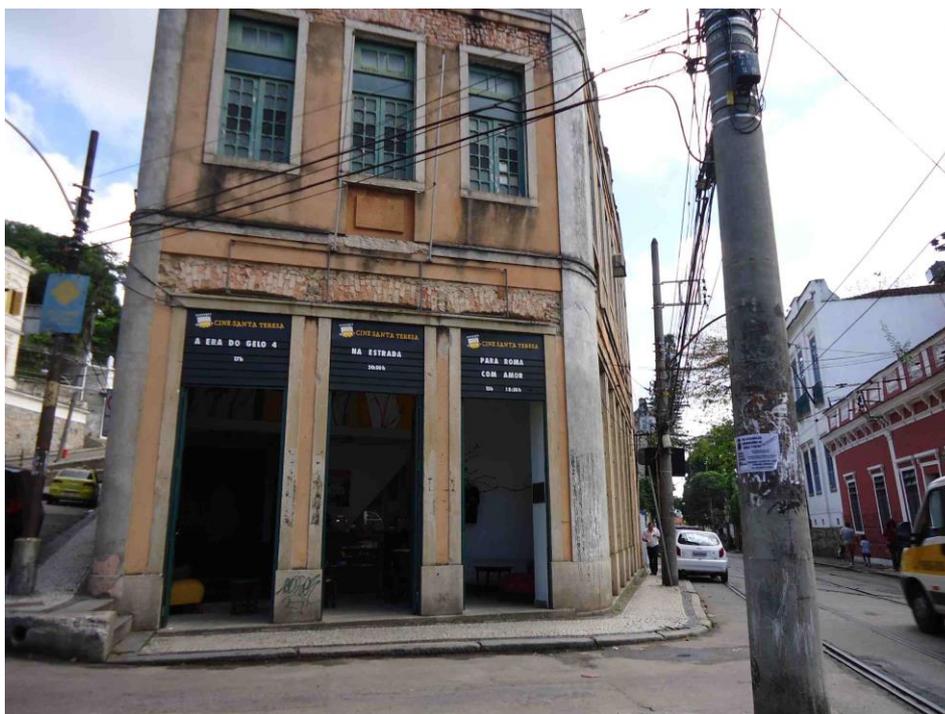


Figura 6. Fachada do Cine Santa. Fonte: <http://rio.rj.gov.br>

Outro importante cinema que compõe este circuito de arte, ou alternativo, é o Cine Arte UFF. Inaugurado em fins dos anos 1960 foi uma sala que além de servir ao curso de cinema da universidade atendeu à cinefilia da cidade de Niterói, onde ele se insere. O Cine Arte fecha no ano de 2009 para reformas e só volta a exibir filmes no final do ano de 2014, sendo esta a razão (seu não funcionamento durante a maior parte do período em que analisamos os estudos de caso do capítulo seguinte) para a ausência do cinema entre as políticas e programas estudados especificamente nesta pesquisa. Apesar disso, sua natureza estatal particular – sendo um órgão interno da universidade – certamente traz elementos interessantes para uma análise mais aprofundada. Para os efeitos deste trabalho no entanto, nos atemos a sua citação.

Neste subcapítulo exploramos um pouco o circuito de arte, ou alternativo, do Rio de Janeiro. Principalmente concentrado na capital e região metropolitana este particular grupo de cinemas, operado por diversas empresas, tem seu encaixe específico no parque exibidor carioca. Com o estabelecimento do status de arte do cinema é natural a conformação de um modelo típico de negócios que acomode filmes que estão no andar de cima de uma certa qualidade artística. Como vimos, a conformação deste circuito tem a ver com as mudanças sofridas pelo modelo de negócios da exibição como um todo, acomodando um novo tipo de espectador, de espaço físico e de programação. A

seguir então, traçaremos um breve panorama do circuito de exibição carioca e fluminense na atualidade.

### 3.3 Panorama atual das salas de exibição no estado do Rio de Janeiro

A seguir desejamos apresentar os dados consolidados mais recentes da Ancine acerca dos complexos de salas de cinema no estado do Rio de Janeiro. Como notado por Gonzaga anteriormente, a tendência segue sendo a concentração de salas nas grandes áreas urbanas e regiões mais abastadas do estado. No entanto é possível mesmo assim verificar complexos de salas de cinema, de exibidores independentes ou pequenos grupos, em municípios do interior.

Dos 92 municípios do Rio de Janeiro apenas 28 possuem salas de cinema, são ao todo 87 complexos no estado inteiro totalizando 325 salas, sendo que 43 destes são apenas na cidade do Rio, totalizando 199 salas, mais da metade do total. Os grupos exibidores, apesar de apresentar algumas concentrações em números de salas, tem bastante diversidade. O maior segue sendo o Grupo Severiano Ribeiro, com 16 complexos próprios e 1 em conjunto com o UCI. O segundo maior grupo exibidor é o CineShow com 10 complexos de salas, principalmente no interior do estado. O terceiro maior é o Cinemark, com apenas 6 complexos, no entanto possuindo um alto número de salas em todos. Abaixo o detalhamento dos complexos, os grupos que os operam e as cidades onde funcionam.

Município	UF	Nome Complexo	Salas	Grupo ANCINE
ANGRA DOS REIS	RJ	Cine Show Angra	2	CINESHOW
ARARUAMA	RJ	Cinemagic Lagoa Shopping	2	CINEMAGIC
ARMAÇÃO DOS BÚZIOS	RJ	Cine Clube Búzios (Bardot)	1	INDEPENDENTE
BARRA DO PIRAÍ	RJ	Cine Show Barra do Piraí	2	CINESHOW
BARRA MANSA	RJ	Cine Show Barra Mansa	2	CINESHOW
BOM JESUS DO ITABAPOANA	RJ	Misterplay / Cine Mais	1	INDEPENDENTE
CABO FRIO	RJ	Maximovie Recreio 3D / Cine Recreio	2	INDEPENDENTE
CABO FRIO	RJ	Park Lagos	4	ARAUJO
CAMPOS DOS GOYTACAZES	RJ	Cine Shopping Boulevard Campos	5	ARAUJO
CAMPOS DOS GOYTACAZES	RJ	Kinoplex Avenida	5	GSR

DUQUE DE CAXIAS	RJ	Caxias Shopping	6	ARAUJO
DUQUE DE CAXIAS	RJ	Cine Teatro Oscarito	1	INDEPENDENTE
DUQUE DE CAXIAS	RJ	Cinemaxx - Cine Unigranrio Shopping	2	CINEMAXX
ITAGUAÍ	RJ	Patiomix Costa Verde	4	SERCLA
ITAPERUNA	RJ	Cine Gloria Itaperuna	1	CINEMAXX
MACAÉ	RJ	Cine Arte Macaé	1	CINESANTA
MACAÉ	RJ	Shopping Plaza Macaé (Cine Magic)	5	CINEMAGIC
NILÓPOLIS	RJ	Nilópolis Square	3	SERCLA
NITERÓI	RJ	Cine Arte UFF	1	INDEPENDENTE
NITERÓI	RJ	Cinema Bay Market	4	GSR
NITERÓI	RJ	Cinemark Plaza Shopping Niterói	8	CINEMARK
NOVA FRIBURGO	RJ	Cine Show Nova Friburgo	3	CINESHOW
NOVA FRIBURGO	RJ	Cine Show Shopping Cadima	3	CINESHOW
NOVA IGUAÇU	RJ	Kinoplex Top Shopping	3	GSR
PARACAMBI	RJ	Cine Imperial Paracambi	1	CINEMAXX
PETRÓPOLIS	RJ	Cine Bauhaus	2	INDEPENDENTE
PETRÓPOLIS	RJ	Cine Itaipava	1	INDEPENDENTE
PETRÓPOLIS	RJ	Cinemaxx Hipershopping Abc	2	CINEMAXX
PETRÓPOLIS	RJ	Top Cine Mercado Estação	3	CINEMAXX
RESENDE	RJ	Cine Show Agulhas Negras	2	CINESHOW
RESENDE	RJ	Cine Show Resende	2	CINESHOW
RESENDE	RJ	Cinemas Resende	4	CINEMAS
RIO DAS OSTRAS	RJ	Cinemagic Holiday	2	CINEMAGIC
RIO DE JANEIRO	RJ	Cine Araujo Jardim Guadalupe	5	ARAUJO
RIO DE JANEIRO	RJ	Cine Cândido Mendes	1	INDEPENDENTE
RIO DE JANEIRO	RJ	Cine Carioca (Complexo Alemão)	1	CINEMAGIC
RIO DE JANEIRO	RJ	Cine Carioca Meier	3	GSR
RIO DE JANEIRO	RJ	Cine Espaço Rio Design Barra	3	CINESPAÇO
RIO DE JANEIRO	RJ	Cine Instituto Moreira Salles	1	ESPAÇO
RIO DE JANEIRO	RJ	Cine Jóia	1	INDEPENDENTE
RIO DE JANEIRO	RJ	Cine Laura Alvim	3	CINESTAR
RIO DE JANEIRO	RJ	Cine Museu da República	1	CINESANTA
RIO DE JANEIRO	RJ	Cine Santa	1	CINESANTA
RIO DE JANEIRO	RJ	Cine10 Sulacap	6	CINESYSTEM
RIO DE JANEIRO	RJ	Cinema Leblon	2	GSR
RIO DE JANEIRO	RJ	Cinema Rio Sul	4	GSR

RIO DE JANEIRO	RJ	Cinema Roxy	3	GSR
RIO DE JANEIRO	RJ	Cinemark Botafogo	6	CINEMARK
RIO DE JANEIRO	RJ	Cinemark Carioca Shopping	6	CINEMARK
RIO DE JANEIRO	RJ	Cinemark Downtown	12	CINEMARK
RIO DE JANEIRO	RJ	Cinemark Shopping Metropolitan	7	CINEMARK
RIO DE JANEIRO	RJ	Cinemark Village Mall	4	CINEMARK
RIO DE JANEIRO	RJ	Cinépolis Lagoon	6	CINÉPOLIS
RIO DE JANEIRO	RJ	Cinesystem Bangu	6	CINESYSTEM
RIO DE JANEIRO	RJ	Cinesystem Ilha Plaza	4	CINESYSTEM
RIO DE JANEIRO	RJ	Cinesystem Recreio Shopping	5	CINESYSTEM
RIO DE JANEIRO	RJ	Cinesystem Via Brasil Shopping (Irajá)	6	CINESYSTEM
RIO DE JANEIRO	RJ	Espaço Itaú de Cinema Botafogo (Arteplex)	6	ESPAÇO
RIO DE JANEIRO	RJ	Estação Barra Point	2	ESTAÇÃO
RIO DE JANEIRO	RJ	Estação Ipanema	2	ESTAÇÃO
RIO DE JANEIRO	RJ	Estação Sesc Botafogo	3	ESTAÇÃO
RIO DE JANEIRO	RJ	Estação Sesc Rio	3	ESTAÇÃO
RIO DE JANEIRO	RJ	Estação Vivo Gávea	5	ESTAÇÃO
RIO DE JANEIRO	RJ	Kinoplex Boulevard Shopping Rio (Iguatemi)	7	GSR
RIO DE JANEIRO	RJ	Kinoplex Fashion Mall	4	GSR
RIO DE JANEIRO	RJ	Kinoplex Madureira Shopping	5	GSR
RIO DE JANEIRO	RJ	Kinoplex Nova América	7	GSR
RIO DE JANEIRO	RJ	Kinoplex São Luiz	4	GSR
RIO DE JANEIRO	RJ	Kinoplex Shopping Leblon	4	GSR
RIO DE JANEIRO	RJ	Kinoplex Shopping Tijuca	6	GSR
RIO DE JANEIRO	RJ	Kinoplex West Shopping	5	GSR
RIO DE JANEIRO	RJ	Ponto Cine	1	INDEPENDENTE
RIO DE JANEIRO	RJ	Redecine Sesc - Jacarepaguá	3	CINEMAGIC
RIO DE JANEIRO	RJ	UCI Kinoplex - Norte Shopping	10	UCI/GSR
RIO DE JANEIRO	RJ	UCI New York	18	UCI
RIO DE JANEIRO	RJ	UCI Park Campo Grande	7	UCI
SÃO GONÇALO	RJ	Box Cinépolis São Gonçalo	8	CINÉPOLIS
SÃO GONÇALO	RJ	Cinespaço Boulevard Shopping	6	CINESPAÇO
SÃO JOÃO DE MERITI	RJ	Cinema Grande Rio	6	GSR
TERESÓPOLIS	RJ	Cine Show Teresópolis	3	CINESHOW
TRÊS RIOS	RJ	Cine Três Rios	1	INDEPENDENTE
TRÊS RIOS	RJ	Três Rios	3	CINESHOW

VALENÇA RJ	RJ	Cine Glória Valença	2	INDEPENDENTE
VASSOURAS	RJ	Cine Casario Shopping / Cinemaxx Vassouras	1	CINEMAXX
VOLTA REDONDA	RJ	Cine 9 de Abril	1	INDEPENDENTE
VOLTA REDONDA	RJ	Cine Gacemss	1	INDEPENDENTE
VOLTA REDONDA	RJ	Cine Show V. Redonda	4	CINESHOW

Tabela 5. Complexos de cinema do estado do Rio de Janeiro. Fonte: Ancine.

Os dados confirmam os apontamentos feitos anteriormente e as reflexões de Gonzaga. A atividade cinematográfico se concentrou nos grandes centros e se tornou elitizada. A seguir então pretende-se analisar algumas iniciativas da sociedade civil e algumas políticas estatais no ramo da exibição tendo em mente este processo descrito acima.

## **Capítulo 4 – Um estudo comparativo entre as políticas estatais e as iniciativas da sociedade civil no campo da difusão e acesso ao cinema e audiovisual**

Neste capítulo faremos a análise de dois casos de políticas estatais de acesso ao cinema e audiovisual, com o programa Cinema Para Todos (CPT) do governo de estado do Rio e a Rede Cine Carioca operada pela empresa municipal da prefeitura do Rio, RioFilme e dois casos de iniciativas da sociedade civil para a promoção do acesso ao cinema com o Ponto Cine, sala de cinema popular no bairro de Guadalupe da cidade do Rio, e o projeto itinerante Cinemão, que faz exhibições gratuitas em espaços públicos de favelas cariocas.

É importante compreender que os projetos identificados como iniciativas da sociedade civil também são objeto de fomento do Estado, inclusive da RioFilme, principalmente por meio de disputa de editais. A categoria de iniciativa da sociedade civil então diz respeito a uma predominância deste setor na gerência e na própria constituição dessas iniciativas. Assim como nas políticas estatais teremos interação com setores da sociedade civil mas predomina naqueles casos a ação do Estado.

Faremos os estudos de caso dos dois complexos da Rede Cine Carioca: o interesse maior estando presente no particular Cine Carioca Nova Brasília (localizado no Complexo do Alemão), mas também citando o Cine Carioca Imperator (no Méier) e o programa CPT que distribui ingressos de cinema de forma gratuita para os alunos da rede pública de ensino. Do CPT pensaremos a visão da política cultural pública como um sistema quase de *vouchers* para a fruição cultural na iniciativa privada, além das inúmeras outras ações de formação de público e ampliação do parque exibidor do estado que estão inseridas no programa. Já tratando da Rede Cine Carioca desejamos produzir uma síntese de como funciona, pensando a forma como se articulam as salas individual e coletivamente, a linha de programação, o modelo de gestão e a relação com os frequentadores, no caso do Cine Carioca Nova Brasília investigando a repercussão na mídia tradicional e na mídia comunitária através do jornal “A Voz da Comunidade” escrito por e para os moradores do Complexo do Alemão.

A ideia é também pensar a Rede Cine Carioca, especificamente o Cine Carioca Nova Brasília, como parte de um projeto explicitamente político, que tem seu centro no

projeto de pacificação da periferia carioca e fluminense mas mais do que isso, como um local de importância para aquela comunidade.

Por fim o centro da reflexão se dará na análise comparativa das políticas estatais e das iniciativas da sociedade civil, identificando pontos de convergência e divergência. Para estas análises sugerimos um método que, seguindo a reflexão de Elizabeth Ponte, seja, não só comparativo, mas “(...) uma avaliação com foco nas fragilidades e nos riscos versus vantagens e benefícios trazidos para a gestão da atividade cultural na esfera pública.” (PONTE, 2012, p. 120-121).

#### **4.1 Ponto Cine: um cinema popular em Guadalupe**

O Ponto Cine é um cinema inaugurado em 2006 com uma proposta altamente particular. Macedo, Ficheira e Guéron apontam as principais características da sala em seu artigo “O Projeto Oficina-se e a democratização do acesso ao cinema no Rio de Janeiro” (2010)

Ponto Cine é a primeira sala popular de cinema digital do Brasil. Inaugurada há cerca de três anos [em 2006] em Guadalupe – bairro do subúrbio do Rio de Janeiro que tem um dos menores índices de IDH (Índice de Desenvolvimento Humano) da cidade – a sala é resultado de uma parceria entre o empreendedor cultural Adailton Medeiros, a Rio Filmes – distribuidora de filmes do governo municipal do Rio de Janeiro –, o Guadalupe Shopping e a Rain Network – detentora do sistema Kinocast de exibição digital. (MACEDO; FICHEIRA; GUÉRON, 2010, p 40)

Para além do fato do bairro ser distante do centro e da zona sul da cidade do Rio (local com maior concentração de salas), Guadalupe também é distante das salas de cinema da região onde se insere. Há alguns complexos, principalmente em shoppings, mas que se mostram distantes pela própria organização urbana da região e a falta de transporte público adequado. Os moradores de Guadalupe então sentem uma relação de proximidade com o Ponto Cine que faz a diferença para sua frequência nesta sala, e isso é uma das principais vantagens e benefícios do projeto.



Figura 7. Fachada do Ponto Cine. Fonte: <http://www.pontocine.com.br>

Para Helyenay Souza Araújo, em sua dissertação de mestrado “Um cinema em Guadalupe: exibição e constituição de público no Projeto Ponto Cine” (2010)

Dos entrevistados, alguns revelaram que frequentam o Ponto Cine não só por conta dos filmes em si, da demanda de exibição de obras brasileiras, mas porque o cinema é mais perto de suas residências, e, portanto, de mais fácil acesso. (ARAÚJO, 2010, p. 120)

Conforme delineamos anteriormente, esta iniciativa apesar de capitaneada pela sociedade civil, terá sua parcela de apoio do Estado, este no papel de fomentador. Neste caso, por exemplo “Foi a Riofilme que financiou R\$ 81.000,00 para montagem do espaço do cinema e viabilizar a instalação dos equipamentos no Ponto Cine.” (*ibidem*, p. 49).

Para além deste aporte da RioFilme o Ponto Cine conta também com um patrocínio da Petrobras para a realização de alguns projetos

O principal destes é o *Prosocial Cinema* – financiado pela Petrobrás por meio das leis de incentivo fiscal –, que se divide

em três sub-projetos: o *Cinema Escola*, que promove a ida de estudantes de escolas públicas ao cinema; o *Diálogos com o Cinema*, por meio do qual cineastas convidados discutem suas produções com professores de escolas da região; e o *Cinema para Todos*, que prevê a visita de ONG's à sala. (MACEDO; FICHEIRA; GUÉRON, 2010, p 40-41)

Nesse sentido é importante notar como o idealizador e coordenador do Ponto Cine, Adailton Medeiros, se relaciona com estes projetos, evidenciando sua verve ativista em falas como “nada melhor que poder presentear com um convite aqueles que não podem pagar impostos e, muito menos, por um ingresso a uma sala de cinema” (Medeiros, 2010 *apud* ARAÚJO, 2010, p. 11). Ainda nessa chave podemos perceber a forma de organização do cinema que

(...) busca funcionar a meio caminho entre as políticas inclusivas de acesso e um modelo mercadológico de exibição cinematográfica autossustentável, pois de acordo com as palavras do próprio idealizador do projeto: “o diferencial do Ponto Cine se sustenta no tripé: tecnologia de ponta, programação de alta qualidade e ‘preço popular’” (Adailton Medeiros, 2008, p. 53 *apud* ARAÚJO, 2010, p. 55)

Praticando um preço bem abaixo da média nacional e muito abaixo do que é cobrado pelos *multiplexes* da região próxima de Guadalupe, atualmente praticando o preço de R\$ 8,00 a inteira e R\$ 4,00 a meia entrada, mesmo com a exibição em digital e uma série de barateamentos da operação do cinema, o Ponto Cine dificilmente seria viável de um ponto de vista de mercado. Conforme comenta Luiz Gonzaga de Luca em entrevista concedida para esta pesquisa sobre a instalação do Cine Carioca Nova Brasília, à época

Tinha-se uma única sala, havia a necessidade de investimentos em equipamentos, as condições operacionais eram inadequadas. A taxa de ocupação do cinema para se mostrar viável (especialmente, porque uma das premissas era ter projeção digital em 3D e som digital, com equipamentos que à época custavam cerca de R\$ 350.000,00) superava 100%. Projetávamos uma taxa de ocupação média, baseada nas estatísticas de cinemas da Baixada Fluminense, de cerca de 30 a 35%, o que geraria, mesmo que o explorador detivesse todas as receitas, um déficit mensal superior a R\$ 16 mil, aos valores da época. (LUCA, 2015)

Ainda nesse sentido recorreremos a Araújo e os dados colhidos durante sua pesquisa

Das 17 sessões comerciais que acompanhei no período da pesquisa exploratória, observa-se que apenas três filmes dos

que pude ver com o público tiveram número de espectadores considerável. Quando digo considerável, quero me referir a mais de 20 pessoas na sala de exibição. Desses 17, o diagnóstico é claro: dois são co-produzidos pela Globo Filmes e um é distribuído por uma *major*. (ARAÚJO, 2010, p. 115)

Estes índices de público precisam ser relacionados com o número de poltronas do cinema, com 73 ele é um cinema bem pequeno para a média (menor do que o Cine Carioca, mencionado no caso acima, que contava com 90 lugares), e com o sucesso de boa parte das sessões realizadas em caráter diverso daquele comercial. Entendemos que os projetos alternativos de exibição do Ponto Cine são de fato a centralidade de sua razão de ser, e, mesmo assim, a preferência pelo filme brasileiro em sua programação, mesmo aquele de cunho altamente comercial e distribuído pelas grandes empresas de entretenimento citadas, é um avanço frente a um mercado altamente ocupado pelo produto estrangeiro no geral. Dito isso, não é precipitado dizer que o Ponto Cine se mantém em funcionamento graças as parcerias com o poder público, e isso é um benefício claro da cooperação entre Estado e sociedade civil, e um risco caso seja interrompida esta parceria, já que não se trata de uma ação continuada.

Outro aspecto que vale chamar a atenção é da relação do público com aquele espaço. Para além da relação de proximidade geográfica mesmo já citada, é frequente no trabalho de Araújo a percepção da relação particular que o público firma com o cinema, como nessa passagem que evidencia o caráter informal da relação, muitas vezes evidenciado pela forma de tratamento dos funcionários com o público

Penso sobre esse caráter da informalidade como um diferencial que caracteriza o Ponto Cine de modo positivo como modelo de exibição de cinema, criando um vínculo de identidade a partir da familiaridade em que os espectadores se sentem acolhidos naquele espaço. Isso fortalece a relação com o cinema, cria um sentido de gosto de frequentar o espaço a partir do clima acolhedor. (*ibidem*, p. 114)

Nesse sentido o projeto “Diálogos com o Cinema” é um dos que mais chamam atenção, pois congrega a maior parte das particularidades e vantagens do modelo de funcionamento do Ponto Cine, o projeto

Consiste em um movimento de exibição de filmes (antigos, lançamentos ou pré-lançamentos) seguido de debate aberto ao público, sempre com participação de algum ou alguns convidados que tenham relação com a temática do filme exibido ou com a sua produção. Esse projeto é completamente

gratuito, isto é, não cobra entrada dos espectadores para ver os filmes, nem para fornecer lanche, servido sempre depois das sessões. Para participar basta que a pessoa interessada deixe seu nome e contato telefônico. Dessa forma, dias antes da exibição acontecer, a equipe do Ponto Cine entra em contato e agenda um bilhete para o interessado (a lista de pessoas escritas é enorme e os ingressos, embora agendados, são limitados e distribuídos por ordem de chegada, respeitando a capacidade da sala de exibição. Há sempre uma lista de espera que pode ser atendida, conforma a sala não for ficando lotada). (*ibidem*. p. 125)

O projeto então se aproveita da informalidade na relação do público com o cinema quando define o modo de garantia dos ingressos através do telefone. Também pega carona no entendimento do espectador daquele espaço como um bem público do bairro pois faz do cinema um centro de debate e aproveita a subvenção do Estado para realizar uma ação de formação de plateias e de desencadeamento de potencialidade crítica dos espectadores.

É nesse ponto que considero que o cinema do Ponto Cine opera um sentimento de identificação, isto é, uma constituição identitária dos frequentadores daquele espaço. As pessoas se reconhecem como atuantes no bairro, no sentido de discutirem temáticas relevantes e manterem aquele espaço de exibição aberto para que outras atividades possam ser desenvolvidas. Também muitos espectadores do Ponto Cine consideram o espaço como um bem público do bairro e por isso o legitimam, o reconhecem como uma identidade cultural daquela comunidade. (*ibidem*, p. 130-131)

E sem dúvida a veia ativista do seu idealizador está presente de forma clara quando este diz: “- Só há um caminho para transformar e este passa pela arte” (*ibidem*, p. 131), seguido pelo gerente à época do espaço, Leonardo, que diz “- O Ponto Cine é um espaço que resgata a dignidade humana.” (*ibidem*).

O Ponto Cine então é um projeto altamente ousado e interessante capitaneado pela sociedade civil e realizado em parceria com alguns entes do Estado. Como disse Ana Louback, gerente do projeto Cine Carioca da RioFilme na época de sua implantação em entrevista para esta pesquisa: “Mas o Ponto Cine, por exemplo, foi uma importante referência, pela forma como conduziam a programação, pelas estratégias de mobilização e pelo papel que conseguiram ocupar na região.” (LOUBACK, 2015). Sua relação com a comunidade onde está inserido é particular e possivelmente

transformadora e a realização de exposições de filmes alternativos ao modelo comercial com a ampla realização de debates e reflexões é algo a se referenciar.

#### 4.2 Cinemão: a ocupação tática da cultura

O projeto Cinemão é uma iniciativa capitaneada pela sociedade civil que realiza exposições ao ar livre de filmes, brasileiros e independentes, desde 2010. Para este fim o projeto conta com o próprio Cinemão, chamado pelo projeto de “veículo de ocupação tática da cultura”. O carro é parecido com o temido “Caveirão”, como é conhecido o veículo de choque da Polícia Militar do Rio de Janeiro que é utilizado em operações da corporação em comunidades da periferia na guerra ao tráfico de drogas. O Cinemão leva consigo a tela, projetor, som e demais equipamentos necessários para a exibição do filme.



Figura 8. Cinemão: veículo de ocupação tática da cultura. Fonte: <http://cinemao.org>

O próprio veículo já é em si um discurso contundente. Como deixa claro seu idealizador Cid César Augusto "Comecei a pensar em uma forma de mudar o dia a dia nas comunidades que fosse além da ocupação. A cultura tem um poder de transformação muito maior do que a ação policial" (AUGUSTO *apud* MEINIKÉ, 2014). Ou seja, a ideia de que a cultura tem que figurar no projeto de segurança pública

empreendido pelo Estado é apresentada de uma forma contundente, inscrita na própria forma material da realização do projeto.

O projeto, apesar de capitaneado e dirigido pela sociedade civil, terá sua parcela de apoio do Estado. Desde apoios institucionais do Instituto Pereira Passos da prefeitura do Rio até aportes financeiros, mesmo que pequenos, de empresas como a RioFilme através de editais. O Estado aqui então está no papel de fomentador e apoiador de uma iniciativa que é da sociedade civil.

É também importante para o projeto a questão da experiência coletiva, como forma de interação social e de desencadeadora de processos críticos

Nosso público alvo abrange todos os moradores de comunidades e bairros populares. Assistir a um filme pode ser um programa de família, amigos e colegas de escola ou de terceira idade. São bem-vindos, portanto, crianças, jovens, adultos e idosos. (AUGUSTO, 2015)

O olhar para a questão local também é privilegiado e definido como uma potencialidade que deve ser livre

As condições de vida urbana dos moradores das comunidades tem sido campo para intenso burburinho nas artes e no audiovisual. A intensidade da relação dessas pessoas com o espaço onde residem deve oferecer experiências com o cinema que fogem da nossa possibilidade de previsão! (*ibidem*)

Aqui reside uma das vantagens mais claras da abordagem do projeto, sua forma de privilegiar o que vem da própria comunidade, fazendo daquela prática social a baliza da experiência que pretende-se promover com a exibição dos filmes.

A programação também tem em si essa preocupação, de mediação com as demandas locais “A programação é feita a partir do diálogo com os atores envolvidos. Colocamos na equipe sempre um agente cultural local que nos indica as possibilidades de filmes, mas priorizamos uma produção independente.” (*ibidem*). A prioridade do diálogo local para escolha do programa é uma vantagem clara do modelo pois, ao levar em conta o local aumenta sua capacidade de sucesso. A preferência pela produção independente por outro lado não só privilegia obras que não costumam ter uma circulação ampla, como também dialoga em geral com questões próprias de culturas periféricas, como é o caso da exibição do filme “A batalha do passinho” (2013). Nas palavras do seu diretor Emilio Domingos durante debate promovido após a exibição do

longa em uma sessão do Cinemão “Fico muito feliz, com essa oportunidade do Cinemão, de trazer o filme pras comunidades. Vocês tão vendo em primeira mão, antes de entrar em cartaz nos cinemas.” (DOMINGOS, 2013).

Essa conjunção de fatores: o olhar para a questão local, o privilégio da produção independente; são bases para a promoção de debates críticos acerca da problemática de cada local. Em um debate realizado após uma sessão do Cinemão no Complexo do Alemão o morador Raul Santiago faz uma fala, capturada em vídeo pelo projeto, em que falando sobre a questão da pacificação destaca a necessidade da interação social

“(…) A gente precisa de outras, não digo nem de outras secretarias, o que a gente precisa é de nós mesmos. (...) Todo mundo tá tentando se comunicar e criar uma rede pra gente poder debater com esses caras, e quem tiver oprimindo a gente sair da favela, ser afastado, rala! Porque a gente tá aqui pra viver, a gente tá no nosso território, a gente tem a nossa forma de viver.” (SANTIAGO, 2013)

O projeto Cinemão, então, tem como principais vantagens para seu sucesso nas exibições locais ao ar livre uma série de decisões claras tomadas por quem dirige a iniciativa. O privilégio do diálogo e do olhar para as formas de vida e práticas culturais locais é condição para o fomento de relações sólidas da população com aquele projeto, a opção pela produção independente também revela obras que em geral tem pouco trânsito no mercado cinematográfico e muitas vezes vão falar de culturas e questões populares e periféricas, aprofundando o diálogo com o universo local. Por fim, o questionamento do papel da cultura no projeto de segurança pública do Estado permeia toda as atividades e está presente desde a própria materialidade da iniciativa com o veículo Cinemão.

### **4.3 Cinema Para Todos: Os vales cinema e o acesso ao audiovisual**

O CPT é um programa do governo estadual do Rio de Janeiro, cuja principal ação é a distribuição de vale ingressos (dois por aluno) para estudantes da rede estadual a partir do 9º ano e da Educação de Jovens e Adultos (EJA) assistirem qualquer filme brasileiro em cartaz, em qualquer sessão de qualquer sala de cinema participante.

O programa foi elaborado no ano de 2008 como parte do “Programa de Desenvolvimento do Audiovisual do Estado do Rio de Janeiro – Rio Audiovisual” que

foi pensado pelo “Grupo de Trabalho do Audiovisual”.<sup>16</sup> Este grupo que contava com representantes dos setores da produção, exibição e distribuição elaborou uma série de diretrizes e metas para os anos seguintes, e entre elas figurava o que veio a se tornar o CPT, que teve sua primeira edição já em 2008/2009 “durante seis meses de operação nas escolas, durante os quais 350 mil vales foram distribuídos e aproximadamente 157 mil vales foram utilizados pelos alunos e professores em 22 municípios possuidores de salas de cinema.” (SEC, 2014, p. 4). A segunda edição foi realizada em 2010/2011 “durante os quais 1.250.000 vales foram distribuídos e 501.000 vales foram utilizados pela rede estadual de ensino.” (*ibidem*). A terceira edição, sobre a qual nos deteremos mais, foi realizada de 28 de dezembro de 2011 a 28 de maio de 2014. O programa é uma parceria da secretaria estadual de cultura (SEC), com a secretaria estadual de educação (SEEDUC), que em conjunto realizam o programa. Júlia Levy, Superintendente do Audiovisual da secretaria estadual de cultura do Rio de Janeiro, de 2008 a 2013 resume o funcionamento do programa como um tripé.

(...) obviamente toda uma relação com a SEEDUC. Porque não existira esse projeto se não fosse ela. Ele era um tripé, eu tinha que ter uma boa relação com os exibidores, eles tinham que aderir ao programa (...) O outro pé do tripé eram as escolas, se eu não tivesse uma boa relação com a SEEDUC esse programa jamais poderia ter acontecido. Você não entra em uma escola pra distribuir nada se você não tem a autorização da secretaria, se você não tem a autorização da diretoria regional, se você não tem diretora da escola e se você não tem uma boa relação com todo mundo da escola pras realmente pessoas aderirem aquele programa e falarem, gente, ir ao cinema é importante, ir ao cinema é uma diversão, ir ao cinema faz parte da formação de vocês. (...) E o outro tripé eram os filmes. (LEVY, 2015)

O CPT é operado no entanto, através de uma instituição conveniada, no caso da terceira e mais recente edição foi o Instituto Cultura em Movimento (ICeM).

Primeiro a gente teve a Cidadela, que fez o piloto. Da primeira pra segunda a gente achou bom a gente fazer uma pesquisa de

---

<sup>16</sup>O Grupo de Trabalho do Audiovisual constituído através do Decreto N° 41.068 de 12 de dezembro de 2007 expedido pelo governador do estado, sob responsabilidade da Secretaria de Estado de Cultura, integrado por Gustavo Dahl - seu coordenador, Carlos Diegues, Luiz Gonzaga De Luca, Leonardo Monteiro de Barros, Flavio Tambellini, Luiz Antônio Silveira, Guilherme Coelho e Bruno Wainer.

mercado e ver o que a gente ia fazer, a gente sentiu que eles foram muito parceiros mas a gente precisava de alguém que tivesse mais robustez, a gente precisa de alguém que tivesse mais conhecimento, mais capacidade de gestão, a gente não sabia quem seria esse parceiro, a gente não sabia nem se a gente ia encontrar um parceiro, a gente fez alguns estudos pra poder chegar... A gente enfim, estudou um pessoal, (...) fez uma pesquisa de mercado com uns 3 ou 4 parceiros, e a gente acabou chegando no ICeM que tinha o melhor preço e a melhor expertise, que eles já tinham feito grandes programas com a Petrobras no Brasil inteiro. (*ibidem*)

A gestão terceirizada, por assim dizer, nos parece uma tendência da política cultural no Rio de Janeiro, e também em São Paulo, Minas Gerais e Ceará que são estados que aplicam amplamente o modelo de gestão por Organizações Sociais que são “(...) a princípio, entidades cuja qualificação – ou até mesmo criação – é incentivada pelo poder público, para gerir um patrimônio ou uma atividade do Estado.” (PONTE, 2010, p. 85). As OSs são também entidades do terceiro setor, ONGs em geral, que se credenciam junto ao Estado a fim de se responsabilizar por uma determinada área de gestão ou equipamento público através da celebração de um contrato de gestão. Ponte vai problematizar as críticas usuais ao modelo de *publicização*, ou seja, de delegação de serviços públicos para organizações privadas como as OSs da seguinte forma:

Em resposta às críticas relativas à publicização, compreendemos que o modelo de parceria será tão neoliberal quanto seja o Estado que faça uso dele, e que ao criticar o modelo muitos se esquecem de que é sempre o Estado o responsável pelas “regras do jogo” na parceria com as instituições do Terceiro Setor. Um Estado corrupto e clientelista fará mau uso não apenas de qualquer perspectiva de parceria, mas até mesmo dos burocráticos mecanismos da administração pública (*ibidem*, p. 144)

Parece um certo resquício de uma convicção da política cultural neoliberal conforme categorizada por Chauí, ainda mais pensando que o modelo de publicização foi engendrado como parte de um projeto de reforma do estado empreendido na gestão de Fernando Henrique Cardoso na presidência. No entanto, este modelo compreende uma política que é gestada e pensada de forma estratégica pelos agentes governamentais, em consonância com o que um grupo de trabalho composto pela sociedade civil pensou, mesmo que esse grupo seja ocupado em boa parte por empresários do setor do audiovisual e de notórios da atividade cinematográfica.

Este tipo de gerência pode ser identificado, pelo viés do Estado, como um benefício e uma vantagem, visto que a forma de gestão possibilitada pelo firmamento de um contrato com o ICeM dá muito mais flexibilidade na forma de operação do programa. Este modelo de gestão é visto com bons olhos pela então secretária Adriana Rattes, que diz em entrevista aos Cadernos de Cultura da FGV

Existem certas atividades que, embora sejam de responsabilidade do poder público, são mais bem desenvolvidas e administradas quando gerenciadas pela sociedade civil. (...) Dentro desse enorme e eterno trabalho de reforma do Estado, que acontece em todos os lugares do mundo, esse capítulo das Organizações Sociais (OS) mostra uma experiência muito interessante para o Brasil. (FGV, 2012, p. 12)

Por outro lado pode ser visto como um risco se pensado pelo viés do controle social, em que pese a burocracia e uma certa falta de publicidade de informações por parte do Estado quando ele mesmo é o operador de programas como o CPT, este é uma instituição pública que deve servir a população que representa por definição. Dito isso, é plenamente possível que uma instituição privada, como o ICeM, celebrando um contrato de gestão com o poder público, possa implementar uma política de acesso a informação transparente. De fato é o que faz o instituto em seu site, que possui uma seção com o título “Transparência”<sup>17</sup> onde se encontram contratos de gestão, prestação de contas e outros documentos.

No entanto, há fragilidades importantes no modelo. O aumento do custo de manutenção dos programas das secretarias de cultura é uma delas, Ponte destaca o aumento do orçamento da cultura no caso de São Paulo

Os anos de 2007 e 2008 foram marcados também pelo incremento expressivo do orçamento da Secretaria de Cultura, que chegou a aumentar em R\$ 100 milhões entre os dois anos. Podemos averiguar, inclusive, que a mudança do modelo de gestão dos espaços e programas da Secretaria de Cultura, a partir de 2004, foi acompanhada pelo crescimento do orçamento destinado à pasta (...) (PONTE, 2010, p. 103)

Este aumento no entanto, ainda que subindo a capacidade de investimento e custeio da secretaria tem boa parte de seu incremento na parte do financiamento das instituições conveniadas, diminuindo inclusive a capacidade de investimento entre

---

<sup>17</sup> <disponível em: <http://icemvirtual.org.br/o-instituto/transparencia>> Acesso em 09/11/2015

2007 e 2008<sup>18</sup> por exemplo. Então essa fragilidade é o outro lado da moeda da vantagem que é a flexibilização da gestão com este modelo, se gasta mais com o próprio funcionamento e manutenção das OSs para possibilitar arranjos gerenciais mais flexíveis.

Outra fragilidade e risco do modelo é indicada por Ponte de forma direta

(...) o risco reside na “feudalização” da gestão compartilhada, possibilitando que a escolha de entidades seja guiada por interesses pessoais, políticos ou partidários, ferindo a transparência essencial ao modelo e o atendimento ao interesse público. (*ibidem*, p. 123)

Este risco é real e concreto, pois pela legislação vigente a celebração de contratos com OSs para a gestão na cultura não exige processo licitatório ou chamada pública, apesar de que isso é feito em alguns casos no estado do Rio de Janeiro. As instituições podem ser contratadas diretamente pelo Estado, de forma discricionária. O caso da Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo (Osesp) é exemplar, a Organização Social que hoje faz a gestão da orquestra foi criada com o intuito de ser contratada pelo governo estadual paulista, no mesmo ano que celebrou seu primeiro contrato de gestão

É importante ressaltar que outras entidades, a exemplo da Fundação Osesp, foram criadas com o único intuito de qualificarem-se como OS e celebrarem contrato de gestão com o Estado, sendo esse um processo comum em muitos estados, de criação “de dentro para fora”, ou seja, quando o Estado estimula a criação ou qualificação de uma entidade com o objetivo de garantir a melhoria da gestão de um projeto ou espaço por meio da publicização. (*ibidem*, p. 101)

Não podemos, então, afirmar que este tipo de política realizada em parceria público-privada seja negativa, à primeira vista, apesar de possuir riscos e fragilidades claros. O modelo de gestão via OSs ainda tem um caminho a percorrer e necessita de mais investigação, ainda mais pelo caráter interessante das políticas e iniciativas que resultam deste tipo de gestão, como o Centro Cultural Dragão do Mar em Fortaleza e o próprio programa de Bibliotecas Parque também do estado do Rio de Janeiro.<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> Dados consolidados do orçamento da secretaria estadual de cultura de São Paulo.

<sup>19</sup> O Cine Teatro Eduardo Coutinho, é uma sala de cinema que funciona dentro da Biblioteca Parque de Manguinhos, de posse do governo do estado do Rio e operada pela Organização Social IDG. Este cinema, apesar de ser operado de forma similar a alguns estudos de caso analisados neste capítulo não fez parte da análise mais aprofundada pois começa a funcionar já

O CPT atende atualmente 27 municípios do estado diretamente, sendo um total de 92 municípios e destes, 28 possuem cinema. A linha do cinema comercial, da distribuição de ingressos, é a que recebe mais destaque midiático e na sociedade como um todo. Este carro chefe por assim dizer, que é a distribuição de ingressos nas escolas, se configura como uma política que se desdobra em duas facetas claras, a que atende aos interesses empresariais e que vai se ocupar de desenvolver iniciativas interessantes com jovens estudantes da rede pública do estado.

Do lado do empresário o ganho é econômico e volumoso, pois tem receitas garantidas através da compra de grande número de ingressos pelo governo do estado e, mesmo o valor do ingresso não sendo equivalente ao preço médio vigente, ainda se trata de um importante recurso para os exibidores. Felipe Lopes, coordenador de difusão e acesso da Superintendência do Audiovisual da SEC esclarece: “Na última edição foi [sic] R\$ 4 depois foi ajustado pra R\$ 4,50 por ingresso pro exibidor. Então de 1 milhão [de ingressos], são R\$ 4,5 milhões só de ingresso.” (LOPES, 2015). É importante notar que o número de 1 milhão de ingressos distribuídos é o que fato foi utilizado, após descontada do número total previsto uma taxa de retorno, não uso, de 40% segundo dados da SEC.

Do lado do estudante da rede estadual o ganho é de desenvolvimento cultural e social, pois recebe dois ingressos de cinema, e pode ir assistir com quem quiser, qualquer filme brasileiro, em qualquer sessão, em qualquer cinema participante, sem precisar se restringir a sessões deslocadas. Sobre o fato de serem distribuídos dois ingressos para cada aluno Levy faz um apontamento interessante, que está em consonância com o que discutimos anteriormente no que tange o audiovisual como experiência coletiva

A comunidade escolar tem que tá incluída nisso. O menino não tem que ganhar só o vale dele, o aluno tem que ganhar o vale dele e de um acompanhante, e se ele quiser levar a avó? Então a gente tem depoimento de avós que nunca tinham entrado num cinema, a gente tem depoimento de merendeira que queria ir também. (LEVY, 2015)

---

no final de 2014, já na metade deste projeto de pesquisa, e acreditamos que é necessário um tempo maior de funcionamento para ser possível desempenhar uma análise mais completa deste programa.

Além disso, quando fala-se do envolvimento da comunidade escolar como um todo é importante destacar outra faceta do programa, destacada por Levy em relatos feitos pelos diretores de escolas na época.

(...) queremos mais vales, queremos participar, porque só os alunos podem ganhar vale? Porque no início a gente ia distribuir só pros alunos. E aí a gente entendeu assim, gente, é um programa que ou ele faz parte da comunidade escolar, e realmente a gente precisa que o professor fale que esse filme é legal e ele tenha visto, que o diretor da escola se quiser ir ao cinema ele possa ir, se a merendeira está pedindo, gente, a merendeira, eu vou dizer não? (*ibidem*)

Então é interessante notar a preocupação dos gestores em de fato levar, não só para os estudantes mas também para os outros atores que se relacionam com a escola, a possibilidade de acesso ao cinema e sua experiência coletiva, que não se concretiza apenas na ida a sala de exibição, mas também no próprio ambiente escolar, através do diálogo entre alunos, professores e trabalhadores das escolas.

Sobre a questão econômica que mencionamos Lopes nos dá dados que confirmam nossa hipótese do ganho para o empresário. Nesse sentido não há como não relacionar este programa com a gestão da secretária Adriana Rattes, oriunda do ramo da exibição cinematográfica como dirigente do Grupo Estação, com amplo relacionamento com as redes exibidoras do estado e sua associação patronal. Esta especificidade é fundamental para compreender o sucesso do programa enquanto abrangência nas redes de exibidores.

(...) o primeiro impacto é o dinheiro propriamente dito. (...) por um lado foi injetado [sic] mais de R\$ 5,5 milhões em cima desses ingressos? Foi. São R\$ 5,5 milhões de renda na exibição, tudo bem que tem a parte que ele vai tirar pro distribuidor e tudo mais aquela lógica de mercado exibição/distribuição normal, mas tem impacto significativo. Pro interior isso é fundamental? É fundamental. O diálogo com o sindicato dos exibidores do estado do RJ é um diálogo muito mais caloroso, até de querer a volta, do percentual que isso impacta na própria política. O cinema de Bom Jesus do Itabapoana, tudo bem que era uma época que também tinha o PEC, mas analisando 2008 a 2011 o crescimento de público foi de 5 mil e pouco de público por ano pra 30 mil por ano. Obvio que isso é um caso extremo (...) (LOPES, 2015)

Fica claro então que economicamente é um programa relevante e isso certamente faz parte do sucesso do programa em termos de alcance da maioria das redes de cinema do estado como participantes. Para Levy

(...) o preço que eu pagava pelo vale que era R\$ 3 depois virou R\$ 4, digamos assim não era um preço tão bom pra eles. Principalmente pros da Zona Sul digamos assim, pro do interior sim, os dias de meia pra ele tinha R\$ 8 e R\$ 4. (LEVY, 2015)

Aqui identificamos uma vantagem e um benefício claro para o empresariado do ramo exibidor: a compra de ingressos é uma garantia de receita fundamental, principalmente para os cinemas menores. Se por um lado é um valor mais baixo que o usual por ingresso, existe uma injeção de capital no setor que garante recursos, principalmente em épocas de baixa frequência ao cinema durante o ano.

Como podemos perceber nas falas de Lopes e Levy, o impacto para os cinemas inseridos no interior é grande, e não se trata apenas dos ingressos dados pelo CPT, mas da formação de plateias também. A oportunidade de ir uma vez, ou duas, ao cinema através do programa tem o potencial de desencadear um hábito de comparecimento.

Contudo, é importante a problematização da adesão das redes de cinemas ao programa também, ela é voluntária e individual, mas negociada com o sindicato dos exibidores da cidade e do estado do Rio.

Eu lembro do [Luiz] Gonzaga falar, que esse programa fez com que o papel do sindicato se redefinisse. Todas as reuniões com os exibidores eram feitas no sindicato. (...) Claro que tem que ter esse intercâmbio, recebia todo mundo na secretaria, mas era interessante essa colaboração de voz, institucional mesmo de contato com eles. É o sindicato da cidade, sempre em parceria com o sindicato do estado, mas era realmente onde era o nosso centro de trabalho (...) pra você ter uma ideia num primeiro momento a gente não conseguiu uma adesão de todos os exibidores. Eram 23 municípios com cinema, a gente só conseguiu entrar num primeiro momento em 11 (*ibidem*)

Nesse sentido, como vimos há pouco apesar de 28 municípios possuírem salas de cinema no estado do Rio apenas 27 cidades participaram do programa diretamente na última edição, já sendo um número maior que os 11 da primeira edição, mas não alcançando a totalidade do circuito. Logo, em uma tentativa de tentar preservar um

suposto “público implícito”, para usar uma categoria de Mantecón, algum exibidor talvez não esteja inclinado a participar do programa:

Tem uma questão muito complicada ainda com o preconceito de classe, o caso de Cabo Frio era um pouco isso: “não, nosso cinema é focado pra classe A e B de Cabo Frio”, então tá, o que eu posso responder pra isso? A atividade é privada... A gente tem isso com alguns cinemas da Zona Sul do Rio, a adesão é parcial. Quando a gente chega na Zona Norte, Zona Oeste, no interior, na baixada a adesão é muito maior do que comparado a Zona Sul. (LOPES, 2015)

E segue tratando desta problematização também do ponto de vista da distribuidora e do produtor

(...) porque no início nem todos os filmes queriam fazer parte do programa. Porque você quando paga um tíquete baixo você faz com que o PMI abaixe do filme, e alguns filmes tem um desempenho de mercado muito forte, e um desempenho econômico, financeiro que precisa ter resultados muito concretos, por causa de FUNCINE, por causa de fundos e patrocinadores, enfim, que tem que ser prestado contas, o que é bacana. Mas o que a gente dizia era, gente, essas pessoas não vão ver esses filmes, me usa como plataforma de mídia tua, se você quer pensar estritamente no seu público, o programa vai falar do teu filme gratuitamente, ele vai entrar em sala de aula, e ele vai falar do teu filme, é uma mídia quase, ambulante. Não é a intenção do programa fazer mídia pra ninguém, mas o aluno vai ao cinema ver alguma coisa, eu não posso ser burocrata e não pensar uma forma interessante de falar do programa pro jovem, o jovem quer ver filme ele não quer saber que é o programa CPT, que visa a democratização do audiovisual... Não, ele quer ir num cinema bacana ir ver um filme legal. Ok, é legítimo ele querer isso, qualquer jovem quer isso, e o que a gente queria dizer pra eles é: é bacana ir, é legal, você não paga nada e você ainda pode levar um amigo, você pode ir junto num grupo, a sua escola pode fechar um grupo pra você. (LEVY, 2015)

Então quando falamos nesta política de duas facetas, e devemos falar sobre a parceria público-privada, estamos falando sobre um equilíbrio entre Estado e setores da sociedade civil. Na visão de Gramsci no entanto estamos falando de duas categorias, Estado no sentido estrito e sociedade civil, que fazem parte da mesma concepção de Estado ampliado proposta pelo autor. Nesse sentido o arranjo do CPT nessa linha comercial pode se tratar de um expediente da hegemonia das classes dirigentes no estado do Rio. Vimos quando discutimos as categorias propostas por Gramsci que os dirigentes do Estado fazem a manutenção do *status quo* não só através da coerção, mas

também do consentimento. Dito isso no entanto, acreditamos que é possível pensar nesta linha do programa também proporcionando um certo empoderamento de setores das classes populares, usando-se de “rachaduras” na posição hegemônica vigente, ainda mais se pensarmos de uma forma holística, em conjunto com as outras linhas do programa a serem explicitadas a seguir.

Apesar da linha do programa que mais tem destaque ser a linha do cinema comercial é fundamental notar que o programa atende também a cerca de 42 municípios indiretamente, ou seja, cidades que não possuem cinema mas que os alunos são atendidos através de sessões agendadas, e para além das sessões agendadas o programa organiza o chamado circuito não-comercial, que consiste na criação de cineclubes nas escolas que recebem equipamentos para o seu funcionamento, bem como o acervo da Programadora Brasil e a capacitação de representantes das escolas.

O cineclube tinha esse objetivo, era tentar chegar onde o cinema comercial não chegava. A grande verdade é que mais municípios do que os municípios que tinham cinema pediam pra ir no CPT, porque as escolas elas tem verbas pra alugar um ônibus, elas tem alguma verba, algum jogo (...) e eventualmente algumas escolas pediam pra ir no CPT do cinema mais perto, isso acontecia com frequência. Mas a gente viu que a gente podia realmente desenvolver essa questão dos cineclubes, tinha uma pedida muito grande dos cineclubes, e além disso tinha os pedidos das escolas de quererem ser cineclubistas, que era o mais importante. Não adianta eu falar “ah, cineclubismo é legal” se nenhuma escola quer aderir, mas elas quiseram. (*ibidem*)

São 30 municípios atendidos segundo dados da secretaria estadual de cultura. Os critérios incluem a baixa relação alunos/salas de cinema, por exemplo e são realizadas também oficinas de cineclubismo para os alunos nas escolas, para além da capacitação e treinamento de um funcionário representante. Este é um benefício claro no que tange a questão da democratização do audiovisual, sendo o cineclubismo uma força motriz importante para a difusão e o acesso ao cinema e a sua própria problematização.

As oficinas são ministradas pelo coletivo “Mate Com Angu”, coletivo de audiovisual da baixada fluminense e tem uma premissa clara de privilégio da experiência coletiva com o audiovisual

Fazer cineclube é também resgatar o prazer de ver filmes coletivamente, preservando o debate apaixonado ou simplesmente o bate-papo descontraído. Uma ação de indivíduos que preservam a paixão do encontro e do compartilhar (MATE COM ANGU, 2013, p. 21)

Então a preocupação com o contato dos alunos com outros tipos de obras audiovisuais através do incentivo ao cineclubismo nos parece um interessante ponto específico do programa, assim como a realização das oficinas acima, que atentam para a importância de se *pensar* sobre o audiovisual e correlaciona-lo com o mundo à volta, tentando proporcionar para os indivíduos algumas ferramentas para desvendar os códigos do audiovisual. A atenção à autonomia dos locais para desenvolver o cineclubismo à sua maneira se manifesta também na escolha dos nomes dos cineclubes pelos próprios atores inseridos naquele território, resultando em nomes tão diversos quanto deliciosamente criativos como “Cine 40 - lotadão é mais gostoso; (...) Alaga Cine; (...) Cineclube Na Esquina do Deserto; Cascata Cinema Clube; (...)” (*ibidem*), e em situações interessantes como a criação do cineclube em uma escola que fica dentro do Departamento Geral de Ações Socioeducativas (DEGASE), que foi um pedido da própria instituição de participar da seleção e segundo Levy é um dos mais ativos.

Um dos cineclubes é lá, e é um dos mais ativos, tem uma escola dentro do DEGASE, a escola pediu pra participar das seleção, e a gente: imagina, é uma honra pra gente tá dentro do DEGASE. E foi um dos cineclubes, a gente abriu dentro do DEGASE. (LEVY, 2015)

O benefício aqui é não só a ampliação dos horizontes audiovisuais dos alunos, mas também a relação local que se forma com o estabelecimento destes cineclubes.

Ainda no âmbito do não-comercial, existem as oficinas de vídeo interatividade, que, nas palavras de Levy surgem no diálogo com a secretaria de educação.

Vídeo Interatividade e cineclubismo: isso foram demandas que foram aparecendo. Do 1º pro 2º a SEEDUC, ela tava desenvolvendo Vídeo Interatividade em outro projeto deles o “Turista Aprendiz”, e aí a Delania Cavalcanti, que era uma subsecretaria na época que depois ficou trabalhando em uma outra área da SEEDUC, ela me chamou e falou: “Júlia, eu adoro o CPT, você sabe que eu acredito nesse programa, a força que ele tem, a ousadia que ele tem de trabalho dentro da escola, a liberdade que ele tem, mas eu queria ir um pouco além. Eu queria realmente desenvolver linguagem, eu queria que quem quisesse se aprofundar eu queria dar oportunidade de se aprofundar. O que você acha?” Ah, eu ótimo “Ah, eu

tenho aqui essa equipe que já faz isso, vamos fazer?” Vamos fazer. Então era esse tipo de coisa, o que a educação me demandasse, a gente tava aberto a dialogar. (LEVY, 2015)

Estas oficinas nos parecem um benefício e uma vantagem interessantes na medida em que trabalham as potencialidade dos alunos, não só no que tange a decodificação da linguagem do audiovisual através da sua realização, mas também com sua relação com o território onde estão inseridos, já que o curta-metragem trata muitas vezes da realidade local, aproximando o que está perto de uma forma possivelmente questionadora daquilo que está lá.

Por fim devemos falar da capacitação dos professores da rede estadual através de uma equipe pedagógica do programa que

(...) realizou encontros com os professores durante toda essa edição, com a função de propor atividades a partir dos filmes e orientar sobre as possibilidades temáticas e de aproveitamento pedagógico de cada filme e do cinema como um todo. Em paralelo, professores participaram de sessões exclusivas para eles. (SEC, 2014, p. 42)

Além disso produziu os chamados “folders pedagógicos” que trazem diretrizes para trabalhar alguns filmes dentro de sala de aula, potencializando as discussões dos professores com os alunos.



Figura 9. Folder pedagógico do filme “Uma história de amor e fúria” (2012). Fonte:

<http://rio.rj.gov.br>

Nos parece que a preocupação com a formação de plateias e a potencialização dos atores para aumentar sua intimidade com os códigos do audiovisual são grandes para a execução do programa CPT, até pela parceria com a SEEDUC. Sem fazer uma reflexão ausente de críticas, podemos no entanto perceber o programa como uma interessante iniciativa, no mínimo ambiciosa, para a difusão e o acesso do cinema e do audiovisual.

A principal questão levantada na entrevista feita com o gestor e pensada por nós durante a pesquisa é a questão da política cultural como uma categoria deslocada de um pensamento estratégico e estrutural, na maioria das vezes. Menos por uma falta de vontade dos gestores diretos e mais por uma noção consolidada na sociedade de uma maneira geral e nos governantes, de que é uma área lateral. Lopes argumenta que

(...) é muito complicado batalhar pra fazer política pública ano a ano... É isso, a edição do ano passado acabou e não é automático, porque é isso assim, eu defendo a contrapartida mas ai vamos trabalhar enquanto produtor que tá vendendo o projeto, e fala com o governo: traz visibilidade pro governo, isso é bom, gera um feedback positivo, gera uma opinião pública boa, e tá desde maio parado, vai fazer um ano parado. Então acho que falta uma lógica de política estrutural, não existe uma política estrutural no sentido de que esse programa vai tá [sic] garantido ano a ano, então enquanto a política pública for que nem a produção de projeto que você a cada edição tem que lutar pra fazer a gente não consegue fazer isso de forma orgânica e nem estruturar um política que fique. (LOPES, 2015)

A ausência de um pensamento, principalmente intra-governo, da necessidade de um planejamento estratégico acerca da política cultural faz com que os programas sejam por definição frágeis, atrelados ao orçamento alocado para a cultura naquele ano e a vontade política da coalização governamental de ocasião. Lia Calabre vai compartilhar desta preocupação quando fala de algumas iniciativas de política cultural que foram realizadas em determinadas cidades mas não tiveram continuidade

(...) muitas delas, entretanto, completamente “sepultadas” pelas administrações que se seguiriam – triste prática da classe política brasileira que teima em “reinventar a lâmpada” a cada nova administração, desvalorizando ou ignorando as realizações anteriores. (CALABRE, 2012, p. 81)

Nesse sentido nossa reflexão se pauta na necessidade de um pensamento estrutural e sistêmico da cultura como uma área estratégica para a promoção da cidadania e para o desenvolvimento não só econômico, como social.

Portanto, os objetivos maiores da política de desenvolvimento têm que ser, entre nós, de natureza social, ainda que os meios para alcançá-los sejam com frequência de caráter econômico. Ora, o que chamamos de política cultural não é senão um desdobramento e um aprofundamento da política social. (FURTADO, 2012, p. 63)

Essa noção, apesar de amplamente compreendida em setores da sociedade civil organizada em torno do tema, ainda passa ao largo de grande parte da sociedade e da maior parte das coalizões governamentais, pois como diz Celso Furtado “Sistema de valores, a cultura é da esfera dos fins, e a lógica dos fins escapa ao cálculo econômico em sua versão tradicional.” (*ibidem*, p. 57).

#### **4.4 O programa Cinema da Cidade e a possibilidade da interiorização do parque exibidor fluminense**

Outro programa também realizado pela SEC que vale mencionar, de forma lateral pois ainda está em um estágio inicial, é o programa Cinema da Cidade em parceria com a Ancine.<sup>20</sup> Este projeto consiste em, segundo a Ancine:

Nos municípios com menos de 100 mil habitantes (G-1), a viabilização de uma sala de cinema envolve uma equação econômica e financeira mais complexa, porque a tomada de empréstimo e o investimento são mais difíceis. Devido ao maior risco comercial dos empreendimentos de cinema nesse grupo de cidades, o Programa CINEMA PERTO DE VOCÊ desenhou o Projeto CINEMA DA CIDADE, que prevê a aplicação de recursos do orçamento da União, alocados por emenda parlamentar, ou por meio da modalidade apoio do Fundo Setorial do Audiovisual. (<http://cinemapertodevoce.ancine.gov.br/cinema-na-cidade>)

---

<sup>20</sup>O Cinema da Cidade é uma linha que faz parte do programa Cinema Perto de Você da Ancine que “(...) foi criado para ampliar o mercado interno de cinema e acelerar a implantação de salas em nosso país.” segundo o site <http://cinemapertodevoce.ancine.gov.br/o-que-e-o-programa>

Segundo Levy, com a realização do programa CPT a equipe da SEC acaba conhecendo melhor o parque exibidor do estado do Rio, em particular o do interior, e identifica que de fato existem muitos municípios que sequer possuem cinema. Então o advento do programa do Cinema da Cidade chama a atenção dos então gestores da parte audiovisual da secretaria.

Então assim, a gente vendo essa realidade muito dura e principalmente que só um terço do estado tinha cinema, e quando a Ancine lança esse programa a gente viu que existia um programa diretamente ligado pra municípios sem cinema até 100 mil habitantes, e poderia ser verba tanto do orçamento quanto verba de emenda parlamentar. Aí a gente falou, cara, vamos falar com a bancada do rio do senado e do congresso, e a gente falou, foi uma experiência bem única você falar com os deputados, conhecer a câmara dos deputados, o senado. A gente conseguiu uma emenda do senado, do senador Regis Fischer, que tava lá na época no final de mandato, então ele conseguiu destacar isso pro Rio de Janeiro, aí tinha um casamento de recurso de verba do estado e aí acho que a gente conseguiu 12,5 milhões que é um dinheiro que fica depositado numa conta da Caixa Econômica Federal. (LEVY, 2015)

No caso do Rio de Janeiro Lopes descreve como se deu a operacionalização do programa de fato.

É uma chamada pra prefeituras, com terrenos públicos, que não tenham cinema, o recorte a época é de 20 a 100 mil habitantes pra construção de um complexo de 2 salas de cinema com exibição digital, então é um programa muito grande enquanto recurso, muito grande enquanto coisa a se fazer porque mexer com obra é muito mais difícil, traz muito menos visibilidade do que levar 1 milhão de alunos ao cinema, quando abrir aí enfim tem a festa na cidade, mas até lá é muito cimento! (LOPES, 2015)

Então trata-se de um programa que visa a construção de salas de cinema em cidades pequenas, do interior do estado, que não tem salas de exibição. A leva atual irá atender 8 cidades: Cordeiro, São Fidélis, Saquarema, São Pedro da Aldeia, Rio Bonito, Bom Jardim, Miracema e Seropédica, sendo que Bom Jardim contará com a reforma de seu cinema histórico. É um projeto que vai diretamente ao encontro de nossa discussão anterior sobre a localização das salas de cinema no país, e não diferente no estado do Rio. Vimos que a maior parte das salas de cinema está em áreas metropolitanas, vimos também que no estado do Rio são 92 municípios, e apenas 28 destes com cinema. Então nos parece uma empreitada interessante, mas que bate em

uma problemática que veremos também a seguir quando tratarmos do caso da Rede Cine Carioca: a gestão das salas. Lopes nos explica

**Pergunta: E depois as prefeituras que vão gerir esses espaços?**

Felipe Lopes: Não, é um pouco a mesma lógica do que é o Laura Alvim, que é um espaço do estado e um do que é o Cine Carioca que é fazer uma licitação pra uma empresa operar, que o estado faz. Aquisição de equipamento também, obra também, a prefeitura entra com o espaço, ela praticamente é selecionada no edital, ela faz a cessão de uso do espaço. (LOPES, 2015)

Nos deparamos então com uma problemática no que se refere a gestão que debateremos mais à frente, quando falarmos do modelo de gestão da Rede Cine Carioca, que apresenta seu próprio conjunto de riscos, fragilidades, vantagens e benefícios.

#### **4.5 Rede Cine Carioca - um projeto de acesso a sala de cinema**

A Rede Cine Carioca é uma iniciativa da prefeitura do Rio de Janeiro, que, através de uma parceria com a RioFilme construiu até o presente momento dois complexos de salas. A primeira foi inaugurada em 2010: o Cine Carioca Nova Brasília, na comunidade Nova Brasília, que está inserida no Complexo do Alemão (complexo de favelas na Zona Oeste do Rio) contando com uma sala de 90 lugares. Já a segunda é inaugurada em 2012, no Méier (bairro da Zona Norte da cidade), dentro do antigo cinema Imperator, reformado pela prefeitura e transformado no Centro Cultural João Nogueira naquele ano, contando com três salas de cinema que somam 389 assentos.

. A RioFilme, empresa estatal do município do Rio, categoriza sua rede de exibição, até o momento com 2 complexos de cinemas, dessa forma:

A rede Cine Carioca se constitui em um espaço de garantia dos direitos culturais e integra a política da RioFilme de democratização do acesso a bens culturais através dos cinemas de bairro. Como equipamento dedicado ao lazer, à arte e ao pensamento, o cinema se desdobra na reestruturação urbana do entorno e funciona como âncora na construção de uma paisagem mais justa e dinâmica. ([http://www.rio.rj.gov.br/web/Cine\\_Carioca/cine-carioca](http://www.rio.rj.gov.br/web/Cine_Carioca/cine-carioca))

A construção do primeiro complexo da rede, o Cine Carioca Nova Brasília, se dá em uma conjunção de fatores nos quais se inserem a questão da pacificação enquanto projeto político central em convergência do governo a nível estado, com o governador Sergio Cabral, e municipal, com o prefeito Eduardo Paes, ambos do Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB). Ambos a todo momento gozando de uma relação de parceria com o governo federal primeiro com Lula e depois com Dilma Rousseff, ambos do Partido dos Trabalhadores (PT). Esta parceria política se concretiza não apenas em projetos políticos comuns, mas também em transferência de recursos, principalmente do governo Federal. Segundo entrevista realizada com gestores da RioFilme a dimensão ligada à política de pacificação à época empreendida pelo governo do estado do Rio, e que tinha no Complexo do Alemão sua maior conquista desde o seu início, se evidencia da seguinte forma:

A ideia surgiu da prefeitura, o Nova Brasília, o programa Cine Carioca. O projeto Cine Carioca nasceu como um projeto da prefeitura que integrava o programa Morar Carioca, esse programa ele abrangia várias atividades e iniciativas para comunidades do Rio de Janeiro. Então, a instalação das UPPs fazia parte desse programa, era um programa de revitalização das comunidades assim, das favelas. Então o cine carioca nasceu junto com a praça do conhecimento, que é numa área de Nova Brasília né, e a Praça do Conhecimento também é da prefeitura, os dois equipamentos são da prefeitura, e aí a Cine Carioca por ter o expertise de cinema, foi convidada pela prefeitura para administrar o cinema, a responsabilidade do cinema passou a ser da Cine Carioca. (GONDIM, 2015)

Para além deste processo político comum a questão da transferência de recursos se faz presente. A construção da Praça do Conhecimento era uma iniciativa ligada ao projeto Morar Carioca, este por sua vez financiado com recursos oriundos do Programa de Aceleração de Crescimento (PAC), conforme entrevista concedida à pesquisa por Ana Louback, à época responsável na RioFilme pela implantação do Cine Carioca

A construção da sala aconteceu num contexto de contrapartida de uma obra do PAC na região e, portanto, foi gerida pela Secretaria de Habitação do Município, com acompanhamento da Riofilme. Ou seja, a ideia surgiu não só como uma política de ampliação do acesso à cultura, mas também como uma estratégia de inserção urbana, que visa prover de serviços uma região urbanisticamente excluída, promovendo assim a inserção daquele território na vida urbana. (LOUBACK, 2015)

O Morar Carioca era um programa de urbanização de territórios com pouca infraestrutura urbanística

O Programa Morar Carioca, lançado pela Prefeitura da cidade do Rio de Janeiro em 2010, pretende constituir, nesse sentido, um novo estágio de abordagem das intervenções urbanísticas em assentamentos precários informais, propondo, de acordo com as diretrizes apresentadas pela Secretaria Municipal de Habitação, a incorporação dos conceitos de sustentabilidade ambiental, moradia saudável, bem como a ampliação das condições de acessibilidade. (LEITÃO e DELECAVE, 2013, p. 272)

Sobre este programa, apoiado em diversas ações e iniciativas que não só a da pacificação, Marcos Rodrigues Alves Barreira vai argumentar que

(...) trata-se de uma imagem de segurança à qual a cidade precisa estar associada: mesmo tendo nascido como um experimento relativamente autônomo, o programa das UPPs só ganhou força quando começou a fazer parte de um projeto mais abrangente de reestruturação urbana. Esse projeto reproduz uma longa tradição de grandes reformas, inaugurada pela administração de Pereira Passos no início do século XX, que tem sua razão de ser não na melhoria das condições de vida da população, mas na necessidade de modificar a imagem da cidade (BARREIRA, 2013, p. 134)

Por fim, em meio a esses arranjos político-institucionais está uma demanda da sociedade civil, dos moradores do entorno da antiga Praça do Terço, conforme contado pelo gerente do Cine Carioca, Wellington

O que eu fiquei sabendo é que na década de 1970 tinham apresentações de filmes, tipo filme na praça, aí mediante a essa tese surgiu a ideia de fazer um cinema fixo. A secretaria de habitação ficou sabendo dessa história e comentou com a Riofilmes [sic] e a Riofilmes comprou a ideia, a secretaria de habitação fez o prédio, passou a administração pra Riofilmes que passou a administração pra uma empresa privada pra tá administrando o cinema, a parte operacional. (CARDOSO, 2015)



Figura 10. Fachada do Cine Carioca Nova Brasília. Fonte: <http://rio.rj.gov.br>



Figura 11. Placa de inauguração do Cine Carioca N. Brasília. Fonte: o autor.

Há então, uma complexa articulação de fatores tão particulares quanto distantes para a instalação daquele cinema naquele local. O que chama atenção é a demanda da sociedade civil que surge em momento oportuno e tem êxito em seu desejo.

Tanto o Cine Carioca Nova Brasília quanto o Cine Carioca Méier seguem a mesma concepção quanto a seu modelo de gestão, explicitada durante entrevista com gestoras da Rede Cine Carioca para esta pesquisa. Este modelo trata da licitação destes espaços, que permanecem de posse da prefeitura mas são operados por empresas privadas. No caso do Nova Brasília, a empresa Cine Magic recebe um subsídio mensal da Rio Filme a fim de manter o preço do ingresso abaixo do mercado mas também segundo a gestora Walerie Gondim “o subsídio é pro ingresso e para as despesas administrativas, pagamento de pessoal.” (GONDIM, 2015). Já o Imperator é operado pelo Grupo Severiano Ribeiro, que vive uma situação diversa, não obtendo subsídios, e também não mantendo o preço do ingresso abaixo da média, neste caso as exigências eram, segundo o contrato de permissão de que

3.1. A PERMISSIONÁRIA deverá adquirir e instalar todos os equipamentos listados no Projeto Básico, na metragem interna lá descrita, entregando 03 (três) salas de cinema, sendo que ao menos uma em 3D, com capacidade total mínima de 390 lugares, em perfeito estado de funcionamento. (...)3.4. O prazo para entrega da implantação das salas de cinema e da bonbonnière será impreterivelmente de até 80 (oitenta) dias corridos após a assinatura do TERMO. (RIO DE JANEIRO, 2012)

Neste caso a RioFilme aloca recursos apenas para a instalação das salas, conforme detalhado no termo de permissão

4.2. O aporte da CINE CARIOCA será realizado em três parcelas da seguinte maneira: a) 50% do aporte após assinatura do TERMO de permissão de uso e sua respectiva publicação no DOM; b) 40% do aporte após aprovação da prestação de contas da primeira parcela; e b) 10% do aporte após o recebimento definitivo e a aprovação da prestação de contas total do aporte da implantação. (RIO DE JANEIRO, 2012)

Este modelo é ao mesmo tempo uma vantagem, pois simplifica a gestão para o Estado fazendo a parceria com a empresa privada, mas também um risco, pois delega a gestão de um espaço público a uma instituição privada com fins lucrativos. É um risco pois o espaço pode ser utilizado sem levar em conta o interesse público, mas

potencializando os lucros da empresa que o opera. Como o comércio é da própria natureza de uma sala de exibição não há um claro aproveitamento nesse sentido por parte das redes exibidoras que operam os cinemas, no entanto é de fato, um risco, ainda que amenizado pelo acompanhamento do Estado de forma constante. O Cine Carioca Méier é o espaço que mais se aproxima de uma concepção para o mercado de fato. Levando em conta a fala de Luiz Gonzaga de Luca explicitada no início deste capítulo podemos identificar características do Cine Carioca Méier que convergem para suas reflexões de um modelo economicamente viável de sala de cinema. O complexo possui três salas, característica explicitada por Gonzaga de Luca como fundamental para o sucesso econômico do empreendimento. Essas três salas possuem juntas um número aceitável de assentos e portanto não precisam contar com taxas de ocupação exorbitantes como precisaria contar o cinema do Complexo do Alemão, segundo Luca. O fato da programação ser da alçada do Grupo Severiano Ribeiro faz aquele complexo ter uma grande semelhança com as outras salas do grupo fora de espaços da prefeitura. Por fim o simples fato de não estar inserida em um local de conflito e rodeado por moradores com baixo poder aquisitivo dá condições para o cinema praticar preços mais próximos à média nacional.



Figura 12. Fachada Cine Carioca Méier. Fonte: <http://rio.rj.gov.br>

O Cine Carioca Méier então tem como vantagem o aumento do parque exibidor carioca, e inserido na zona norte da cidade fortalece a região que conta com menor número de salas que a zona sul, por exemplo. No entanto nos parece que este complexo de salas reproduz em grande medida as características de uma sala comercial comum, e a proposta de fato parece ser essa.

O Cine Carioca Nova Brasília instalado no Complexo do Alemão desde 2010 foi durante anos, segundo declara a RioFilme, a sala com maior taxa de ocupação do município, da ordem de 52%, mais que o dobro da média da cidade, de 25%.<sup>21</sup> Essa taxa de ocupação no entanto precisa ser problematizada, dado o pequeno tamanho da sala, de apenas 90 assentos, logo a taxa média de ocupação da cidade na verdade vai significar no geral um número absoluto de assento ocupados maior

Tratando do Cine Carioca Nova Brasília precisamos pontuar algumas especificidades que chamam a atenção, próprias da comunidade onde se insere o cinema, a começar por sua repercussão na mídia. A imprensa tradicional, a chamada grande mídia, dá notícias com manchetes como “Complexo do Alemão ganha sala de cinema 3D” com informações como o fato do gerente do cinema ser morador da comunidade do entorno e apresenta a seguinte fala do prefeito Eduardo Paes:

Será um cinema com cara de cinema, um luxo, com 3D, cadeiras confortáveis. E nada de só programação "cabeça". Se tiver bons filmes nacionais, a gente coloca, se tiver bom filme de circuito, a gente exhibe disse o prefeito, que hoje, às 10h30m, vai entregar o presente à população numa sessão especial só para convidados. (O GLOBO, 23/12/2010)

Esta retórica da política como presente na citação se consagra com o complemento na matéria, mais à frente: “disse o prefeito, que hoje, às 10h30m, vai entregar o presente à população numa sessão especial só para convidados.” (O GLOBO, 23/12/2010) e com o fato do cinema ser inaugurado literalmente na véspera de natal de 2010. Dito isso, em um sistema eleitoral como o nosso – onde a reeleição é fundamental – é difícil dividir a política feita em nome do interesse público, ou de uma determinada fração de sociedade, da política realizada com interesses eleitorais em vista, então o argumento sempre poderá ser feito para a existência de uma política eleitoreira. Há

---

<sup>21</sup> <Disponível em: <http://www.rio.rj.gov.br/web/RioFilme/cine-carioca> Acesso em 17/12/2015>

casos em que um interesse está mais óbvio acima do outro, mas em geral uma ação governamental que beneficie uma parcela da população, por mais benefícios eleitorais que possa trazer para quem a executa, não pode ser simplesmente taxada como “eleitoreira”.

No entanto, o que nos chama atenção é de fato a repercussão, de forma contínua, na imprensa local, comunitária. É preciso citar a rádio Nova Brasília, que completa 15 anos no ano de 2015, e que é ouvida nas ruas da comunidade, principalmente no entorno da Praça do Conhecimento onde se situa o Cine Carioca, através de caixas de som instaladas nos postes. Do momento que se desce do ônibus na Estrada do Itararé até a entrada no cine carioca não se pode deixar de escutar a programação da rádio, que é repleta de propagandas dos comércios locais, das igrejas e de tudo mais que possa se imaginar, incluindo a programação do cinema. Uma forma de divulgação tão raramente utilizada para os cinemas em geral e que chama a atenção do forasteiro que transita por aquele local, mas que se entranha na vida de quem transita por ali de uma forma intensa, é um jeito particular e interessante de divulgação e repercussão das atividades do cinema na mídia local. Para além da divulgação na rádio é preciso destacar outras formas particulares de divulgação da programação do cinema, nas palavras de Cardoso “Temos a rádio, temos um carro de som, temos a página do Facebook e também grupos no *WhatsApp* do jornal “A Voz da Comunidade” que a gente divulga lá a programação.” (CARDOSO, 2015).

Nosso foco principal, no entanto, é o jornal local “A Voz da Comunidade”, que ganha grande destaque após a cobertura ao vivo via *twitter* da ocupação do Complexo do Alemão pelas forças de segurança, feita por um jovem que desde então escreve no jornal, Renê Silva. Frequentemente, desde a inauguração, figuram matérias sobre o cinema no jornal, como a do dia 03 de novembro de 2012, que comemora o recorde de público do cine carioca. No artigo a tônica se dá pela primeira frase que diz “Ir ao cinema para assistir aos últimos lançamentos da sétima arte virou rotina na vida dos moradores do Complexo do Alemão” (VOZ DA COMUNIDADE, 03/11/2012), e assim segue, com grande pompa, falando sobre os recordes de público do cinema. É frequente a alusão ao cinema como o “o primeiro cinema do Brasil a ser instalado dentro de uma favela.” (VOZ DA COMUNIDADE, 27/12/2014), além da repercussão de programas diferenciados que chegam as telas do cine Nova Brasília como a exibição

do espetáculo do balé Bolshoi “O quebra-nozes” (VOZ DA COMUNIDADE, 13/12/2011), do filme “Billy Elliot” com a presença do diretor como parte de mostra do Festival do Rio (VOZ DA COMUNIDADE, 02/10/2013) e a pré-estreia do último filme de animação do Bob Esponja (VOZ DA COMUNIDADE, 24/01/2015).

Outro aspecto da repercussão do cinema no jornal comunitário é de forma esperançosa, em consonância com o que foi apresentado anteriormente, a publicação de informações que apontam para a inauguração de novas unidades da Rede Cine Carioca nas proximidades, como a matéria que trata, quase como certa, da revitalização de um cinema de rua de Olaria (VOZ DA COMUNIDADE, 27/11/2014) e da construção de complexo com duas salas na Penha, citando ao fim do artigo uma série de outros locais, também invariavelmente comunidades de baixa renda, que também receberiam complexos cinematográficos participantes da Rede Cine Carioca (VOZ DA COMUNIDADE, 05/06/2013). Essas notícias, no entanto, jamais se concretizaram, e a Rede Cine Carioca seguiu sendo composta apenas por dois complexos, e segundo informações dos gestores da empresa para a pesquisa não há previsão concreta de novos locais.

Mesmo assim não é possível descartar a forma esperançosa e otimista com que o jornal trata a questão, mesmo com a recente onda de violência que tem o Complexo do Alemão como palco. Essa abordagem nos traz uma série de reflexões, mas o que sem dúvida devemos tratar é que a relação da comunidade com a política da Rede Cine Carioca é mais complexa do que os números de ocupação da sala, ou a análise externa da programação ou do modelo de gestão pode nos esclarecer, ela é (a partir do seu impacto na imprensa local) uma relação altamente íntima, e este é um claro benefício da política, como exemplificado na fala de Cardoso sobre a relação do público com a sala.

Então, é uma situação pra dentro do Complexo do Alemão pros moradores é maravilhosa né, o cinema ele faz parte da sua casa, é mais um cômodo. Você ter uma sala de cinema dentro da sua casa, uma de estar né, vamos dizer assim, uma sala de vídeo. Tivemos duas vezes a maior bilheteria do país [sic] a maior taxa de ocupação do país, aliás, duas vezes foi a maior taxa de ocupação da América latina e várias vezes a maior taxa de ocupação do Brasil. Hoje, com a violência que tá acontecendo a gente perdeu um pouco isso, mas a gente

acredita sempre numa melhora, é isso que nos mantém de pé.  
(CARDOSO, 2015)

A tônica da nossa reflexão precisa ser respeitosa com a relação que estes atores possuem com o cinema e com a recepção da sétima arte em sua forma mais potente: a experiência coletiva.

Em termos de categoria de política estatal o Cine Carioca parece estar de certa forma no meio da concepção neoliberal proposta por Chauí, que ainda que seja uma ação de governo a fim de trazer um equipamento cultural para um território onde não seria possível sua existência de outra forma – ali não é um espaço onde o mercado vê viabilidade de instalação de uma sala de cinema) – como definido pela fala de Luiz Gonzaga de Luca à época contratado para consultoria para a RioFilme acerca do espaço, já citada. Para o mercado é inviável a instalação de uma sala lucrativa ali, sendo prejuízos mensais projetados na ocasião da ordem de R\$ 16 mil.<sup>22</sup>

Então o espaço tem sua gestão licitado para a iniciativa privada, que receberá um subsídio estatal, e vai geri-lo a partir de algumas diretrizes definidas pelo contrato com a RioFilme, mas a rigor também como mais um complexo da rede de cinemas da qual faz parte, principalmente no que tange a programação.

#### **4.6 O Cine Carioca Nova Brasília e o projeto de pacificação do estado do Rio**

Tratamos anteriormente dos obstáculos para se chegar a uma oferta cultural fixa, que, através dos apontamentos de Montecón, podem ser não só objetivos e materiais, econômicos, mas também simbólicos e no caso estudado perpassando as duas possibilidades. Barreira vai dizer que

É grande o sentimento, entre os moradores das favelas ocupadas, de que o policiamento permanente não muda imediatamente a cultura e as práticas policiais. Por outro lado, a diminuição dos conflitos e incursões policiais violentas se reflete, na opinião majoritária dos moradores, em aprovação, e gera expectativas favoráveis nos locais onde o programa não foi implantado. (BARREIRA, 2013, p. 130)

---

<sup>22</sup> Valor relatado por Luiz Gonzaga de Luca, na ocasião da abertura contratado pela RioFilme como consultor para avaliar a viabilidade econômica da sala em entrevista para esta pesquisa.

A diminuição dos conflitos facção criminosa/polícia então repercute para os moradores, segundo o autor, como um resultado positivo da ocupação policial, como se ao menos pudesse agora viver em um território que não mais serve de palco para um conflito armado intermitente.

Com a elaboração das políticas de pacificação propostas pelo governo do estado do Rio este braço repressor se instala a fim de custodiar aquele espaço, e é aqui que se encontra uma parte do argumento que o setor da sociedade política, burocrata-executivo, vai apontar como grande trunfo para a materialização de políticas culturais nestes territórios. O então governador Sergio Cabral, em matéria do jornal “A Voz da Comunidade” de 3 de novembro de 2012 diz que “As comunidades do complexo estão integradas com a sociedade. Temos agora no Alemão um cinema 3D, que é o mais frequentado do Brasil, com uma grande bilheteria. Isso tudo por conta da paz” (A VOZ DA COMUNIDADE, 03/11/2012), seguido de declaração do então presidente da RioFilme Sergio Sá Leitão em que afirma “Além do preço mais baixo, o cinema (...) é de fácil acesso para os moradores da comunidade. A tendência é aumentar ainda mais o número de espectadores. E isso se deve principalmente à pacificação.” (*ibidem*). Então, nos parece que o discurso é coeso entre os atores governamentais, a pacificação é requisito para o funcionamento de políticas de qualquer natureza nestes territórios que, para usar um termo gramsciano, agora estão sob a custódia do Estado-coerção aqui representado pelo seu aparelho repressor: a polícia. Barreiras vai argumentar que a política da pacificação entretanto pode se valer de uma leitura diversa

Uma atitude inversa, que se coloca em inequívoca oposição à militarização, pode ser observada nos comentários mais diretamente identificados com posições de “esquerda”, que tendem a enxergar as UPPs como instrumentos de criminalização da pobreza e ampliação das formas de controle social. Longe de representar um “desvio” ou um efeito colateral das políticas oficiais, a “policialização” da vida cotidiana e dos conflitos no interior das áreas ocupadas seria a própria finalidade das operações estatais. (BARREIRA, 2013, p. p.127)

Essa “policialização da vida cotidiana” se apresenta em outra pesquisa sobre este objeto afetando em especial os mais jovens

Alguns jovens relatam que, mesmo depois de dois anos de ocupação, percorrer pela comunidade é problemático. Relatos

de abordagens violentas por parte de policiais foram comuns nas narrativas. (HEILBORN, FAYA e SOUZA, 2014, p. 111)

Os autores apresentam inclusive o depoimento de uma jovem moradora, Helena de 16 anos, em que exemplifica-se esse relato de forma contundente:

(...) Aí to eu descendo com o telefone falando com meu namorado, aí o cara [policial] pegou no meu braço: “Espera aqui”. Aí eu: “Que que foi?” ...o policial: “abre essa carteira aí” ...“ta indo pra onde?”, gritando. Aí eu: “To saindo.”. Aí ele: “Tá saindo da favela por quê?” e segurando no meu braço... eu: “Tá machucando, moço. Tá me machucando.” Aí ele: “Abre essa carteira aí.”. Aí eu abri a carteira, aí fui, mostrei meus documentos. Ele olhou, tal, tava com a minha certidão, original da minha identidade e, se eu não me engano, com comprovante de residência. Aí ele: “Ta saindo da favela com todos os teus documentos?”. Aí eu: “Tem algum problema?”. [Ele diz:] “Não responde a autoridade!”. Aí eu: “Tá bom” (...) aí a policial falou: “libera ela.”. Aí ele me liberou (...). (*ibidem*)

No entanto, mesmo não entrando necessariamente no mérito da política da UPP entre 2010 e 2015 no ponto de vista de assegurar direitos básicos dos moradores das comunidades, podemos apontar uma problemática que tem se apresentado de alguma forma nos últimos meses de 2014 e principalmente nos primeiros meses de 2015. Os obstáculos tornam a se materializar de uma forma objetiva e também subjetiva, o recolhimento ao lar, apontado por Canclini como tendência capitaneada por um avanço tecnológico como o VHS, neste caso é um ato de preservação da própria vida.

Com confrontos se apresentando cada vez mais, pelo menos na repercussão na imprensa local<sup>23</sup> vemos o Complexo do Alemão se tornar cada vez menos palco de um

---

<sup>23</sup>A onda de conflitos no Complexo do Alemão vem subindo a níveis parecidos com o momento anterior à ocupação pelas forças de segurança desde 2014. Em notícias dos dias 11 de setembro de 2014 (disponível em: <http://www.vozdascomunidades.com.br/casos-de-policia/comandante-da-upp-nova-brasilia-morre-durante-confronto-no-complexo-do-alemao/> acesso em 23/06/2015) em que se noticia a morte do comandante da UPP Nova Brasília em confronto na localidade; no dia 07 de janeiro de 2015 (disponível em: <http://www.vozdascomunidades.com.br/opiniaio/complexo-do-alemao-tem-o-ano-de-2014-mais-violento-desde-a-ocupacao-de-2010/> acesso em 23/06/2015) divulga-se notícia em que afirma-se que o ano de 2014 foi o mais violento desde a ocupação em que “cerca de 27 moradores foram baleados nas favelas do Alemão, dentre elas, treze ficaram feridas, atendidas em hospitais, pontos médicos e liberadas em seguidas, e quatorze delas morreram.”; e notícia do dia 13 de abril de 2015 (disponível em: <http://www.vozdascomunidades.com.br/complexo-do-alemao/complexo-do-alemao-vive-a-cada-dia-a-esperanca-de-nao-conviver-mais-ao-som-de-tiros/> acesso em 23/06/2014) em que se dá nota para as diversas mortes decorrentes de conflitos que “Em apenas 81 dias, o Complexo do Alemão já somava 28 feridos entre policiais

possível deslocamento da fruição cultural para o espaço público e coletivo, como podemos verificar com a diminuição da taxa de ocupação do Cine Carioca Nova Brasília, mesmo em um momento de contínuo crescimento do público de cinema no Brasil como um todo.<sup>24</sup> No próprio discurso oficial dos gestores da RioFilme com relação às ações de formação de plateias empreendidas com as escolas do entorno podemos identificar essa tendência:

No cine carioca Nova Brasília agora, tá sendo um pouco mais complicado por conta disso [a violência], as escolas tão um pouco temerosas de levar as crianças pro cinema e tal, um pouco com medo.” (GONDIM, ENTREVISTA, 2015).

Há também na fala de Cardoso uma identificação do conflito e da violência no entorno do Cine Carioca

**Você acha que a violência tem voltado a crescer no entorno da N. Brasília? Esse quadro de violência afeta a ida das pessoas ao cinema?**

Com certeza né, isso é fato, o que é mostrado na televisão é isso, infelizmente são os dados, que a gente percebe lá, que vive lá. Triste né, mas é verdade, é pura verdade isso, as pessoas ficam com medo de saírem de suas casas. (CARDOSO, 2015)

A política da pacificação, recentemente no Complexo do Alemão, tem um certo ressurgimento de caráter conflituoso que aqui é evidenciado mais por depoimentos ouvidos e repercussão na mídia do que por uma investigação científica, mesmo assim relevante ainda que não verificado estatisticamente. Não podemos no entanto afirmar em definitivo que fim leva este processo visto que o processo histórico e social, complexo e imprevisível, não conclui ainda seu ciclo. Esta é uma fragilidade importante

---

e moradores do conjunto de favelas. Destes, 18 são moradores (7 mortos) e 11 são policiais (1 morto).” Entre eles Eduardo de Jesus, de apenas 10 anos, que foi baleado na porta de casa.

<sup>24</sup> Segundo dados da própria RioFilme a taxa de ocupação do Cine Carioca Nova Brasília vem continuamente diminuindo, de 51% em 2011 (primeiro ano de funcionamento), para 35% em 2014. Com dados da BoxOffice Brasil/Filme B de março a novembro de 2015 chegamos à conclusão de que, supondo que em um dia há no mínimo quatro e no máximo cinco sessões, podemos afirmar que a taxa de ocupação de encontra no intervalo de 25,54% a 31,92%, ou seja, mais uma vez diminuindo.

da política do Cine Carioca, que tem sua eficácia ligada a amenização da violência urbana que ronda o Complexo do Alemão.

Assim, não subscrevemos nem o discurso governamental da pacificação como resolução definitiva e que abre espaço para políticas culturais mais estruturadas e nem acreditamos que essas políticas são desprovidas de valor social real, apostando na capacidade de pensamento crítico e posição independente dos atores frente à fruição dessas iniciativas.

#### **4.7 O Cine Carioca, sua programação e a formação de plateias**

No caso do Cine Carioca Nova Brasília, o desenvolvimento de uma política cultural de acesso a experiência coletiva do cinema já se iniciou, e isso é fundamental, conforme evidencia Montecón:

Certamente atender as condições sociais de acesso e favorecer uma distribuição mais estendida dos bens culturais – assim como garantir que não haja obstáculos econômicos que impeçam seu desfrute – é um dos primeiros passos que devem ser dados para democratizar seu consumo. (MONTECÓN, 2009, p. 97)<sup>25</sup>

Utilizando, ao invés de consumo a categoria da fruição, a reflexão da autora nos traz um apontamento importante e que está em correlação com a política do Cine Carioca: o primeiro passo, sem dúvida, é garantir a possibilidade da fruição e diluir os obstáculos. Os gestores clarificam essa noção quando desenvolvem a afirmação a seguir:

(...) o testemunho das pessoas falando que antes iam no cinema no shopping, no Norte Shopping. Mas assim, é longe, é caro, não é acessível pra maioria das pessoas, a diferença é ter um cinema ali do lado, principalmente criança que nunca foi ao cinema, então pra gente é super importante, pra gente o

---

<sup>25</sup>Tradução livre de: “Ciertamente, atender las condiciones sociales de acceso y favorecer una distribución más extendida de los bienes culturales –así como garantizar que no haya obstáculos económicos que impidan su disfrute– es uno de los primeros pasos que deben darse para democratizar su consumo.”

que puder fazer pra expandir o projeto vai ser estudado.  
(GONDIM, 2015)

Porém, como a autora segue por diagnosticar e nos parece claro, é que não basta apenas isso:

O problema com focalizar exclusivamente no acesso é que isso só ataca a primeira parte do problema, a do contato com os bens e ofertas culturais, que não é suficiente por si só para gerar um aproveitamento pleno das potencialidades da oferta e nem para fundar uma inclinação duradoura sobre a prática cultural. (...) Para passar da camada primária dos sentidos que podemos discernir sobre a base da nossa experiência existencial, precisamos contar com a competência artística, um conjunto de códigos que nos permite decifrar e desfrutar as mensagens da obra e situar cada elemento no jogo das divisões e subdivisões de gêneros, épocas, maneiras, autores, etc. (MONTECÓN, 2009, p. 97)<sup>26</sup>

A reflexão de Montecón nos parece bem certa, porém o ajuste a ser feito é que decifrar o conjunto de códigos de uma obra de arte não apenas serve para situá-la em um jogo de características intrínsecas, estéticas, mas também para compreender sua mensagem, o que está por trás do espetáculo. Celso Furtado também vai fazer um argumento contundente nesse sentido sobre o fomento apenas ao consumo cultural

A política cultural que se limita a facilitar o consumo de bens culturais tende a ser inibitória de atividades criativas e a impor barreiras à inovação. Em nossa época de intensa comercialização de todas as dimensões da vida social o objetivo central de uma política cultural deveria ser a liberação das forças criativas da sociedade. (...) Trata-se, em síntese, de defender a liberdade de criar, certamente a mais vigiada e coartada de todas as formas de liberdade. Portanto, uma verdadeira política cultural terá de ser conquistada e preservada pelo esforço e vigilância daqueles que creem no gênio criativo de nossa cultura. (FURTADO, 2012, p. 41)

Nesse sentido é importante trazer a noção proposta por Chauí, do cidadão como indivíduo que não deve ser confundido com o contribuinte ou consumidor apenas, mas

---

<sup>26</sup>Tradução livre de: “El problema con focalizarse exclusivamente en el acceso es que esto sólo ataca la primera parte del problema, la del contacto con los bienes y ofertas culturales, que no es suficiente por sí solo para generar un aprovechamiento pleno de las potencialidades de la oferta ni para fundar una inclinación duradera hacia la práctica cultural. (...) Para pasar de la capa primaria de los sentidos que podemos discernir sobre la base de nuestra experiencia existencial, necesitamos contar con la competencia artística, un conjunto de códigos que nos permiten descifrar y disfrutar los mensajes de la obra y situar cada elemento en el juego de las divisiones y subdivisiones de géneros, épocas, maneras, autores, etc.”

sim como um ator cujo direito à cultura deve ser assegurado a fim de realizar sua potencialidade estética, política e social, nos termos de Iris Young (2000), seu auto-desenvolvimento como dimensão de justiça e inclusão social. Isso é altamente importante quando tratamos de audiovisual, pois é uma linguagem que habita o dia a dia da sociedade não só como forma de arte, mas também e principalmente como modo de comunicação de notícias, visões de mundo, posições políticas. E aqui nos parece uma possibilidade de avançar mais no ciclo de desenvolvimento da política, dar atenção para a formação de plateias.

(...) o projeto escola é uma contrapartida nossa, a gente também subsidia o projeto mas tem que ter um projeto de formação de plateias lá. A gente fez em 2012 um e agora a gente começou no ano passado e tá acontecendo ainda esse ano. E esse ano a gente começou a fazer no Cine Carioca Meier, não tinha acontecido até então, e também tá dando bastante resultado. (GONDIM, 2015)

Esta faceta do projeto frequentemente trata de sessões especiais para alunos da rede municipal (ensino fundamental apenas) e é feita de forma sistêmica somente no cinema da Nova Brasília. Segundo os gestores são

(...) sessões em horários alternativos, são duas sessões por dia normalmente, com os filmes da programação do cinema preferencialmente nacionais, mas a gente não tem muita ingerência sobre isso, como eles já tem uma programação específica, mas filmes que correspondam a faixa etária das crianças, porque é só pra escolas municipais. E aí o filme é exibido, o cinema dá pipoca e refrigerante pras (sic) crianças e depois o conteúdo do filme é trabalhado em sala de aula. (*ibidem*)

É preciso também tratar da questão da programação semanal. Quando questionada sobre uma possível influência da comunidade ao redor sobre a programação do cinema Gondim responde:

Não, não existe, como o cinema é operado por uma empresa terceirizada – a Cine Magic – eles, uma das exigências da licitação para essa empresa ocupar o cinema era que a programação fosse comercial, porque tem um apelo mais popular e etc. (*ibidem*)

Ana Louback no entanto informa como foi o processo decisório para esta exigência, da programação de cunho comercial, ela diz que “Nos primeiros seis meses, trabalhamos com pesquisas de público constantes e a programação foi

fundamentalmente pautada por elas.” (LOUBACK, 2015). Cardoso destaca as preferências que identifica no público também, com destaque para a relação com o filme dublado e a alta procura de comédias, notadamente as brasileiras mais recentes.

(...) a gente na verdade já teve experiência com filme legendado e não é a cultura do lugar ver filme legendado. E a preferência é ver filmes infantis e filmes de comédia. Um recorde de bilheteria lá é “De Pernas Pro Ar”, né, filme nacional, então é muito maravilhoso. Filmes infantis *blockbuster* né, 3D, também são sucesso. (CARDOSO, 2015)

Sobre a programação, não se trata de proibir o último *blockbuster* de Hollywood, conforme discutimos no capítulo anterior: o audiovisual ultrapassa e deve ultrapassar fronteiras, o que deve se buscar é uma equalização dos produtos estrangeiros e nacionais, pensando inclusive na aproximação de cinematografias latino-americanas em detrimento das já hegemônicas estadunidenses. Então, por que teriam estes indivíduos, que têm dificuldade de acesso a um equipamento como aquele instalado pela prefeitura, de serem privados de assistir o que todo um outro setor da população tem ao alcance dos dedos por conta de privilégios econômicos, sociais e culturais? Louback faz um apontamento interessante, identificando uma fragilidade na política e apontando um possível risco a se tomar

Em relação ao Cine Carioca Nova Brasília, especificamente, vejo o projeto como uma iniciativa importante em relação ao acesso, contudo frágil enquanto formação de público. E esses dois pontos acabam se encontrando: o fato da sala contar hoje com uma programação exclusivamente “comercial” faz com que, por um lado, se ofereça um cinema semelhante ao cinema do shopping; contudo, por outro, não se oferece o cinema dito “de arte”, e este acaba sendo exclusivo às áreas centrais. Quando falei das pesquisas de público, de fato elas demonstravam forte demanda pela programação que se tem hoje nesta sala, inclusive com grande rejeição, por exemplo, a conteúdos legendados. No entanto, neste sentido, entendo que seja também papel da política pública estimular o acesso da população a conteúdos de qualidade que não são promovidos pela mídia e pelas grandes distribuidoras, insistindo numa formação cultural mais ampla. (LOUBACK, 2015)

Retornando a questão de Holtz apresentada anteriormente: se o cinema é sempre o estrangeiro, o distante, então estaria a realidade em outro lugar? Talvez não, mas em que pese a realização de alguns programas especiais no cinema (as já mencionadas pré-estreias, e até o lançamento do filme “4x UPP” organizado por Cacá Diegues com debate posterior), é fato que a exibição de obras diversas daquelas de grande apelo

comercial, que tratem da realidade local, ou que tenham sido produzidas localmente não estão inseridas dentro da seara de possibilidades usuais da programação do Cine Carioca Nova Brasília. Nesse sentido não podemos deixar de pensar no projeto “Diálogos com o Cinema” promovido pelo Ponto Cine, ou nas exhibições de filmes como “A Batalha do Passinho” (2013) pelo projeto Cinemão, como exemplos interessantes e particulares. A política de formação de plateias empreendida pela Rede Cine Carioca, ainda que cumprindo um importante papel com relação aos alunos da rede pública do entorno, ainda é uma das fragilidades da política e tem possíveis caminhos ousados e diferentes a percorrer, com amplo subsídio das experiências anteriores dos projetos citados como combustível. Talvez o papel de uma política cultural estatal seja de fato desafiar os espectadores e deixar correr suas potencialidades criativas:

Mas o essencial da atividade cultural está na criatividade, que se alimenta de ruptura com o estabelecido. Neste caso, o papel do Estado tem de ser de outra ordem, pois toda a pretensão de monitoramento pode produzir resultados inversos aos que se buscam. (FURTADO, 2012, p. 65)

A política da Rede Cine Carioca é interessante e traz apontamentos importantes no que tange a questão do acesso. No entanto identificamos que a questão da formação de plateias e a possibilidade de fazer florescer a potencialidade crítica ao realizar uma ação sistêmica e estruturada com o intuito de problematizar o audiovisual e utilizá-lo como ponto de partida para debate estão ainda por se desenvolver plenamente. Nesse sentido a experiência das ações do Ponto Cine, com o projeto “Diálogos com o Cinema” e a própria proposta do projeto Cinemão em si mesma possuem amplos apontamentos com relação as suas práticas para subsidiar este desenvolvimento.

Então nos parece que a política do Cine Carioca na comunidade Nova Brasília já se torna uma ferramenta de possível agregação social dos moradores daquele território. Nos apoiando em discussões feitas ao longo deste capítulo nos arriscamos a apontar essa potencialidade, mesmo que em baixa escala, lenta e gradual, frente aos claros problemas de segurança pública enfrentados ainda por aquela população.

As experiências das iniciativas da sociedade civil e das políticas estatais estudadas têm seus próprios riscos, fragilidades, benefícios e vantagens. Gramsci (1968) vai argumentar que o modelo para o qual deveríamos caminhar enquanto

humanidade não é um de estatização da sociedade, mas sim de socialização do Estado. O autor defende que a sociedade regulada, seu modo de falar socialismo, é “a reabsorção da sociedade política na sociedade civil” (GRAMSCI *apud* COUTINHO, 1989, p. 83). Ou seja, o que deveria prevalecer são as características positivas da sociedade civil frente ao Estado-coerção. Nesse sentido no entanto é possível argumentar também que essas duas dimensões aqui estudadas, os projetos da sociedade civil e as políticas estatais, podem também se beneficiar umas das outras, para além do simples fortalecimento da sociedade civil enquanto referência. Young nos traz uma importante reflexão que chama a atenção para as fragilidades e vantagens de cada seara

O poder autoritário das instituições do Estado pode e as vezes de fato reprime a criatividade da atividade cívica e as ideias expressas nas esferas públicas (...) Os impulsos anarquistas e particulares da sociedade civil, por outro lado, as vezes significam que organizações plurais perseguem seus próprios fins ignorando ou em competição direta com outras. Longe de promover ampla confiança social, a atividade cívica plural e diversa pode produzir tanto desigualdade e exclusão quanto atividades não coordenadas em geral. Muito voluntarismo cívico e organização oposicionista pode minar a possibilidade de ação positiva e coordenada de Estado. (YOUNG, 2000, p. 190)<sup>27</sup>

E, recorrendo novamente a Celso Furtado, podemos ver reflexões que se somam às propostas por Young

Na medida em que aumenta a densidade da vida cultural, são as instituições criadas pela própria sociedade civil que servem de sustentáculo à ação criativa no plano da cultura. Mas, em sociedade como a nossa, o potencial criativo dos indivíduos seria em grande parte desperdiçado, e as desigualdades no acesso aos valores culturais tenderiam a aumentar, na ausência de uma ação de apoio e estímulo da parte do poder público. Portanto, na política cultural, como a compreendemos, o Estado, longe de se substituir à sociedade, aplica-se em criar as condições que propiciamos a plenitude das iniciativas surgidas dessa sociedade. FURTADO, 2012, p. 66)

---

<sup>27</sup> Tradução livre de: “The authoritative power of state institutions can and sometimes does repress the creativity of civic activity and the ideas expressed in public spheres. (...) The anarchistic and particularistic impulses of civil society, on the other hand, sometimes mean that plural organizations pursue their own ends either ignorant of or in direct competition with others. Far from promoting broad social trust, plural and diverse civic activity can produce both inequality, exclusion, and generally unco-ordinated activity. Too much civic voluntarism and oppositional organizing can undermine the possibility of co-ordinated positive state action.”

Então, ao invés de tomar partido de uma ou outra forma de organização como ótima, é necessário compreender que não apenas a ação coordenada do Estado vai resultar em iniciativas exitosas e nem apenas a cooperação da sociedade civil vai fazer florescer o potencial criativo das comunidades.

Portanto, na política cultural, como a compreendemos, o Estado, longe de se substituir à sociedade, aplica-se em criar as condições que propiciamos a plenitude das iniciativas surgidas dessa sociedade. (*ibidem*, p. 66).

O Estado e os agentes da sociedade civil têm então um grande desafio, “(...) que é o de gerir a diferença e conflito, a dissensão e a discórdia, sem querer reduzi-los ou apagá-los, mas aceitá-los como índice de potência e de pujança.” (ALBUQUERQUE JR, 2007 p. 77)

Por fim, acreditamos que a política cultural é o sustentáculo mesmo do desenvolvimento social

A política cultural consiste em um conjunto de medidas cujo objetivo central é contribuir para que o desenvolvimento assegure a progressiva realização das potencialidades dos membros da coletividade. Ela pressupõe um clima de liberdade e a existência e de um ação abrangente dos poderes públicos que dê prioridade ao social. Essas são condições necessárias para que a atividade cultural brote da própria sociedade, para que se manifeste e desabroche o gênio criativo dos indivíduos. (FURTADO, 2012, p. 64)

E principalmente, na chave da liberdade, do desencadeamento da categoria da inclusão social proposta por Young de *auto-desenvolvimento*, potencialidade negada no processo de opressão e fundamental aos seres humanos.

## **Considerações finais**

Este trabalho se propôs a investigar as políticas estatais de acesso ao cinema e audiovisual no estado do Rio de Janeiro, particularmente à sala de exibição, e à experiência cinematográfica coletiva. Sem dúvida há outros caminhos e possibilidades de pesquisa sobre este objeto, aqui escolhemos alguns estudos de caso e seguimos argumentações específicas. Entendemos que esta pesquisa não necessariamente se encerra aqui e que esta reflexão não pretende dar conta da totalidade do objeto em todas as suas faces, mas sim articular um conjunto de argumentos particulares ligados a determinadas experiências e carga teórica.

Durante o texto investigamos uma série de aspectos do objeto, começando pelo que parece ser basilar, a definição da experiência coletiva do espetáculo cinematográfico, que é na discussão proposta, um possível índice de agregação social, mas que sofre um processo de elitização e de concentração regional no que tange as salas de exibição. Este processo está ligado a diversos fatores, internos e externos a atividade, mas certamente produz o advento de um novo modelo de negócios, que, à medida em que se transforma sob o signo da multiplicidade de escolha e da segmentação de público, se especializa e se torna exclusivo ao mesmo tempo, um símbolo de status cultural. Excluindo então, grandes parcelas da sociedade que estão na base da pirâmide econômica e habitam as periferias das cidades. Nesse sentido, as políticas culturais que olham para o cidadão, não o contribuinte ou cliente, e fomentam o acesso à cultura e a arte, se apresentam como saídas para corrigir a exclusão operada pelo mercado exibidor.

Então é necessário fazer uma reflexão sobre a própria constituição das políticas culturais e do consumo cultural. Se subscrevemos a teoria gramsciana do Estado ampliado, e dialogamos com os escritos de Iris Young sobre a interação entre sociedade civil e Estado no sentido estrito, falamos então em políticas estatais. Aquelas ligadas invariavelmente a uma ação do Estado. A especificidade da cultura no entanto traz complexidade para esta discussão na medida em que ela como objeto foge ao cálculo econômico padrão, é da lógica dos fins, como coloca Furtado. A elaboração de políticas culturais então pode ser entendida como um meio para o fim, que é a fruição da cultura e finalmente, do fomento e exercício da cidadania, como Young colocaria, a garantia da auto-determinação e do auto-desenvolvimento.

O parque exibidor carioca e fluminense se transforma e se reorganiza profundamente nas décadas de 1980 e 1990, culminando na base para o que viria nos anos 2000. A crise do setor da exibição atinge o Rio de Janeiro, porém como nota Alice Gonzaga, produz mais um deslocamento do modelo de negócios do que uma catástrofe no período mencionado, que apresenta sinais de recuperação do processo de declínio sentido a partir do fim dos anos 1970. A elitização da atividade vem acompanhada do advento dos *multiplex* e no Rio da formação de um certo circuito de arte, ou alternativo, que capitaliza sobre a conquista de status de arte do cinema, apelando, como dita a nova ordem, a um segmento específico e especializado do público, desenvolvendo um modelo que persiste até a atualidade de alguma forma.

Na imensidão de possibilidades do Rio de Janeiro a decisão foi se concentrar em uma análise profunda de algumas iniciativas. Entre elas duas que se destacam e são promovidas pela sociedade civil, através de idealizadores e gerentes com boa dose de ativismo naquilo que empreendem. O Ponto Cine, cinema popular de Guadalupe, e o Cinemão, projeto de exibição itinerante, são dois exemplos altamente interessantes a serem estudados. O Ponto Cine não apenas é um cinema popular em uma área periférica, e não apenas traz preços mais baixos de ingresso, mas de fato é uma iniciativa compreensiva que exhibe grandes quantidades de filmes nacionais e tem um olhar atento e constante para a formação de plateias, em um sentido amplo. O apoio estatal através da Petrobras serve para potencializar os programas de exibições especiais e de debates empreendidos de forma particular pelo cinema, que, no entanto, não sobreviveria comercialmente sem ele. O Cinemão, mais do que um projeto de cinema itinerante ao ar livre, traz seus questionamentos na própria materialidade, quando se baseia em um veículo análogo aos carros fortes armados da polícia militar carioca para trazer a exibição de filmes para as periferias que vivem conflitos violentos. A chave da agregação social é a tônica das duas iniciativas, que ousam em seus respectivos formatos.

Os programas estatais a que nos ativemos foram a Rede Cine Carioca, da prefeitura do Rio, e o Cinema Para Todos do governo do estado. Ambos, em seus próprios méritos, são programas ousados e de alguma forma inovadores para a realidade do estado. A Rede Cine Carioca se articula a partir de uma particular conjunção de fatores e se instala na comunidade símbolo da pacificação carioca como ponto de

partida, no entanto, em que pese as articulações políticas e eleitorais envolvidas, a relação dos moradores do entorno com o cinema é complexa e íntima. O outro complexo da Rede se instala em um revitalizado antigo cinema Imperator e é operado pelo maior grupo de exibição do estado, o Severiano Ribeiro. O modelo de gestão e a proposta de formação de plateias e de programação no entanto, apesar desta última calcada na preferência geral medida por pesquisas, deixam espaço para um maior aprofundamento da relação do público com o audiovisual, como é feito de formas interessantes no outro programa estudado. O Cinema Para Todos faz parte de um amplo plano para o audiovisual e tem grande relevância econômica para os exibidores do estado, garantindo receitas ainda que praticando preços de ingresso mais baixos que são comprados pelo governo do estado. A dimensão de mercado no entanto convive com outras preocupações, como a formação de plateias em si com a distribuição de ingressos e até mesmo o aprofundamento e incentivo ao desvendar do audiovisual com interessantes eixos de ação como a formação de cineclubes estado afora e a realização de oficinas de vídeo interatividade em parceria sempre com a secretaria de educação.

A investigação e análise comparativa, através dos riscos, fragilidades, benefícios e vantagens de cada iniciativa estudada nos traz uma série de questões. Mas sem dúvida a que fica é a relação Estado e sociedade civil. Pensando que o avanço da sociedade está na socialização do Estado e não na estatização da sociedade, podemos pensar que a sociedade civil prevalece com suas características cooperativas sobre o Estado enquanto ideal. No entanto após a extensa análise e reflexão acerca dos casos estudados pensamos que talvez, conforme dizem Iris Young e Celso Furtado em suas obras, a ação coordenada do Estado não pode ser completamente suprimida em favor do cooperativismo da sociedade civil e nem as tendências totalitárias estatais deixadas a esmo em vista da multiplicidade da sociedade civil. A questão, então, não é simples o bastante para ser resumida em uma frase ou uma série de diretrizes, mas sim pensada de forma crítica a fim de construir sínteses que avancem na construção de políticas culturais mais eficazes e progressistas.

## **Bibliografia**

ALMEIDA, Carlos Heli de. **Reformado, Cine Odeon reabre nesta quarta como centro cultural.** O Globo, 20 de junho de 2015. <Disponível em: <http://oglobo.globo.com/cultura/filmes/reformado-cine-odeon-reabre-nesta-quarta-como-centro-cultural-16205243> Acesso em 17/12/2014>

AMANCIO, Tunico. **Água, serpente, cactus: PELMEX e os nacionalismos no cinema.** Fortaleza: Anais do XVIII Encontro SOCINE, 2014.

AMANCIO, Tunico. **Artes e manhas da Embrafilme.** Niterói: EdUFF, 1999.

AMANCIO, Tunico. **Pacto cinema-Estado: Os anos Embrafilme. In Embrafilme e o Cinema brasileiro.** São Paulo: Centro Cultural São Paulo, 2008.

ARAÚJO, Helyenay Souza. **Um cinema em Guadalupe: exibição e constituição de público no Projeto Ponto Cine.** Dissertação de Mestrado, PUC-Rio, 2010.

Arendt, Hannah. **A condição humana.** Rio de Janeiro: Forense-universitária, 1981.

ARGENTINA. *INCAA* – **Anuário 2013** <disponível em: [http://fiscalizacion.incaa.gov.ar/images/Anuarios/Anuario\\_2013.pdf](http://fiscalizacion.incaa.gov.ar/images/Anuarios/Anuario_2013.pdf)>

BAHIA, Lia. **Discursos, políticas e ações: processos de industrialização do campo cinematográfico brasileiro.** São Paulo: Itaú Cultural: Iluminuras, 2012.

BARREIRA, Marcos. **Para além da ocupação do território: Notas Sobre o Discurso da “Pacificação” e Seus Críticos.** Revista Continentes (UFRRJ), ano 2, n.2, p. 124-146, 2013.

BENHAMOU, Françoise. **A economia da cultura.** Cotia: Ateliê Cultural Editorial, 2007.

BRASIL. ANCINE - **Dados Gerais do Mercado Audiovisual Brasileiro**, 2013. <disponível em: [http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/DadosMercado/Dados\\_gerais\\_do\\_mercado\\_brasileiro\\_2013.pdf](http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/DadosMercado/Dados_gerais_do_mercado_brasileiro_2013.pdf)> Acesso em 10/06/2015.

BOXOFFICE BRASIL/FILME B. **Database BoxOffice Brasil/Filme B.**

CALABRE, Lia. **Gestão cultural municipal na contemporaneidade** In CALABRE, Lia (org) **Políticas Culturais: reflexões e ações**. São Paulo: Itaú Cultural; Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2009. pp. 80-90

CALDEIRA, João Bernardo. **Entrevista: À frente da RioFilme, Sérgio Sá Leitão garante que vai dinamizar setor cinematográfico por meio de acordo com a prefeitura**. Valor Econômico, 31 de julho de 2009.

Canclini, Néstor García. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Editora UFRJ, 2001.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e ciudadanos: conflictos multiculturales da globalización**. Rio de Janeiro: EdUFRJ, 1995.

CARVALHO, Bruna Gomes Leite de. **Rio como fomos: políticas culturais de 2001 a 2012**. Dissertação de Mestrado – CPDOC: FGV, 2013.

CHAUÍ, Marilena. **Cidadania Cultural: o direito a cultura**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.

COUTINHO, Carlos Nelson. **Gramsci: um estudo sobre seu pensamento político**. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

FERRAZ, Talitha. **Os lugares dos cinemas no subúrbio carioca da Leopoldina: falências, usos e destinos da sala de exibição** In Revista Contemporânea, v.13, n.01 – jan-abr 2015 – p. 193-209

FIGUEIREDO, João Luiz de. **A gestão do território para o desenvolvimento econômico do Rio de Janeiro: a passagem da era industrial para a economia criativa, ou um pouco de cada?**

FISCHBERG, Josy. **Perto de um final feliz**. Revista O Globo, 16 de agosto de 2015.

FREY, Klaus. **Políticas públicas: um debate conceitual e reflexões referentes a prática da análise de políticas públicas no Brasil**. In Revista Planejamento e Políticas Públicas, n. 21, p. 211-259, Jun de 2000

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. **Cadernos de Cultura**. Ano 7, n. 19, Mar de 2012.

FURTADO, Celso. **Ensaio sobre cultura e o Ministério da Cultura**. Organização: Rosa Freire d'Aguiar Furtado. Rio de Janeiro: Contraponto: Centro Internacional Celso Furtado de Políticas para o Desenvolvimento, 2012.

GATTI, Andre Piero e FREIRE, Rafael de Luna (org) **Retomando a questão da Indústria Cinematográfica Brasileira**. Rio de Janeiro: Caixa Cultural. 2009.

GATTI, André Piero. **A exibição cinematográfica: ontem, hoje e amanhã**. São Paulo: Centro Cultural São Paulo, 2007.

GRAMSCI, Antonio. **Maquiavel, a política e o Estado moderno**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1968.

GONZAGA, Alice. **Palácios e poeiras: 100 anos de cinemas no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Record: FUNARTE, 1996.

GUNNING, Tom. **Cinema e História**. In: XAVIER, Ismail(org.). **O cinema no século**. Rio de Janeiro: Imago, 1996.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Vol. 357. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HEILBORN, Maria Luiza; FAYA, Alfonsina e SOUZA, Josué Ferreira de. **Juventude e Sociabilidade em um “território pacificado” no Rio de Janeiro. Diversidade de experiências e seus marcadores sociais** In Revista ACENO, Vol. 1, N. 1, p. 102-122. Jan. a Jul. de 2014.

Holtz, Déborah. **Los publicos de video**. In CANCLINI, Nestor Garcia (org). **Los Nuevos Espectadores: Cine, Televisión y Videoen México**. *México: IMCINE/CONACULTA* (1994): 193-221.

LEITÃO, Gerônimo e DELECAVE, Jonas. **O programa Morar Carioca: novos rumos na urbanização das favelas cariocas?** In Revista O Social em Questã, Ano XVI, n. 29, p. 265-284, 2013

MACEDO, Marcelo Hernandez; FICHEIRA, Carolina; GUÉRON, Rodrigo. **O Projeto Oficinas e a democratização do acesso ao cinema no Rio de Janeiro** In Revista Contemporânea, ed. 16, v. 8, n. 3, 2010.

MARTIN-BARBERO, Jesus e BARCELOS, Claudia. **Comunicação e mediações culturais**. In: *Diálogos Midiológicos*. Vol. XXIII, no 1, janeiro/junho, 2000.

\_\_\_\_\_. **Dos meios às mediações. Comunicação, cultura e hegemonia**. 5ª Ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003

MEINIKE, Thaís. **Cinema para todos**. Planeta Sustentável, 16 de julho de 2014.  
<disponível em: <http://planetasustentavel.abril.com.br/noticia/atitude/cinema-para-todos-projeto-cinema-799626.shtml>> Acesso em 09/11/2015.

MINC. **Quantitativo de municípios por estado que aderiram ao SNC em 1/12/2015**, 2015. <Disponível em: [http://www.cultura.gov.br/documents/10907/1308672/1.+Quantitativo+de+Munic%C3%ADpios+e+Estados++NOVA+VERS%C3%83O\\_2.12.2015.pdf/2862dace-647a-4a4c-8eb7-91a3eee9c169](http://www.cultura.gov.br/documents/10907/1308672/1.+Quantitativo+de+Munic%C3%ADpios+e+Estados++NOVA+VERS%C3%83O_2.12.2015.pdf/2862dace-647a-4a4c-8eb7-91a3eee9c169)> Acesso em 15/12/2015.

MINC. **Guia de Orientações para os Municípios – SNC**, 2012. <Disponível em: [http://www.cultura.gov.br/documents/10907/963783/cartilha\\_web.pdf/8cbf3dae-0baf-4a30-88af-231bd3c5cd6e](http://www.cultura.gov.br/documents/10907/963783/cartilha_web.pdf/8cbf3dae-0baf-4a30-88af-231bd3c5cd6e)> Acesso em 15/12/2015.

MONTECÓN, Ana Rosas. **Consumos**. In MERGIER, Anne Marie (org) **Consumos culturales y ciudadanía en tiempos de globalización**., 2009, p. 90-99.

MUSSER, Charles. **The emergence of cinema: the american screen to 1907**. Nova Iorque: Charles Scribner's Sons, 1990.

ORTEGA, Francisco. **Hannah Arendt, Foucault e a reinvenção do espaço público**. São Paulo: Revista Trans/Form/Ação, n. 24, p. 225-236, 2001.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e Cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2003.

PERLATTO, Fernando. **Habermas, a esfera pública e o Brasil**. Revista Estudos Políticos, Número 4, 2012.

PONTE, Elizabeth. **Por uma cultura pública: organizações sociais, Oscips e a gestão pública não estatal na área da cultura** / organização da coleção Lia Calabre. – São Paulo: Itaú Cultural: Iluminuras, 2012.

RIO DE JANEIRO. RIO FILME, **Termo N° 01 /2012, Termo de permissão de uso do Cine Carioca Méier**, 2012.

RUBIN, Nani. **Crise no Grupo Estação de Cinema provoca movimento de solidariedade**. O Globo 19 de fevereiro de 2014. <Disponível em: <http://oglobo.globo.com/cultura/crise-no-grupo-estacao-de-cinema-provoca-movimento-de-solidariedade-11643761> Acesso em 17/12/2015>

RUBIM, Antonio Albino Canelas (org). **Políticas culturais no Brasil**. Salvador: EDUFBA, 2007.

SAAB, William George Lopes e RIBEIRO, Rodrigo Martins. **Panorama atual do Mercado de Salas de Exibição**, São Paulo: BNDES.

SILVA, João Guilherme Barone Reis e. **Comunicação e indústria audiovisual: cenários tecnológicos e institucionais do cinema brasileiro na década de 90**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SIMIS, Anita. **Estado e Cinema no Brasil**. São Paulo: Annablume/Fapesp, 1996.

SOUZA, Celina. **Políticas Públicas: uma revisão da literatura** In Revista Sociologias, Porto Alegre, ano 8, nº 16, jul/dez 2006, p. 20-45

TELLES, Vera da Silva. **Espaço público e espaço privado na constituição do social: notas sobre o pensamento de Hannah Arendt**. São Paulo: Revista Tempo Social, v. 2 n. 1, p. 23-48, 1990.

YOUNG, Iris Marion. **Inclusion and democracy**. Oxford: Oxford University Press, 2000.

## **Referências audiovisuais**

SANTIAGO, Raul. **PAPO RETO sobre "pacificação"**\_ Raul Santiago. 2013 <disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=2t-Gu340P88> Acesso em 09/11/2015>

DOMINGOS, Emílio. **Emílio Domingos - Diretor do filme " A Batalha do Passinho"**. 2015 <disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Cyb63jjIbzU> Acesso em 09/11/2015>

### **Entrevistas**

CARDOSO, Wellington. Entrevista [dez. 2015]. Entrevistador: Adil Giovanni Lepri. Rio de Janeiro, 2015. 1 arquivo .aac (15 min.). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice A desta dissertação.

GONDIM, Walerie e SILVA, Ana Letícia Leite da. Entrevista. [mai. 2015]. Entrevistador: Adil Giovanni Lepri. Rio de Janeiro, 2015. 1 arquivo .aac (26 min.). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice B desta dissertação.

LEVY, Júlia. Entrevista [dez. 2015]. Entrevistador: Adil Giovanni Lepri. Rio de Janeiro, 2015. 1 arquivo .aac (1h32 min.). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice C desta dissertação.

LOPES, Felipe. Entrevista. [mai. 2015]. Entrevistador: Adil Giovanni Lepri. Rio de Janeiro, 2015. 1 arquivo .aac (53 min.). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice D desta dissertação.

LUCA, Luiz Gonzaga de. Entrevista [jun. 2015]. Entrevistador: Adil Giovanni Lepri. Rio de Janeiro, 2015. Entrevista por escrito. A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice E desta dissertação.

LOUBACK, Ana. Entrevista [jun. 2015]. Entrevistador: Adil Giovanni Lepri. Rio de Janeiro, 2015. Entrevista por escrito. A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice F desta dissertação.

### **Apêndices**

## **Apêndice A**

Transcrição de entrevista realizada em 15/12/2015 com Wellington Cardoso (gerente do Cine Carioca Nova Brasília).

### **Como surgiu a ideia do cinema? Já havia um cinema naquele local no passado? A população que levou a ideia?**

O que eu fiquei sabendo é que na década de 1970 tinham apresentações de filmes, tipo filme na praça, aí mediante a essa tese surgiu a ideia de fazer um cinema fixo. A secretaria de habitação ficou sabendo dessa história e comentou com a Riofilmes [sic] e a Riofilmes comprou a ideia, a secretaria de habitação fez o prédio, passou a administração pra Riofilmes que passou a administração pra uma empresa privada pra tá administrando o cinema, a parte operacional.

### **Como é feita a programação? Os espectadores se mostram satisfeitos com ela? Preferência pelo dublado? Preferência pelo filme nacional?**

Sim, a gente na verdade já teve experiência com filme legendado e não é a cultura do lugar ver filme legendado. E a preferência é ver filmes infantis e filmes de comédia. Um recorde de bilheteria lá é “De Pernas Pro Ar”, né, filme nacional, então é muito maravilhoso. Filmes infantis *blockbuster* né, 3D, também são sucesso.

### **Como é a divulgação do cinema? Pra além dos meios normais tem uma divulgação específica pra comunidade?**

Temos a rádio, temos um carro de som, temos a página do Facebook e também grupos no *WhatsApp* do jornal “A Voz da Comunidade” que a gente divulga lá a programação.

### **Como é a relação dos moradores com o cinema? Você diria que a maioria do público é de moradores do entorno?**

Então, é uma situação pra dentro do Complexo do Alemão pros moradores é maravilhosa né, o cinema ele faz parte da sua casa, é mais um cômodo. Você ter uma sala de cinema dentro da sua casa, uma de estar né, vamos dizer assim, uma sala de vídeo. Tivemos duas vezes a maior bilheteria do país [sic] a maior taxa de ocupação do país, aliás, duas vezes foi a maior taxa de ocupação da América latina e várias vezes a maior taxa de ocupação do Brasil. Hoje, com a violência que tá acontecendo a gente perdeu um pouco isso, mas a gente acredita sempre numa melhora, é isso que nos mantém de pé.

**Você acha que a violência tem voltado a crescer no entorno da N. Brasília? Esse quadro de violência afeta a ida das pessoas ao cinema?**

Com certeza né, isso é fato, o que é mostrado na televisão é isso, infelizmente são os dados, que a gente percebe lá, que vive lá. Triste né, mas é verdade, é pura verdade isso, as pessoas ficam com medo de saírem de suas casas.

**Apêndice B**

Transcrição de entrevista realizada em 06/05/2015 com Ana Letícia Leite da Silva (Diretora Comercial da Rio Filme) e Walerie Gondim (Assistente da Gerência de Projetos da Rio Filme)

**Quando inaugurou o primeiro Cine Carioca? Como surgiu a ideia?**

Walerie Gondim: O primeiro foi o NOVA BRASÍLIA, foi inaugurado em 2010, 24/12 e em 2012 o Meier. A ideia surgiu da prefeitura, o NOVA BRASÍLIA, o programa Cine Carioca. O projeto cine carioca nasceu como um projeto da prefeitura que integrava o programa morar carioca, esse programa ele abrangia várias atividades e iniciativas para comunidades do rio de janeiro. Então, a instalação das UPPs fazia parte desse programa, era um programa de revitalização das comunidades assim, das favelas. Então o cine carioca nasceu junto com a praça do conhecimento, que é numa área de NOVA BRASÍLIA né, e a praça do conhecimento também é da prefeitura, os dois equipamentos são da prefeitura, e aí a Cine Carioca por ter o expertise de cinema, foi

convidada pela prefeitura para administrar o cinema, a responsabilidade do cinema passou a ser da Cine Carioca. Então foi uma parceria da prefeitura com a secretaria de Habitação, que construiu a praça do conhecimento, as NAVEs do conhecimento, depois passaram a ser NAVEs, e eles construíram o cinema e equiparam o cinema de acordo com uma listagem específica de necessidades que a Cine Carioca passou pra eles e só depois disso que a gente abriu uma licitação para que uma terceira empresa administrasse, operacionalizasse isso.

### **E isso foi na gestão do Sergio Sá na Cine Carioca?**

WG: Sim, a gestão do Sergio foi de 2009 a 2014. E o Bittar era secretário de habitação.

### **Como foi a resposta da comunidade na inauguração?**

WG: Eu não sei como foi a resposta na época da comunidade, mas o cinema, a resposta até hoje é muito positiva, dentro da comunidade. O cine carioca no início né, nos primeiros anos, ele era o cinema com a maior taxa de ocupação do rio de janeiro, é um cinema pequeno de 90 lugares, mas tem sessão todos os dias, pelo menos 4 sessões diárias e a taxa de ocupação é bem grande assim. Não existia nenhum outro cinema perto, o cinema mais perto era o Norte Shopping, que é bem longe do Complexo do Alemão. Funcionou não só pro complexo do alemão mas pras comunidades do entorno, Bom Sucesso, Penha.

### **Então o nível de engajamento de lá é grande né? As pessoas vão no cinema? Participam...**

WG: Sim, vão.

### **Tem algum tipo de influência na programação por parte da comunidade?**

WG: Não, não existe, como o cinema é operado por uma empresa terceirizada – a cinemagic – eles, uma das exigências da licitação para essa empresa ocupar o cinema era que a programação fosse comercial, porque tem um apelo mais popular e etc. Num sei se foi feito um estudo na época pra entender qual era o perfil da comunidade e etc, mas chegou-se a conclusão de que uma programação comercial era o que fazia mais sentido. Então os filmes que são exibidos, que eram exibidos no início e são exibidos até hoje, são filmes comerciais, lançamento, primeira semana de lançamento, que já

fazem parte da programação da empresa. Eles tem outros cinemas, no rio e em outros lugares, é uma prática meio comum pro mercado de exibição, repetir a programação comercial nos outros cinemas da rede. Mas é isso, funciona assim, tem funcionado.

**Uma outra pergunta é o valor do ingresso, ele é bem mais barato do que o preço médio, e como é que foi isso, na época foi uma idéia da prefeitura fazer o preço mais baixo? E tem subsídio? Por que é bem mais barato.**

WG: Tem subsídio, mensal e um subsídio anual e a gente paga mensalmente ao cinema. Era também um dos critérios da licitação, na licitação a gente contemplaria o cinema que cobrasse o menor valor de subsídio para operar o cinema. Hoje o subsídio é de 29 mil e uns quebrados, que é o valor mensal que a gente paga. Também não sei, é, acredito que foi proposital a cobrança do ingresso mais barato exatamente pra ser mais acessível pra comunidade, então o valor atual é 9 reais inteira, 4,50 a meia. Mas a prática é a cobrança da meia.

**É porque vende meia também pra morador né?**

WG: Sim. Todo mundo, 99% das pessoas paga meia. E aí existe um preço médio de ingresso, que é cobrado, que é o valor estabelecido que é cobrado no mercado em geral. E aí algumas empresas do mercado cobram bem acima desse valor, e outras empresas cobram esse valor. Então a gente segue um pouco esse critério e a diferença é paga pela Cine Carioca, então como o valor é bem mais baixo que o preço médio do ingresso a Cine Carioca cobre esses custos.

**Então vocês cobrem a lacuna entre o preço médio do ingresso e o que pratica lá?**

WG: Exato.

**O gerente do cinema é de lá do Alemão?**

WG: Ele é de lá, o Wellington, ele mora lá na comunidade.

**Teve alguma exigência da licitação ou a empresa que chamou?**

WG: Não, não. Eu acho que a empresa teve essa sagacidade de chamar alguém de lá. Por mais que a comunidade esteja pacificada, e atualmente tenha acontecido vários episódios de violência lá e tal, essa figura dele é superimportante, porque ele consegue

dialogar com as pessoas, ele faz a divulgação na comunidade, conversa com as instituições e etc, ele tem um trânsito ali mais tranquilo que alguém que fosse de fora.

**A programação é da cinemagic, mas tem espaço pra programas especiais lá. Como é que isso? É uma demanda que vem da comunidade, é uma demanda de vocês da Cine Carioca, a cinemagic que pensa e faz?**

WG: Eu não tenho certeza se existe uma exigência contratual nossa pra esse tipo de ação, mas essa é mais uma demanda do mercado do que da comunidade. Dos produtores, exibidores, porque é um cinema interessante assim pra fazer esse tipo de coisa, é o único cinema que existe numa favela. Então normalmente a demanda vem de fora vem de atores do mercado cinematográfico pra gente. E aí a gente cria esse diálogo com a empresa, por nós gerirmos o cinema a gente tem essa maleabilidade assim de fazer programações alternativas. Mas a gente faz aqui na Cine Carioca um projeto escola no cinema, a gente fez em 2012 e agora a gente tá fazendo outro agora também.

**Vocês tem esse tipo de política de formação de público? E pedagógica também, com os professores levando?**

WG: A gente fez esse em 2012 lá em NOVA BRASÍLIA, o projeto escola é uma contrapartida nossa, a gente também subsidia o projeto mas tem que ter um projeto de formação de plateias lá. A gente fez em 2012 um e agora a gente começou no ano passado e tá acontecendo ainda esse ano. E esse ano a gente começou a fazer no Cine Carioca Meier, não tinha acontecido até então, e também tá dando bastante resultado. No cine carioca NOVA BRASÍLIA agora, tá sendo um pouco mais complicado por conta disso[a violência], as escolas são um pouco temerosas de levar as crianças pro cinema e tal, um pouco com medo.

**Consiste em que? Vocês fazem sessões especiais?**

WG: É, sessões em horários alternativos, são duas sessões por dia normalmente, com os filmes da programação do cinema preferencialmente nacionais, mas a gente não tem muita ingerência sobre isso, como eles já tem uma programação específica, mas filmes que correspondam a faixa etária das crianças, porque é só pra escolas municipais. E aí

o filme é exibido, o cinema dá pipoca e refrigerante pras crianças e depois o conteúdo do filme é trabalhado em sala de aula.

**Então tem um acompanhamento pedagógico?**

WG: Tem, sim.

**Cine Carioca Meier são três salas, e o NOVA BRASÍLIA uma só?**

WG: Sim.

**Como foi o processo do Cine Carioca Meier?**

WG: Já existia um projeto de continuar a Rede Cine Carioca, existe até hoje, a proposta dos cine cariocas é que eles fossem criados em comunidades que não tivessem cinema e que fossem de IDH mais baixo do que nos outros lugares. Acho que sim, teve uma coisa de perceber a oportunidade do Imperator que tava sendo feito, e como é também um prédio, um centro cultural, administrado pela prefeitura a prefeitura quis fazer o cinema lá também.

**E lá é o Severiano Ribeiro que opera?**

WG: Sim.

**Então vocês fazem uma licitação para cada complexo de cinema?**

WG: Isso. No caso do caso do Cine Carioca Meier foi um pouco diferente a licitação, a gente não dá subsídio pra eles. Então eles ofereceram um valor, a licitação se não me engano foi o menor valor de construção pelo menor tempo, então eles ofereceram um valor x pra construir num tempo tal, acho que foram 3 meses de obra. Então eles não pagam nada pra Cine Carioca mas a gente também não tem, o espaço continua sendo nosso, mas a gente não tem ingerência sobre praticamente nada. Eles tem que respeitar alguns limites como o PMI e tal, e semestralmente a gente faz um acompanhamento dos valores pra ver se eles tão seguindo o contrato e eles mandam pra gente a programação de filmes e tal. São as exigências contratuais, mas a gente não dá nenhum subsídio.

**E lá também não é tão usual ter esses programas especiais que tem no NOVA BRASÍLIA?**

WG: Não. NOVA BRASÍLIA é mais...

**E vocês tem interesse de fazer lá no Imperator?**

WG: É tem feito, o projeto escola por exemplo foi uma iniciativa pensando nesse sentido um pouco. E a gente tem pensando coisas pra lá pra esse ano, ainda não tá bem definido mas... No ano passado por exemplo a gente fez uma ação em parceria com o circuito carioca de ritmo e poesia que é um grupo de pessoas envolvidas com a cultura urbana que fazem uma roda de rap no terraço do Imperator todo 1º domingo do mês se não me engano. Eles tem uma atuação bem forte não só lá no Meier, mas nos bairros ao redor e tem algumas rodas de rima na cidade. E aí a gente fez uma mostra de filmes de cultura urbana lá no Cine Carioca Meier, em parceria com eles, então eles fizeram a curadoria dos filmes e a gente convidou os diretores, convidou algumas pessoas pra fazer debate depois dos filmes. A gente tem começado a fazer algumas coisas lá.

**Então tem espaço né?**

WG: Tem.

**Os distribuidores devem chiar um pouco com o preço do ingresso no NOVA BRASÍLIA? Isso acontece?**

WG: Não exatamente. Bom isso não chega muito até a gente porque é uma negociação do distribuidor com o cinema. Como a gente dá um subsídio pro cinema, o subsídio é pro ingresso e pras despesas administrativas, pagamento de pessoal. Então o lucro que o cinema tem de bombonière e de venda de ingresso, é do cinema, então existe uma negociação do próprio cinema. Era o que eu tava falando, o exibidor quando ele, principalmente quando o filme é comercial, ele compra o filme pra exibir na rede inteira, então ele já paga um valor x pra exibir em várias cidades.

Ana Letícia Leite da Silva(Diretora Comercial): Não é uma diferença tão relevante pro distribuidor, ele já conta que dali vem uma determinada fatia do bolo, e dentro do bolo não faz uma diferença tão grande assim.

**E como lá vai muita gente ao cinema, a taxa de ocupação...**

WG: Exato. As sessões todas praticamente são lotadas, agora nem tanto... Mas normalmente enchia.

AL: A gente já fez sessão de pré-estréia lá em cima por exemplo, acho que não teve cobrança de ingresso. Mas a gente já fez sessão de pré-estréia de filmes que a gente investiu aqui, “Meu Passado Me Condena” por exemplo uma das primeiras sessões foi lá, com a atriz do filme. Agora tá mais complicado por causa dessa questão da violência, mas assim a intenção é poder fazer isso e a gente tem produtores e distribuidores parceiros que são parceiros nossos e que topariam fazer isso lá com certeza.

**Então tem essa coisa da Cine Carioca também investir na produção e também distribuir...**

AL: Tem, os nossos contratos inclusive há muito tempo já eles tem uma cláusula que prevê que quando a gente investe nos filmes, principalmente os filmes do reembolsável que é quando a gente tem participação na receita, a gente tem uma cláusula que prevê que a gente pode usar os filmes em acordo com as distribuidoras para ações de formação de público. É óbvio que a gente não vai conseguir passar um mês inteiro de um filme que tá em circuito, mas assim, fazer uma sessão especial em uma lona que a gente faz de vez em quando ou lá no Cine Carioca, isso é uma coisa que a gente consegue acordar com os parceiros.

**Vocês olham exemplos do Brasil (Dragão do Mar, Cinema da Fundação em PE)?**

WG: Confesso que eu não sei, eu acho que não existe uma iniciativa com o Cine Carioca. Um equipamento, um complexo, dentro de uma comunidade. O Dragão do Mar por exemplo tem um perfil um pouco parecido, acho que foi feito um estudo na época.

AL: A SPCine por exemplo, que um dos gerentes que tá lá saiu daqui, eles tão com um projeto super forte de revitalização pra ter essas salas mais pra cultura, filmes mais de arte. Com certeza a inspiração de lá vem um pouco daqui, é uma iniciativa que a gente pretende continuar, óbvio que depende de orçamento, depende de várias coisas.

**Li uma notícia que o próximo Cine Carioca seria no antigo Cine Glória, é verdade?**

AL: A gente tá estudando alguns espaços que podem ser utilizados, mas não tem nada certo ainda. Agora por exemplo a gente tem um projeto de licitação de um espaço aqui do lado, que era o espaço Rio Carioca, que tem uma sala, que tá destruída, mas que seria a intenção licitar pra ter esse espaço até pra ser espaço de formação de público, a gente com certeza teria uma contrapartida relacionada a formação de público. A gente tem também um projeto de fazer uma salinha, que é uma coisa muito menor, não seria grande, comercial, que seria fazer uma salinha aqui na Cine Carioca. A gente tem três salinhas muito pequenas, uma de 12 lugares, e outras duas de 5 lugares, de fazer uma sala só de 20, 30 lugares. E aí você ter sessões, pra você abrir espaço pra filmes que ganham edital aqui que as vezes não vão pra rua, abrir espaço pra diretores novos, mesmo os filmes que a gente investe que tem um perfil um pouco diferente, por exemplo o “Estrada 47” que vai lançar agora que foi um filme que a gente investiu que tem um perfil um pouco diferente. Abrir espaço pra esses tipos de filmes e também pro pessoal da redondeza, pro público mais da vizinhança da Cine Carioca. É um projeto que tá ainda bem embrionário, tipo rastejando, a ideia é que a gente tenha isso já em prática até o final do ano. É uma preocupação da Cine Carioca, essa questão de formar o público, de ter essa formação de público.

WG: E também de manter a expansão desses equipamentos, a gente trabalha de acordo com o orçamento que é possível para a Cine Carioca. Por enquanto a gente não vai abrir nenhum outro cinema, imediatamente, mas esses espaços são nosso foco por enquanto.

AL: E se for possível a gente expandir isso com certeza tá na nossa agenda, mas não sei se vai ser alguma coisa pra esse ano, que vai ser um ano complicado pra orçamento geral. Tanto pra captação de cinema quanto no meio público é um ano complicado, então não sei se a gente vai ter orçamento pra esse ano. Mas assim, a gente tá sempre estudando, e vendo que áreas são interessantes pra fazer isso. A gente não tava aqui na época que o Cine carioca surgiu, que a ideia foi concebida, mas imagino que teve um estudo pra ver em que áreas você tem carência de cinema e de público.

WG: Não, carência e demanda né, de equipamento cultural.

**Acho que o Cine Carioca é o um dos poucos equipamentos culturais ali.**

AL: É, só tem cinema de shopping, sei lá. A fez uma vez um vídeo, meio que de divulgação do Cine Carioca do Alemão e o testemunho das pessoas falando que antes iam no cinema no shopping, no Norte Shopping. Mas assim, é longe, é caro, não é acessível pra maioria das pessoas, a diferença é ter um cinema ali do lado, principalmente criança que nunca foi ao cinema, então pra gente é super importante, pra gente o que puder fazer pra expandir o projeto vai ser estudado.

**Então esse braço da Cine Carioca de difusão interessa muito pra vocês?**

AL: Sim, com certeza. Não é comercialmente relevante, mas é uma parte que pra gente é uma das mais importantes.

WG: É o nosso compromisso com a democratização do acesso ao cinema né, da população.

AL: Você ter esse equilíbrio entre o comercial e essa ação de formação de público e de democratização.

## **Apêndice C**

Transcrição de entrevista realizada em 01/12/2015 com Júlia Levy (Superintendente do Audiovisual da SEC entre 2008 e 2014)

### **Como foi o início do programa?**

Como é que nasceu o cinema para todos assim, 2008, na verdade, quando Adriana entrou na secretaria, 2007, setembro de 2007 se não me engano. Ela era do audiovisual, ela saiu do Grupo Estação, então ela tinha um compromisso muito forte obviamente provavelmente, eu não tava lá nessa época, e setor audiovisual tenha se identificado e pedido pra ela, Adriana, uma atenção especial pro audiovisual naquele momento. Se

you for remembering in 2007 still didn't have the FSA, these large amounts of resources were still not available. You had a RioFilme very decapitalized, a null audiovisual policy in the state, you had initiatives from the state government and from the state capital of São Paulo doing activities, a beginning there of some things in Recife, in fact some few states in Brazil doing things, the Ancine with some mechanisms of action. And the market in RJ very problematic for you, for you to have an idea until the associations of propaganda came to talk with us, "nobody is filming in Rio", the agencies stay mostly in SP but the producers are from Rio, the conspiracy, one of the largest is here. The own association of companies of propaganda was talking "look, it's not rolling commercially here", you had a moment in the state almost null in terms of audiovisual policy. What was combined at that moment, Sergio Cabral in a campaign, had committed to have a special vision for the audiovisual sector, he had committed to really create a policy, and when Adriana was called to be the secretary, this was brought to her. And one of the first actions that were done in that entry of hers in the secretaryship was in the final of the year of 2007 the creation of a GT, the coordinator was Gustavo Dahl, thinking what should be this policy for audiovisual, Adriana didn't want to make a cabinet policy. (...)

You had people there experienced in political participation, of relevance in the market, a very clear vision of the future, of new trends of where the market was pointing, and of a sensibility to perceive that that was a moment of opportunity. So you had there a meeting of professionals from the sector very different and complementary, and they managed to make a document that were the main guidelines, called "Rio Audiovisual", in 2013 when we published the guidelines for the next 10 years, we annexed this document, the text was at the disposal for public consultation. And in this whole process of construction of this plan public hearings were held, listening to society, from the audiovisual sector, and they proposed various things, they proposed among other things that the secretary should create an Additional Income Prize for distribution to the molds that were from the Ancine, they proposed the editais, various lines, that included multiplatform projects, transmedia and videogames, they suggested that there should be a tax exemption in this program, that we created. In fact, basically it was a list of suggestions of projects, 80, 90% of what they suggested, among them the CPT program, a Film Commission, and the

programa CPT que naquele momento era inspirado pelo programa Va ao Cinema de SP, que tava naquele momento levando muitos alunos ao cinema, muitos. Então como a gente pensar uma politica no RJ sem pensar no instrumento de difusão dos filmes, sem pensar num momento de inclusão de democratização, e formação de público futuro pros nossos filmes, pro nosso mercado. Essa preocupação existe, a visão do Estado passa sim por uma democratização do audiovisual passa por uma democratização do audiovisual claro, mas existe uma questão também mercadológica, é importante que as novas gerações conheçam o que a gente tá produzindo. Tinha já naquele momento os estudos sobre o vale cultura, já tinha essa lei sendo discutida, enfim, mas basicamente eu entrei na secretaria em julho de 2008, quando essas discussões tavam sendo fechadas, esse texto das diretrizes tava sendo fechado, esse processo tava sendo concluído e a gente tava partindo pro início da concretização, ok, foi fechado o que são as principais diretrizes e ações que o estado tem que fazer pra isso aqui dar certo, vamos fazer, vamos começar. Começar por onde? Então a gente começou ali por linhas de editais, que não eram só do audiovisual, eram da secretaria como um todo, o audiovisual realmente era a uma das principais parcelas desse grupo de editais, começamos com um Prêmio Adicional de Renda à distribuição e pelo CPT, e o CPT assim, bebeu muito na fonte do Va ao Cinema de SP que era o André Sturm, a Silvia que hoje tem uma distribuidora chamada Vitrine, eu conversei muito com eles, e sempre tentando entender: ok, isso é uma realidade do estado de SP, o estado de SP tem muito mais municípios que a gente, o interior do estado tem uma pujança econômica muito forte, o estado do RJ tem outro perfil, qual é esse perfil? O início foi muito mapear, quais são os cinemas que existem? como eu chego nesses dados, ah eu chego nesses dados pela Ancine, eu só posso construir um projeto que trabalhe com cinemas que são cinemas oficiais, formais, o que eu descobri, que existem alguns cinemas funcionado no estado do RJ piratas. (...) Entro em contato com essas pessoas, converso com essas pessoas, essas pessoas vem ao Rio de Janeiro, eu vou lá, se registram na Ancine, a Ancine entra em contato comigo: ei, peraí, tem um monte de gente se registrando aqui, quem são essas pessoas, o que ta acontecendo, porque você ta conseguindo que eles se registrem? Gente, eu tô criando uma política que só pode ser feita com pessoas que são formalizadas, eu não posso trabalhar com cinema que é pirata, ou a pessoa se formaliza com vocês, isso no paralelo aqui quando esse GT foi lançado foi feito um acordo de cooperação com a Ancine, então foram os dois primeiros atos que a secretaria fez,

instituir um GT coordenado pela secretaria e assinar um acordo de cooperação com a Ancine, então a partir disso era a base de uma política de audiovisual. O Bruno Wainer era muito claro, gente, já existe um mecanismo que é vitorioso, que tá amadurecido, que é discutido amplamente no setor, porque vocês vão inventar outra coisa? Vai lá, vê como é que é e faz um aqui. É muito pragmático, muito eficiente e foi isso que a gente fez, ninguém queria inventar uma roda, já existe uma experiência, então acho que isso foi uma visão muito interessante do fazer da política pública, que é a gente não precisa fazer anda do zero, vamos trabalhar em cooperação com outro estado, com a Agência nacional do cinema, com os nossos parceiros desse grupo de trabalho, com esse pensamento crítico que tava aberto a discussão, enfim. Foi um processo muito interessante, muito rico, talvez a Ancine tenha nascido de um trabalho tão participativo a partir do 3º congresso, mas em termos de formação de política pública, eu vou te dizer são raros os casos no Brasil onde você teve tanto uma relação aberta entre o setor, a instituição executiva que ia fazer a política e consultas públicas, e a consulta a sociedade. Eu tenho muito orgulho que esse processo que a gente construiu na secretaria tenha sido tão democrático no sentido verdadeiro da palavra. Eu tô muito acostumada de participar de audiências públicas, participei de zilhões de audiências públicas e consultas públicas, você vê que tem muitas coisas ali que são simplesmente cumprimento de ritos, mas na prática ninguém absorve aquelas colocações, a participação da sociedade civil ela é numerosa, isso foi um processo que não foi só da superintendência do audiovisual, foi de muitas áreas da secretaria. E foi, pra mim, uma das experiências mais interessantes, poder ter feito 6 anos de trabalho num órgão que realmente fazia política em colaboração com a sociedade, em colaboração com o setor cultural, com o setor audiovisual, enfim, cada um na sua área, foi muito rico isso.

Mas voltando aí ao CPT, a gente tinha essas missões, mapear, qual é o parque exibidor do estado do Rio de Janeiro, como ele funciona? Quem são esses piratas que se formalizaram? Quais são as necessidades, e começar a viajar. Quem é o dono do cinema de Valença? Quem é o dono do cinema de Itaperuna, quem é o exibidor de Três Rios? Quem é o exibidor de Macaé, quem que esta assumindo é o exibidor tal... Enfim, quem são essas pessoas, venham ao Rio de Janeiro, vamos nos encontrar! Tive um apoio enorme do sindicato da capital, do Roberto Darze.

Eu lembro que o [Luiz] Gonzaga chegou a falar, que esse programa fez com que o papel do sindicato se redefinisse. Todas as reuniões com os exibidores eram feitas no sindicato. Eles abriam realmente uma porta, até porque eu achava assim, já é casa do exibidor, pra que eu vou inventar uma casa aqui dentro da secretaria? Claro que tem que ter esse intercâmbio, recebia todo mundo na secretaria, mas era interessante essa colaboração de voz, institucional mesmo de contato com eles. É o sindicato da cidade, sempre em parceria com o sindicato do estado, mas era realmente onde era o nosso centro de trabalho.

### **O fato da Adriana ter vindo do mercado audiovisual teve alguma facilidade de trazer esses exibidores?**

Não foi fácil. A gente levou muita pedrada em tudo. A gente levou muita pedrada com o valor do vale que a gente queria instituir que no início era 3 reais, eles não queriam aceitar. A maioria dos exibidores falou que ia ser um fracasso, era um projeto vitorioso em SP que tinha acabado de ter um escândalo de fraude. Eles falavam, ah, vocês vão fazer aqui e vai ser tudo fraudado. Então assim, a princípio a gente tinha um modelo a ser seguido mas tinham barreiras a serem quebradas. Eu não sou fiscal de nenhum lugar, existem muitas histórias e eu não sei o que foi apurado em SP, quando você faz um programa dessa magnitude você tem que ter instrumentos de controle muito fortes, mas você também tem que saber lidar com boatos que as pessoas criam. Eu já recebi “Julia, estão vendendo vale aqui na frente do cinema em Caxias, vou mandar meu produtor aí”. Mas chama a polícia, isso é caso de polícia, eu não sou polícia! Aí ligo daqui a pouco, ah, a pessoa sumiu. Peraí, o que tá acontecendo, você não pode fazer uma denúncia e do nada veio, do nada vai. Que isso? Você tá falando com um órgão público. Tinha uns boatos desses... Ah, está tendo fraude. Assim, a gente tinha uns mecanismos de controle, eu conseguia rastrear, quem estava distribuindo vale, onde ele foi distribuído e em que cinema ele foi recebido, eu criei esse mecanismo. Isso não é uma coisa que brotou do nada, eu sabia que tinha que ter esse controle. Então quando a gente recebia um alerta de fraude, que poderia ter tido, eu tinha que, peraí, ninguém pode fazer uma acusação assim! “Ah, tem senhoras vindo”, gente, tem senhoras, porque não sei se vocês sabem, mas no estado do Rio de Janeiro tem supletivo, tem EJA, então assim, existem algumas senhoras, elas são alunas. Enfim, são mitos que a gente ia

desconstruindo, mas nunca foi fácil, nunca foi fácil a adesão dos exibidores. A gente conseguiu construir uma ótima relação, mas eles eram muito exigentes com a gente, o que era muito bom, exigia que a gente construísse sim o sistema de controle de vales, exigia que a gente tivesse constantes treinamentos e formação da nossa equipe que ficava tanto na base quanto na rua, fazendo a promoção. Exigia que a gente tivesse sempre muito atento ao lançamento dos filmes brasileiros. Exigia muito da gente, mas a gente conseguiu responder, porque a gente queria muito que o projeto desse certo.

Então o programa nasce nesses moldes do Vá ao Cinema, pra você ter uma ideia num primeiro momento a gente não conseguiu uma adesão de todos os exibidores. Eram 23 municípios com cinema, a gente só conseguiu entrar num primeiro momento em digamos 11, aí depois num segundo momento em todos, mas assim, primeira etapa, primeiro programa, foi um ano de projeto mais ou menos, a gente considerou um certo projeto piloto. Pra gente ver se as premissas que a gente tava ali traçando, qual era a aceitação da realidade, o que a gente tinha que fazer, pra gente conseguir mudar, como é que era a nossa relação, o que a gente tinha conseguido construir... Por exemplo, uma das coisas que a gente viu da 1ª pra 2ª edição era que a gente precisava ter um controle de dados, eu tô distribuindo 800 mil vales na rua, como é que eu vou ter o controle disso, como é que eu controlo o meu funcionário que distribui os vales na escola, será que ele tá vendendo vale, será que ele não tá? Como é que eu controlo?

E obviamente toda uma relação com a SEEDUC. Porque não existira esse projeto se não fosse ela. Ele era um tripé, eu tinha que ter uma boa relação com os exibidores, eles tinham que aderir ao programa, e o preço que eu pagava pelo vale que era R\$ 3 depois virou R\$ 4, digamos assim não era um preço tão bom pra eles. Principalmente pros da Zona Sul digamos assim, pro do interior sim, os dias de meia pra ele tinha R\$ 8 e R\$ 4. E eu tinha que convence-los de que o público que eu tava colocando dentro do cinema não era um público que ia pagar 15 reais, 10 reais, 20 reais era um público que simplesmente iria entrar naqueles cinemas. O outro pé do tripé eram as escolas, se eu não tivesse uma boa relação com a SEEDUC esse programa jamais poderia ter acontecido. Você não entra em uma escola pra distribuir nada se você não tem a autorização da secretaria, se você não tem a autorização da diretoria regional, se você não tem diretora da escola e se você não tem uma boa relação com todo mundo da

escola pras realmente pessoas aderirem aquele programa e falarem, gente, ir ao cinema é importante, ir ao cinema é uma diversão, ir ao cinema faz parte da formação de vocês.

Ou seja, na 1ª edição logo de cara, teve uma grita dos diretores de cinema [sic], queremos mais vales, queremos participar, porque só os alunos podem ganhar vale? Porque no início a gente ia distribuir só pros alunos. E aí a gente entendeu assim, gente, é um programa que ou ele faz parte da comunidade escolar, e realmente a gente precisa que o professor fale que esse filme é legal e ele tenha visto, que o diretor da escola se quiser ir ao cinema ele possa ir, se a merendeira está pedindo, gente, a merendeira, eu vou dizer não?

A comunidade escolar tem que tá incluída nisso. O menino não tem que ganhar só o vale dele, o aluno tem que ganhar o vale dele e de um acompanhante, e se ele quiser levar a avó? Então a gente tem depoimento de avós que nunca tinham entrado num cinema, a gente tem depoimento de merendeira que queria ir também. A comunidade escolar como um todo ela quis participar do programa, e isso foi uma vantagem nossa, a gente viu que a gente tinha que ter mais vales pra poder atender essas pessoas. A gente viu que a gente não tinha só que cumprir meta de distribuir pra todo mundo, porque ao mesmo tempo também o aluno meio que esquecia que ele podia usar aquele vale.

E o outro tripé eram os filmes, porque no início nem todos os filmes queriam fazer parte do programa. Porque você quando paga um tíquete baixo você faz com que o PMI abaixe do filme, e alguns filmes tem um desempenho de mercado muito forte, e um desempenho econômico, financeiro que precisa ter resultados muito concretos, por causa de FUNCINE, por causa de fundos e patrocinadores, enfim, que tem que ser prestado contas, o que é bacana. Mas o que a gente dizia era, gente, essas pessoas não vão ver esses filmes, me usa como plataforma de mídia tua, se você quer pensar estritamente no seu público, o programa vai falar do teu filme gratuitamente, ele vai entrar em sala de aula, e ele vai falar do teu filme, é uma mídia quase, ambulante. Não é a intenção do programa fazer mídia pra ninguém, mas o aluno vai ao cinema ver alguma coisa, eu não posso ser burocrata e não pensar uma forma interessante de falar do programa pro jovem, o jovem quer ver filme ele não quer saber que é o programa CPT, que visa a democratização do audiovisual... Não, ele quer ir num cinema bacana ir ver um filme legal. Ok, é legítimo ele querer isso, qualquer jovem quer isso, e o que a gente queria dizer pra eles é: é bacana ir, é legal, você não paga nada e você ainda

pode levar um amigo, você pode ir junto num grupo, a sua escola pode fechar uma turma pra você.

A gente foi ampliando essa modalidade de atendimento as escolas, da 1ª, pra 2ª pra 3ª edição a gente foi entendendo o que a educação queria, o que a formação, o que a SEEDUC, o que as escolas achavam interessante. O que funcionava, o que não funcionava, cada vez que a gente pudesse entrar na escola com os cartazes dos filmes, dar cara assim, “O fim e os meios” é esse cartaz aqui, “Minha mãe é uma peça” é esse cartaz aqui, sabe a gente realmente fazia um trabalho com os distribuidores, sabe, distribuidores, a gente quer falar dos seus filmes! Então assim, a gente foi conquistando essa aderência desses agentes do mercado, não foi uma coisa assim espontânea “ah que legal”, legal não, eu tinha que provar que era legal! A gente teve muitas reuniões com o sindicato dos exibidores, dos distribuidores, a gente rodava no mínimo uma vez por ano a gente fazia reunião em todas as distribuidoras, pra mostrar um balanço, esse aqui foi o balanço, olha só os filmes que a gente participou, raríssimos filmes não aderiam. Na 1ª edição não, muitos filmes falaram “não estou dentro, não quero” o que era um grande problema, porque eu falava que distribuía vale pra qualquer filme brasileiro e as pessoas recusavam. Mas depois as pessoas viram que não, que é uma força, até politicamente assim, a Patrícia Kamiczuge, presidente da Fox e da Warner no Brasil, quando eu falava com ela, Patricia, ela tinha bons desempenhos de filmes dela, “Os Penetras” foi super bem. E ela falava, Julia, pra gente é importantíssimo assim, é um presente que você dá pra gente, a gente não tem atingiria esse público, a gente não tem capacidade de criar um projeto social dessa natureza. E você traz pra gente uma parceria que vale a pena, bem ou mal você tá pagando 4 reais, que pra gente chega 2, não é gratuito, tá entrando uma renda, os exibidores não tavam fazendo um favor, o estado tava pagando.

Por exemplo, alguns filmes, a Lais Bondasny tinha um carinho enorme pelo programa assim, quando ela foi lançar o filme dela, “As melhores coisas do mundo”, a gente fez uma grande parceria com a Warner e com a Gullane, e uma das principais sessões de pré estreia do filme no Rio foi com a gente. Foi num cinema do Severiano Ribeiro, foi no Shopping Del Castilho, um cinema grande dele, acho que foram todas as salas, são 6 salas, ele tinha um grande saguão, a gente montou um palco, a gente fez uma festa. 800 alunos naquele saguão, teve uma turma de idosos que pediu pra ir e foram, eu

lembro que a gente fez uma área com cadeiras, porque os jovens ficam em pé. Aí a gente fez uma parceria com o Severiano Ribeiro, que ele deu combo de coca cola e pipoca pra todo mundo que fosse. A Laís foi, com os principais atores do filme, Caio Blat, o menino que era protagonista com a outra menina que também era protagonista do filme, eles não eram atores famosos. Até a Laís fala, “gente, me senti assim os Beatles, parecia que a gente era os Beatles, todo mundo gritando”, uma loucura. O filme fez 24 mil espectadores no Rio de Janeiro dentro do programa CPT. Ela gosta da gente não só porque ela se sentiu os Beatles, famosa. Teve uma aderência, sabe, era um filme jovem. Se você for ver ao longo dos 5 anos e meio que o programa existiu a gente teve poucos filmes jovens mesmo, isso aqui é o que o jovem quer ver. Se você for ver, os filmes que foram muito bem no mercado em 2010, “Chico Xavier” e “Nosso Lar”, os dois tão ali na casa dos 4 milhões de espectadores, isso foi péssimo para o programa. O pessoal falava, gente isso é pra quem tá quase lá, pra quem já tá dando tchau pra essa vida, entendeu. Jovem não quer ver filme de espírito, a não ser que seja de terror, de suspense. A gente tinha essa problemática no programa, do produto, entre aspas, das obras que fossem feitas pra uma plateia jovem, que era o foco do programa principal. Eu trabalhei com EJA? Trabalhei com EJA e supletivos sim, era uma porcentagem importante do que a gente fazia, eu trabalhava com formação de professor. Porém, minha grande massa de atendimento era de jovens do ensino médio, tinham obviamente muitos adultos porque tinham também repetentes, mas nossa grande massa era de jovens. Então quando tinham esses filmes, a gente realmente tentava fazer uma parceria muito grande com os distribuidores e com os produtores dos filmes. Depois de um tempo a gente ficou famoso entre as distribuidoras e entre os produtores obviamente. E aí todo mundo queria começar trabalhar lançamento do filme com o CPT, e aí a gente filmes que pô, o filme da Laís, a Laís fez muitas sessões com debate, sessões incríveis. A Lucia Murat quando lançou “Uma Longa Viagem”, o Breno Silveira quando lançou o filme de caminhoneiro dele, ele fez muitas sessões com a gente, foi um filme que foi muito bem com a gente. A gente fazia umas estatísticas, também pra mostrar assim, qual o desempenho desse filme no Rio, a relação dele no Brasil com a relação dele no mercado do Rio e a relação dele dentro do CPT. Então tem alguns filmes que fazia 35% do público no Rio com a gente, o filme da Laís acho que foi um desses casos. A gente tinha essas estatísticas assim, era representativo em termos de público, então isso hoje ta perdido infelizmente, até algumas pessoas falar, ah, cadê o CPT, eu falei, gente

acabou... Uma pena. Mas ok, foi bom enquanto durou. Então se você fosse olhar em termos puramente mercadológicos, você também ia encontrar resultados concretos.

Uma das coisas muito importantes que o projeto conseguiu desenvolver que foi fundamental foi uma parceria com a Globo Filmes também. Que acabava que a gente tava falando com todos os filmes de todo mundo então obviamente todos os filmes da Globo Filmes entrava com a gente. E uma coisa que a gente conseguiu construir com eles foi uma parceria pra usar o calhau de mídia que a Globo Filmes tinha na Globo. Então a gente fazia vinhetas, trimestrais, bimestrais do programa, falando dos filmes, porque a gente chegou à conclusão que não adianta ficar lá burocrata, falando “CPT é uma política do estado do RJ...”, gente, não é isso, eu tenho 30 segundos, o que em 30 segundos eu consigo falar? Os filmes, das obras. O que importa é o cara saber que ele pode pegar o vale na escola e que ele pode ver aqueles filmes ali que tão em cartaz. E isso realmente fez com que a gente atingisse. Como eu falo com 1 milhão de pessoas? Comunicação de massa, quem é comunicação de massa? TV, Rádio. A gente teve um trabalho incrível com a Raccord Produções. Ou seja, a gente viu que no andar do programa, da 1ª edição pra 2ª, da 2ª pra 3ª, a gente foi desenvolvendo esses mecanismos de comunicação com o jovem. A última edição, que foi a 3ª, que teve esse azeiteamento muito bom a Globo Filmes, e com uma equipe de comunicação que enxergou “cara, vocês não tão se comunicando direito” vocês tem a oferta de um serviço, que não quer ir no cinema de graça? Cinema é caro, é caro pra classe média. Quem não quer ir de graça? Você tem a oferta de um serviço maravilhoso, uma ousadia de política pública, que não pede nada em troca, você não mandou o cara fazer uma redação, você não mandou o cara fazer uma prova. Isso seria um tiro no pé, você não mandou isso. Você quis aumentar o repertório cultural dele, e também não fica falando “ah, queremos aumentar o repertório cultural”, não gente, vai ao cinema, vai ver! O cara não quer ver “Hitman”? Ok, mas ele não quer ver “Minha mãe é uma peça”? Se você for ver o filme do Coutinho o depoimento daqueles meninos, esse último dele que na verdade foi montado pela Jordana Berg e pelo João Moreira Salles, você vai ver que são todos alunos de escola pública que foram ver filmes brasileiros, você pode questionar se eram filmes cabeças ou não, mas todos eles falam que o último filme que eles foram ver foram filmes brasileiros. E eu arrisco a dizer que foram dentro do programa CPT, que coincide muito com o período que o Coutinho fez aquele filme, dentro das escolas e o programa tá numa fase bombando, entendeu. E filmes grandes sendo vistos, demanda

de vale, enfim, eu ousou a dizer que aqueles depoimentos ali, aqueles alunos participaram do programa, viram filmes no programa. Viram aqueles filmes que eles tavam citando no programa.

Então é isso assim, era um programa que ele saiu, a gente foi aprendendo ao longo desses 5 anos e meio. Só pra você ter uma ideia, você citou duas coisas: Vídeo Interatividade e cineclubismo, isso foram demandas que foram aparecendo. Do 1º pro 2º a SEEDUC, ela tava desenvolvendo Vídeo Interatividade em outro projeto deles o “Turista Aprendiz”, e aí a Delania Cavalcanti, que era uma subsecretaria na época que depois ficou trabalhando em uma outra área da SEEDUC, ela me chamou e falou: “Júlia, eu adoro o CPT, você sabe que eu acredito nesse programa, a força que ele tem, a ousadia que ele tem de trabalho dentro da escola, a liberdade que ele tem, mas eu queria ir um pouco além. Eu queria realmente desenvolver linguagem, eu queria que quem quisesse se aprofundar eu queria dar oportunidade de se aprofundar. O que você acha?” Ah, eu ótimo “Ah, eu tenho aqui essa equipe que já faz isso, vamos fazer?” Vamos fazer. Então era esse tipo de coisa, o que a educação me demandasse, a gente tava aberto a dialogar. Isso que era muito bom assim, a equipe da SEC, da Superintendência do Audiovisual e as equipes da SEEDUC conversavam quase como se fossem uma só, todo mundo defendia o programa junto, todo mundo enfrentava os problemas do programa junto. Essa reunião por exemplo que eu tô te falando dos diretores das escolas, hoje eu vejo, gente, cara que maravilhoso, os diretores tão vindo pra gente, pedir, exigir, vale. Mas na época a gente quase chorou na reunião, não foi uma coisa bonita amigável, foi quase tacando pedra na gente, “que absurdo”, enfim, eu entendo a revolta dos professores e dos diretores, mas felizmente a gente poder se abrir, era bacaníssimo, mas assim a gente saía tremendo da reunião. Caramba, meu deus, como a gente vai fazer? Vamos fazer. A gente tem um problema bom, a gente tem uma demanda reprimida por entretenimento, a gente tem uma demanda reprimida por vontade de ter mais cultura dentro da escola, vamos fazer. Como é que a gente vai fazer? E isso que era legal, todo mundo que tava nesse programa eram pessoas apaixonadas, entendeu. Eram pessoas que “vamos resolver esse problema juntos”, tanto da educação, quanto da cultura, quanto da secretária, quanto da Adriana, quanto minha. Era um programa que quase diariamente passava na minha mesa, porque enfim, falando com não sei quantas mil escolas, não sei quantos mil alunos, distribuindo não sei quantos mil vales, sabe, era tudo muito grande.

### **Você diria que é um dos maiores programas da secretaria?**

Em termos de abrangência te diria que era um dos maiores do governo inteiro, uma abrangência enorme, uma aderência enorme, uma capilaridade enorme.

### **E aí do ponto de vista de gestão vocês fizeram uma parceria com o ICeM, como que foi isso?**

Primeiro a gente teve a Cidadela, que fez o piloto. Da primeira pra segunda a gente achou bom a gente fazer uma pesquisa de mercado e ver o que a gente ia fazer, a gente sentiu que eles foram muito parceiros mas a gente precisava de alguém que tivesse mais robustez, a gente precisa de alguém que tivesse mais conhecimento, mais capacidade de gestão, a gente não sabia quem seria esse parceiro, a gente não sabia nem se a gente ia encontrar um parceiro, a gente fez alguns estudos pra poder chegar... A gente enfim, estudou um pessoal, um instituto que fazia cinema itinerante da Laís Bodansky, o Tela Brasilis, enfim, a gente fez uma pesquisa de mercado com uns 3 ou 4 parceiros, e a gente acabou chegando no ICeM que tinha o melhor preço e a melhor expertise, que eles já tinham feito grandes programas com a Petrobras no Brasil inteiro, Cinema em Movimento, Cinema BR em Movimento, Cinema da Verdade, enfim, tinha zilhões, uma expertise grande, e tinha um preço decente. Tinha uma infraestrutura, por exemplo, eles que ajudaram a gente a criar esse banco de dados, esse sistema de controle de dados, isso foi uma coisa que foi sugestão deles: “olha só a gente vai ter uma meta de distribuição de vale, como meta de retorno de vale, acho fundamental que a gente tenha um sistema de controle, um sistema remoto, que se o Governador quiser acessar esse sistema ele pode”. Então assim, foram sugestões de gestão fundamentais assim, a secretaria ela tava aberta, justamente quando você faz uma parceria público-privada, a natureza de um convenio é um pouco essa, não é igual a natureza de um contrato, a natureza de um convênio é você ter um parceiro da sociedade civil ou institucional enfim, da onde seja, que seja um colaborador, que possa agregar conhecimento e tenha um objetivo comum àquele que o governo tinha, em termos de natureza institucional de como era essa parceria. Então isso foi uma coisa interessante, porque o ICeM tinha uma notoriedade no mercado, no setor audiovisual que as pessoas conheciam, ele tinha

um expertise que dava essa notoriedade pra ele, e tinha massa encefálica, entendeu, pessoas que podiam botar essa visão crítica em relação ao programa. Assim, não tenho o que reclamar de nenhum parceiro que a gente teve, eram relações que obviamente eram muito intensas, porque tendo em vista a grandiosidade do que a gente construía. Mas a gente conseguiu construir sempre relações muito boas, a nossa relação com a Globo Filmes era maravilhosa, claro que nem sempre o calhau me dava o *primetime* da Globo, mas teve vezes da gente ver o CPT passando no intervalo do Jornal Nacional, teve o nosso anuncio passando no intervalo do final da novela Av. Brasil, então assim, a gente realmente teve o que era fundamental que era um calhau grande das replicadoras da Globo no interior do estado. Óbvio que isso também era pra trazer resultado pra eles, mas ok, jamais poderia pagar uma mídia dessa, e era fundamental pra gente se comunicar com meu aluno que tava em S. João do Meriti, por mais que eu tivesse uma equipe grande é caro né, o programa ele tinha que se pagar, ele tinha que atingir suas metas, e mídia é uma das coisas sempre mais caras, como uma boa comunicação é sempre um desafio, mas a gente realmente conseguiu construir isso. Enfim, pessoas competentes também que colaboraram na gestão do projeto. Mas foi isso assim, ao longo dos anos, a gente foi conquistando a confiança das pessoas, essas reuniões com os distribuidores, essas reuniões com os exibidores, acho que realmente as pessoas viram que éramos sérios, a gente queria resultados concretos, porque não adianta ficar lá sentada em cima de um projeto cheio de números, mas sabe assim, a gente não faz nada sozinho, é isso que eu te falei, era um tripé. Precisava das salas de cinema, precisava das escolas e precisava dos filmes, sabe. Então, se esse tripé não tivesse azeitado, se ele não funcionasse, se ele não visse nos gestores e nos líderes de projeto pessoas de confiança era complicado. Acabou que nos últimos anos não tinha um filme brasileiro que fosse lançado que não tivesse junto com a gente, que não fizesse pré estreias exclusivas pra gente, que não fizesse sessões especiais com o diretor com a gente, foi bonito, foram muitas sessões lindas, muitas sessões enormes, que ai a gente também incorporou um pouco o espirito da educação, quando a gente montava esse palco a gente montava assim: alguma escola quer fazer alguma apresentação? Então por exemplo, no filme do Breno, que toda a trilha sonora era feita em cima de músicas do Roberto Carlos, uma escola que ia falou “gente, a gente tem um coral aqui que só canta Roberto Carlos, a gente pode se apresentar?”, então tinha essas coisas assim “ah, a gente tem um grupo de dança que quer fazer a dança do passinho aí, pode?” Pode! A

gente era muito aberto a receber isso assim. Quando o Emilio lançou “A Batalha do Passinho” e rodou em tudo quanto é lugar a escola que quisesse receber e se fazer uma apresentação podia, então a gente não tinha nenhum preconceito em relação a isso e a gente levava essas demandas pras distribuidoras. A maior sessão de todas, foi pra 1300 pessoas [risos] foi no Shopping Guadalupe, no Cine Araújo, eram salas enormes, o conceito dele é um certo conceito IMAX só que não tem esse nome, são telas gigantes, *stadium*, e é genérico digamos, era um IMAX genérico [risos]. Mas eram salas ótimas, maravilhosas, e o total das 6 salas dava 1300 pessoas. E o saguão gigante, a gente montou um palco lá também, foi onde teve essa apresentação do coral, Breno foi, levou ator, enfim, foi o lançamento do “Gonzaga” também, cara, era assim de arrepiar, era muito bonito, tinha uma organicidade assim, a gente queria muito que os alunos se vissem, como o programa era um espaço deles! O espaço não é de outro, esse espaço é do aluno, vá ao cinema! E aí entra uma outra coisa, isso sempre teve nas premissas do programa, a democratização do audiovisual, a difusão do filme brasileiro, se você for ver o termo de referência do CPT desde o primeiro, tem 5 grandes objetivos, que não vou me lembrar agora, um deles era inserção social. O que significa isso? Significa, que, um aluno do Complexo do Alemão pode entrar no cinema de Del Castilho tal qual uma pessoa que vai pagar 20 reais. Isso não é uma coisa automática, isso foi num momento de grande transformação social, ascensão da classe C, essas coisas todas, um *boom* de consumo pra classe C. E que a gente tava dando ali, pra classe C, D, a possibilidade também de um entretenimento gratuito de qualidade. Mas isso não era uma coisa natural, quando você vê um grupo de jovens entrando num cinema muito calados, você vê que eles tão intimidados, a gente viu isso, a gente acompanhou isso. Muitos nunca tinham entrado numa sala de cinema, não sabia como era, eventualmente a gente tinha críticas de grupos grandes que iam ao cinema e faziam baderna, coisa típica! Imagina, sessões no Leblon de filme de férias, óbvio que vai ser uma zorra, entendeu, você vai lá, é chato de ver, eu entendo. Mas assim, não é porque são jovens da classe C, é porque é coisa de adolescente, de ir em grupo, de tirar onda, é catarse.

**A grande diferença da fruição do audiovisual pra esses programas pras pessoas é a catarse, a experiência coletiva, isso era uma premissa pra vocês? A dimensão social do cinema?**

Inserção social, isso estava numa das premissas [do programa], esse jovem ele não frequenta o Cinemark Botafogo, se ele quiser ir, ele vai pegar o vale e ele vai ser aceito. Inserção social no sentido muito amplo, nenhuma promoção é feita de segunda a segunda pra qualquer sessão, o CPT ele era irrestrito. Não existe um programa desta natureza até hoje no Brasil. Ele pegava um vale na escola dele e se ele quisesse ver um filme sábado à noite *prime time* ele era aceito. Isso foi uma conquista, obviamente isso não foi uma coisa que a gente falou pros exibidores e eles aceitaram. O tempo inteiro ao longo dos cinco anos e meio de programa eles tentaram “ah, só de segunda a quinta...” gente, não, não! Tô pagando, não tô te pedindo favor, você tá ganhando, se for ver seu saldo de quantos vales, é uma grana! É uma parceria que a gente tá construindo aqui, se você só for ver pelo lado comercial tô formando plateia pra você. (...) Mas eles entenderam que era importante, eles entenderam que era só filme brasileiro, então na verdade eles sabiam o quanto a taxa de ocupação do filme brasileiro era baixa e a gente ajudava a melhorar essa taxa de ocupação sim. O Ribeiro chegou a fazer um estudo sobre o aumento da taxa de ocupação que o CPT proporcionava nos cinemas dele principalmente no Grande Rio, que era um cinema grande que ele tinha na baixada fluminense, no shopping Grande rio. Então assim, olhando só pelo lado mercadológico, econômico, ele fazia sentido também, e essa também era uma das premissas, oxigenar, subsidiar essa ida. Esse subsidio ele não era à toa, é obvio que era um subsidio a existência dos cinemas de rua no interior do estado, era difícil, é difícil manter os cinemas de rua do interior do estados abertos, das cidades pequenas, e isso conseguia mantê-los, talvez conseguiu manter por mais tempo, não sei quem continua aberto, quem continua fechado mas fato que conseguiu. E mesmo os que tão ai, economicamente ativos e bem, também ajudava, entendeu, porque era o filme brasileiro. O filme brasileiro por mais que tenha 4 milhões e tal, batendo ranking, tem momentos que a sala está vazia, vamos encher essa sala com gente que não vai? Com aluno que não iria ver o filme? Vamos? Que tal? É disso aqui que eu tô falando. Ah, não tem o custo do PMI, gente, não tem ganho 100%. Tô botando uma média desse filme gratuito pra todo mundo no *primetime* da Globo, entendeu? Quem tá perdendo quem? Assim, era um encontro ali de visões públicas, que de uma certa forma, tô falando de um produto, tô falando de uma indústria, que também sim, confluía com uma visão de mercado. Mas isso não é um problema, entendeu assim, era um preço bem acessível abaixo da média, abaixo da média do PMI, era metade do PMI, acho que até

abaixo da metade do PMI né, 4 reais, se for ver o histórico do funcionamento do programa. Mas era um valor né, não era de graça, entendeu. Enfim, e essa experiência mesmo que você falou, inserção social, e de uma certa forma eu acho que o programa deu uma sacudida no ambiente escolar, porque como é que você vai falar pro seu aluno ver cinema, como é que você vai falar pro seu aluno, pro seu professor incentivar a ida ao cinema se você não vai? Se você professor não vai ao cinema, se você diretor da escola não vai ao cinema, se você coordenador acadêmico não vai ao cinema? Então de uma certa forma isso deu uma balançada, o programa, foi oportuno o fato de nesse momento a gente ter a ascensão das comédias, que são muito populares. A gente tem um grande estouro de bilheteria com “Tropa de Elite 2”, que por exemplo só entrou 10 dias depois no programa. A gente fez grandes pré estreias e tal, a gente fez grande exibição do filme em Sulacap, no cinema do Adhemar em Sulacap, com Padilha, foram 5 salas também, enfim, todo mundo, acho que só o Wagner não foi, mas a gente levou o elenco, Padilha foi, foi incrível, mas só entrou 10 dias depois, por causa dessa questão econômica do filme. Mas depois que entrou também né, todos os alunos queriam ver o filme, todos queriam ver Tropa de Elite, que era um filme que se comunicava diretamente com o público jovem, quem não queria ver Tropa de Elite? Então, foi um estouro da boiada, foi uns momentos que a gente “meu deus do céu”. Porque a gente conseguia em alguns momentos ter o filme pro jovem, ter a mídia e ter vale na rua, ter distribuição, entendeu. Porque assim, tinha burocracias do projeto que era: liberação das parcelas, impressão de vale, chegada dos vales no promotores, tinham questões de organização que eram muitas variantes, e alguns momentos que a gente tinha isso tudo azeitado, era incrível, porque com o andar do tempo que as pessoas iam conhecendo o programa era maravilhoso. E aí nesses momentos as vezes tinha “acho que está tendo fraude porque tem muito vale retornando”, gente, eu tô com mídia, eu tô com filme, tem filme pro jovem. Tem vale a mão do jovem, tem filme pro jovem e eu tenho comunicação de massa, o que você acha que vai acontecer, me diz? A gente fazia várias diligências, a gente teve diligência, a gente tinha esse sistema que rastreava, eu sabia quantos vales eu recebia, quanto cada promotor do programa recebia de vale, aonde ele distribuía, aonde esse vale entrou. Ah, ele distribuiu em S. João de Meriti, esse vale entrou no Cine Carioca, esse vale foi distribuído na escola estadual tal tal tal, esse vale retornou no Cine Carioca, no Sulacap, ou ele retornou em Niterói, sei lá, eu conseguia rastrear. Por exemplo no 1º ano do programa, eu consegui rastrear, quer dizer eu não

tinha ainda o sistema, mas eu conseguia ver, por exemplo, Cinemark Niterói é um dos melhores Cinemarks do Brasil né, surreal, é muito incrível. E a gente começou a ver que a adesão de São Gonçalo era muito ruim, mas o Cinemark Niterói era incrível, o 1º cinema do programa, cara, tem gente de São Gonçalo indo pra Niterói, tem, isso tem, eu sou de Niterói eu sei que tem, então era isso e depois que eu criei o sistema eu consegui rastrear, sim, tem um pessoal de São Gonçalo indo pra Niterói.

Então assim, a gente conseguiu desenvolver esses mecanismos de controle de gestão, que eram fundamentais, e até pra realmente a gente ter uma transparência de quando eu chegasse por exemplo, já teve reunião com distribuidor que a gente fez que a gente falou olha, distribuimos tantos vales, a gente tinha um ranking lá, um ranking dos filmes e vales distribuídos e a gente fazia a nossa estatística que é: esse público do CPT representou x por cento do público do filme no Rio de Janeiro, o que pra eles era importantíssimo ver. Mas já aconteceu da gente tá em reunião e chegar o distribuidor e falar “olha só, a gente não recebeu esse relatório aqui do exibidor não”, gente, então você por favor fale com o exibidor, porque eu não sou fiscal, o papel de fiscalização é da Ancine. Acho ótimo que você tenha visto, aquela grande crise que existe entre distribuidores e exibidores de que “será que eu estou sendo roubado?”. Gente, o meu borderô, o borderô que eu aceito, é um borderô que tem que me dizer três coisas, pra eu poder pagar o exibidor: ele tinha que colocar no borderô que o vale foi aceito, seja ele eletrônico ou manual – a maioria no final era eletrônico – tem que vir o vale junto, porque eu não vou te pagar se você não me disser, se ele botou no borderô que vieram 100 vales, eu quero ver 100 vales, a maioria das vezes, os exibidores organizados tavam ok, mas muitos vinham ah, botou 100 vales e chegou 85. “Ah, Júlia, mas eu perdi, esses vales são muito difíceis, na minha gerencia, caramba, perdi 100 vales”. Gente, eu não tenho como te pagar, sinto muito, eu não tenho como te pagar, então isso acontecia. Então assim, tinha exibidor que era super organizado nisso mas tinha os exibidores que as vezes eu recebia um saco de vales e eu, eu digo a equipe, ficava arrumando lá, até pra colocar em lotes e a gente poder contabilizar no sistema, que a contabilização era toda feita por leitura de código de barra, porque imagina ficar digitando número de vale, mas era muito, assim, em determinados momentos quando voltava muito vale ficavam muitas pessoas no escritório contabilizando direto, o dia inteiro passando entendeu. Mas era muito bom, porque nenhum vale repetia, assim tinha mecanismos de checagem muito eficientes, e se tinha algum problema, alguma suspeita de fraude eu reconhecia.

Peraí, se eu visse no sistema que algum vale de 1 a 100 voltou tudo na mesma sessão, peraí tem algo estranho aqui, chama o promotor. Não tô dizendo que aconteceu isso, mas se tivesse acontecido, ou então tinha que vir algum relatório, olha isso aqui foi do fechamento da sessão tal, que a escola pediu, porque eu tinha sessões assim. Aluno tinha 3 modalidades de ida ao cinema, ou ele ia espontaneamente, ou ele ia numa sessão pré agendada, que era o seguinte, olha eu tenho sessões aqui regulares de algum filme brasileiro, numa terça-feira à tarde eu posso fazer uma reserva de 80 lugares porque eu sei que a sala de cinema não vai lotar. Então combinava, com os cinemas, olha você pode reservar 50 lugares que uma turma vai, posso reservar, ele não faria isso pra um sábado à noite, mas pra uma terça a tarde ele faria, porque ele sabia que a taxa de ocupação dele ia ser muito baixa. Ou uma sessão agendada mesmo, que era uma sessão de manhã, que era exclusiva, a sessão não aconteceria se não fosse com exclusividade com o programa. Essa era que os exibidores menos gostavam, porque eles iam ter um custo adicional de abertura de cinema, e marcação do filme num momento que não tava na programação. Mas algumas excepcionalidades tinham que acontecer, porque por exemplo, uma sessão pra DEGASE, que eram alunos que tavam em reclusão, só podia ser assim, e teve muitas. Um dos cineclubes é lá, e é um dos mais ativos, tem uma escola dentro do DEGASE, a escola pediu pra participar das seleção, e a gente: imagina, é uma honra pra gente tá dentro do DEGASE. E foi um dos cineclubes, a gente abriu dentro do DEGASE. E aí as sessões com o DEGASE eram um pouco tensas, porque as vezes algum juiz liberava a ida dos meninos, e no dia seguinte um outro juiz embarreirava a saída deles, então era muito tenso mas a gente sempre tentava, toda vez que era solicitado a gente tentava fazer, inclusive a gente até incentivava. Inclusive a gente levou muitos diretores, por exemplo a sessão da “Batalha do passinho” dentro do DEGASE foi linda, a Betsy de Paula levou o filme dela, foi bacana.

**O Cinema da Cidade você ainda tava na secretaria né? Como foi isso, foi uma ideia que partiu de vocês?**

O CPT foi ensinando a gente algumas coisas, como a gente viajava muito pra ir nas sessões pra acompanhar como o projeto tava indo nos municípios, pra fazer checagens também, a gente ver os relatórios que a gente recebia como era na pratica, enfim, gestão mesmo.

Os cinemas no interior eram caquéticos, eu entendia porque as pessoas não queriam ir ao cinema em Valença, era o uó do borogodó, era muito ruim assistir, não tinha ar condicionado, uma luz horrorosa destampada do degrau, um som horrível, uma projeção nas ultimas, então assim, um filme que chegava super atrasado. O que eu vou fazer nesse cinema? O que os alunos iam ver nesse cinema? No final de 2009 a gente ia ter um recurso adicional e não era muito, talvez algo em torno de 1 milhão, não 600 mil reais, bem, algo nesse volume, menos de 1 milhão talvez, e a secretaria fazendo a divisão dos recursos sobressalentes e perguntou pra superintendência assim: alguém tem alguma proposta. E naquele momento minha sugestão foi assim: fazer um prêmio adicional de renda dos exibidores. É obvio que eu tenho que fortalecer a partir da cadeia que é de distribuição, mas se o meu interior, meu deus do céu socorro! Então a gente criou o Prêmio Estímulo a Exibição do estado do Rio de Janeiro, PEC. Esse era mais ou menos baseado no que era o prêmio adicional da Ancine, e a gente customizou pra realidade do Rio de Janeiro. Qual era a realidade? Realmente, complexos até duas salas, mas a gente criou outra variável que, a gente fez uma formula que a pontuação era assim: se ele fosse único na cidade ele ganhava mais um ponto, ou se ele fosse o único no bairro ele ganhava mais um ponto, ele tinha que ter cumprido a cota de tela. Mas se ele fizesse 20% a mais da cota de tela, que ai era um incentivo a participar do CPT, a ter sempre filme brasileiro em cartaz, ah, porque tinha isso, em alguns momentos Friburgo não tinha nenhum filme em cartaz brasileiro, e como é que eu controlo isso? Eu sou uma secretaria de cultura não tenho o menor controle de mercado sobre isso né “Ah, mas Julia, eu já bati a minha cota de tela, agora daqui ´pro final do ano minha filha, só *blockbuster*, é o meu momento de fazer dinheiro”, eu vou dizer o que? Então era uma forma de estimular que eles sempre tivessem filmes brasileiros em cartaz, então a gente conseguiu com o PEC e com a desoneração fiscal conseguiu colaborar pra digitalização do parque exibidor. Se você for hoje no cinema de Valença você não vai acreditar no que eu acabei de te narrar. Transformaram uma sala em duas, digitalizaram a sala, reformaram o saguão, o cinema ficou uma graça, outro cinema, com ar condicionado. Usando os recursos do PEC, do prêmio adicional de renda do estado do Rio de Janeiro. E aí, alguns usando também o mecanismo de digitalização, por exemplo, o Ricardo Selles que era o dono da Cineshow, ele por exemplo ele não esperou esse contrato com a Quanta/GDC, ele foi digitalizando o parque inteiro dele com os incentivos que o estado deu, com os prêmios adicionais, com o prêmio adicional de

renda federal, entendeu, ele foi fazendo com esses mecanismos aí, e quando teve a assinatura com a Quanta ele já tava quase todo digitalizado, e as condições do contrato são condições complicadas, então pra que que ele vai entrar nesse contrato se ele tem capacidade de fazer tudo sozinho? Então por exemplo é um caso a ser estudado.

Então o que eu tô querendo te dizer é que o CPT abriu os olhos da superintendência pra problemas muito típicos do estado do RJ, ninguém saberia fazer aquilo se a gente não tivesse ido a campo, se não tivesse visitado, entendeu. Foi uma sensibilização que um programa fez e que ajudou realmente parte dos exibidores a melhorarem realmente.

**Você tem um programa bacana como o CPT e chega um momento que ele não tem continuidade por falta de financiamento, por exemplo. Então como você vê isso na época que você tava na secretaria? Fazer uma política de Estado e não de governo.**

Bem, era uma preocupação sempre. A gente trabalhava uma verba que vinha da educação, era descentralizada pra cultura. A pasta da educação é a segunda ou a terceira mais rica, sempre em todas as esferas, então a gente sabia que tinha um risco muito grande desse programa ser cortado, óbvio. Mas a gente sabia que dentre as condições que a gente construiu ele, tinha uma inteligência ali pra que esses recursos não faltassem, mais obviamente as escolhas dos recursos é um ato político, um ato discricionário, você coloca onde você quer o seu excedente, ou enfim, alguns secretários aderiam mais ao programa que outros. Infelizmente isso aconteceu, a gente dependia que o secretário de educação vigente entendesse a importância do programa e liberasse a verba que era dele. Até porque assim, não era um programa da cultura, era um programa que o público alvo era o estudantes dele, mas se ele tivesse em determinado momento outras metas e eu entenderia, eu entendo, se existem outras metas, o programa está automaticamente cortado, e não é um programa barato. Se você quer realmente fazer uma adesão boa, do seu público, né na maioria das escolas, em alunos e professores, isso quer dizer que você tem que ter muito vale na rua, isso vai significar que também que você tenha muito muito retorno de vale e ter muito retorno de vale significa que você vai ter que pagar mais. Significa que você tem uma equipe grande trabalhando pra isso, enfim, significa que você tem custos. Então, o que a gente tentava ver era como esse programa podia ficar independente da gente, os cineclubes

foi isso, o cineclube tinha esse objetivo, era tentar chegar onde o cinema comercial não chegava. A grande verdade é que mais municípios do que os municípios que tinham cinema pediam pra ir no CPT, porque as escolas elas tem verbas pra alugar um ônibus, elas tem alguma verba, algum jogo, pra poder viabilizar idas, por exemplo que é do interior vem pelo menos uma vez por ano pra capital, tem eventos, enfim eles tem, aquela coisa que dependendo da idade da educação todo mundo vai pra Petrópolis pro museu imperial. E eventualmente algumas escolas pediam pra ir no CPT do cinema mais perto, isso acontecia com frequência. Mas a gente viu que a gente podia realmente desenvolver essa questão dos cineclubismo, tinha uma pedida muito grande dos cineclubes, e além disso tinha os pedidos das escolas de quererem ser cineclubistas, que era o mais importante. Não adianta eu falar “ah, cineclubismo é legal” se nenhuma escola quer aderir, mas elas quiseram.

E a outra coisa era um pedido que foi recorrentemente nosso e que nunca foi muito bem, como é que eu vou te dizer, incorporado que era o programa CPT entrar no programa político pedagógico da SEEDUC, eu não me lembro se ele chegou a entrar, não foi só um pedido da secretaria, tiveram outros pedidos internos mesmo, e eu nunca tive conhecimento se ele chegou a entrar. Mas obviamente isso também são coisas discricionárias, você pode botar lá formalmente e não dar dinheiro, então também não adianta. Mas o principal que eu vejo era assim a gente ter uma adesão, ter uma relevância dentro daquela rede, entendeu? Não adianta assim, dá resultado pra rede? É importante pros alunos, pros professores, pras escolas? Faz sentido pra essa comunidade? Faz sentido. Todas as vezes que eu fazia diligencias, que eu ia pessoalmente, não só eu mas outros grupos também, essa sempre era uma pergunta assim: professora, diretora, o CPT é relevante aqui pra sua escola? Faz sentido ele tá aqui? Você vai ao cinema? Seus alunos vão? Tinham depoimentos incríveis, tinha depoimentos realmente emocionantes, eu lembro muito claramente de uma dessas conversas que a gente foi em uma escola de S. João de Meriti a diretora falou assim “Júlia, você pode olhar aqui ao redor, não tem nenhuma atividade cultural ao redor da nossa escola, nenhum, no raio de muitos quilômetros você não vai encontrar nenhum equipamento cultural, você não vai encontrar nada, a única coisa que a gente tem é a ida ao cinema. E eu vou ser bem sincera com você, quando vocês começaram com essa coisa de cinema de vale, eu achei que isso não fosse acontecer, que isso não fosse funcionar, o cinema mais próximo que a gente tem aqui é o de N. Iguaçú...” sei lá, ou é

o Grande Rio enfim, não me lembro agora se é o N. Iguaçu ou o Grande Rio, “... só que esse cinema não é o cinema do meu público, é um cinema de elite, e eu não se uma vez que funcionasse, que o vale chegasse até nós, eu não sabia se eles seriam aceitos no cinema. Eu vou ser muito sincera com você, eu achei que ia todo mundo voltar pra casa, eu inclusive pessoalmente pedi pra ir, pra testar, esse vale vai ser aceito? Eu queria me preparar, porque a minha ideia é de que ninguém ia entrar e eu ia ter problema, essa era minha ideia, e a minha surpresa é que eu fui e entrei e vi, e todo mundo começou a ir e vai é legal e é a única coisa de cultural que eu posso oferecer pros meus alunos.” Claro, que tem manifestações dentro da própria escola, claro que tinham manifestações regionais, claro que tem, mas assim institucionais, mas eu entendi o que aquela diretora tava tentando falar comigo, um programa de cultura institucional, do governo, era só aquele, que chegava ali pra ela, era só aquele. Então assim, quando eu penso nesses depoimentos que me dá uma grande tristeza de não ver isso continuando. Essa diretoria entendeu a importância que tinha pro trabalho dela inclusive, de complementação educativa formal e ela era muito colaboradora nisso, ela mesmo ia, ela gostava de ir, ela via a importância. Então assim, isso pra mim é a coisa mais triste assim de pensar, que realmente eram pessoas que só iam porque tinham vale e não tem mais. Mas ao mesmo tempo também a gente conseguiu, enquanto durou, a adesão foi grande, construímos uma adesão, conseguimos que o programa tivesse uma adesão grande, conseguimos trabalhar essa comunicação, foi um divisor de águas quando a gente entendeu como que tinha que fazer certo. E muitos filmes bons, muitos alunos, felizmente muita gente foi atendida durante 5 anos e meio graças a deus, entendeu. Então também não temos do que reclamar, e também muito cá entre nós, tá aí o programa, então se o estado não faz mais outros esferas podem fazer sabe? Outras entes, outros patrocinadores, tá aí, tá aí aberto pra outras pessoas. E é bom que a sociedade também possa replicar, não fique na mão de uma única instituição, é isso que eu acho também, não só no Brasil, mas em qualquer lugar do mundo você ter possibilidade de ter continuidade, ninguém é dono de um programa, ninguém é dono de uma política pública assim, ela existe justamente pra ser difundida na sociedade ser incorporada, então outras pessoas podem patrocinar, você tá estudando, a academia está olhando pra esse programa, é interessante. Acho isso também, não é só ah, o governo do estado, tudo bem, não tem, mas alguém outro foi lá e falou “oi, quero continuar”? Ninguém fez. Acho que como programa de difusão com valor acessível, popular, de massa, eu

diria que é o que? O “Dia do cinema brasileiro” do Cinemark, que mais? Não sei dizer se tem outro, entendeu, assim, pra massa, pro grande público, não sei porque que SP não continuou o Vá ao Cinema. E é isso mesmo que você falou, da continuidade da gestão, mas eu também sou otimista de achar que as coisas podem acontecer se as pessoas quiserem que elas aconteçam, e felizmente a gente conseguiu também deixar documentos que explicassem o que é o programa que hoje você pode estudar, tem memória... O Filme B chegou a fazer uma edição especial da revista, fazendo uma avaliação mais de mercado, isso é bom esse reconhecimento de que era algo feito com muita dedicação e com resultado, porque não adianta falar de uma política pública que não tenha um resultado concreto, isso era uma busca que a gente sempre tinha, felizmente a gente tinha parceiros que sempre exigiam isso “beleza, eu tô dentro mas eu quero resultado”, isso pra gente era muito bom, porque isso sempre fazia a gente caminhar pra frente e a gente não tinha do que reclamar assim, tinha muitos desafios mas a gente se unia e conseguia superar, isso era muito bom.

Voltando ao cinema da cidade, quando a gente viu que tinha essa possibilidade, e a gente tava muito sensível a esse parque exibidor em frangalhos que existia, cara, o diagnóstico da primeira vez que eu levantei o parque exibidor do estado e comecei a viajar e ligar para as pessoas e ver que tinha cinema pirata, gente, em frangalhos, cara, que parque exibidor é esse? E quanto eu comparava com o Vá ao Cinema com aquela pujança que é o interior de SP, é outra coisa, era realmente de cortar os pulsos. Aí a desoneração fiscal, o PEC, e aí também quando eles começavam a se formalizar, por exemplo, tinha um exibidor que eu fui falar “e aí, você é registrado na Ancine?” e ele: o que é Ancine? E aí também a gente falava, gente, você sabe que você pode ganhar um dinheiro se você tiver formalizado? Você pode reformar o seu cinema. Tinha um lugar, perto de Varre Sai, do lado de Itaperuna, já é um sotaque do Espírito Santo, quase na divisa, o cinema mudou, era um cinema horroroso, mudou. Aí o exibidor falava “nossa Júlia, agora que a gente fez essa reforma as pessoas vem elogiar, nossa era feio mesmo né?”. Não eu lembro que quando eu entrei na sala de exibição dele eu falei: Jorge, você vai me prometer que se você ganhar o Prêmio Adicional de Renda você não vai reformar nem o salão, você vai reformar sua sala de projeção, isso aqui vai explodir cara! Cheio de gato, cheio de fio, falei, você não tem medo de isso aqui lamber não, de ter um incêndio? Cara, sério, era uma coisa assim, que você fala assim: meu deus, como é que isso existe. Sucata, sucata, uma loucura. A realidade, você ver a realidade, você

tá no gabinete, você saber que você tem um poder de realização, de política, mas você não esquecer quem tá na ponta, você ver a cara do cara que aquela política vai... Isso pra mim foi muito rico.

Ah, e aí não contei do Cinema da Cidade. Então assim, a gente vendo essa realidade muito dura e principalmente que só um terço do estado tinha cinema, e quando a Ancine lança esse programa a gente viu que existia um programa diretamente ligado pra municípios sem cinema até 100 mil habitantes, e poderia ser verba tanto do orçamento quanto verba de emenda parlamentar. Aí a gente falou, cara, vamos falar com a bancada do rio do senado e do congresso, e a gente falou, foi uma experiência bem única você falar com os deputados, conhecer a câmara dos deputados, o senado. A gente conseguiu uma emenda do senado, do senador Regis Fischer, que tava lá na época no final de mandato, então ele conseguiu destacar isso pro Rio de Janeiro, aí tinha um casamento de recurso de verba do estado e aí acho que a gente conseguiu 12,5 milhões pra começar esse projeto que é um dinheiro que fica depositado numa conta da Caixa Econômica Federal.

É complexo mesmo, mas é interessante, porque a Ancine colocou um agente no meio que é CEF, que tem experiência com obra, e que tem expertise de gestão também de grandes projetos. Então foi interessante porque, a gente tinha ali uma ajuda na gestão mesmo, eles faziam projeto técnico, projeto básico, projeto executivo, que eu particularmente nunca tinha tido uma experiência dessa e foi muito bom porque eles tinham os técnicos que trabalhavam muito em parceria com a gente pra gente formatar os termos de referência. Foi interessante assim, e eles tem lá os mecanismos de gestão, que são muito restritos, mas ao mesmo tempo funcionam, então foi assim. Mas o que eu achei interessante foi que a Ancine entendeu que pra esses municípios pequenos que tem uma problemática muito grande que é uma falta de orçamento do município em si, mas essa cidade tendo um parlamentar em Brasília, esse parlamentar tem a possibilidade de fazer emenda pra aquele município de origem. Então ela entendeu que isso existe e deu essa possibilidade no orçamento pra ter esse destaque pro programa, então assim, quando a gente foi falar com os deputados a maioria nunca tinha ouvido falar, a Ancine tem lá o seu assessor parlamentar em Brasília que ajudou a gente com isso, ele conseguiu junto com o nosso assessor parlamentar colocar isso numa pauta no congresso que a gente apresentou, foi isso então. Foi interessante, conhecer esses

mecanismos e poder incorporá-los na política, né. Então acho que nisso a Ancine foi muito prática, muito eficiente, em reconhecer da onde outros recursos, que não sejam só oriundos do cinema e da cultura poderiam também os programas se valer desses recursos, então acho bem interessante em termos de estratégia de viabilização assim. Agora, fazer obra e licitações, é muito complicado, é muito moroso, não tem nenhum cinema pronto ainda, embora se lute pra que eles fiquem prontos logo entendeu. E aí no meio do caminho você tem mudança de prefeito, você tem mudança de secretário, é uma costura difícil assim, entendeu. E o primeiro a fazer sempre vai bater cabeça, mas até que a gente conseguiu ir bem, porque a CEF tinha muito traquejo nisso, mas a Ancine andou muito, ela tinha um projeto básico com os estudos, a gente tinha ABNT dizendo quais eram as regras, tinha da onde partir. No estado do RJ era a secretaria que tava fazendo que tinha uma superintendência do audiovisual, que de uma certa forma tinha um expertise, mas e se fosse em Passa Quatro? Ah, beleza consegui um destaque aqui de uma emenda parlamentar, mas e aí, e agora? Quais os parâmetros pra fazer uma licitação? Aí a Ancine tinha lá uma cartilha de um projeto meio modelo pra ser customizado pra cada terreno, pra cada área. Mas muito bem feito assim, muito bacana esse projeto, muito legal, e todo correto em termos técnicos. Mas eram muitos projetos, muitas coisas que a gente fazia pela primeira vez, a própria parceria com a Ancine, eu não sei hoje, mas na época acho que foi o primeiro estado que fez um acordo de cooperação com a Ancine. Por exemplo, quando a gente foi criar o PEC, quando foi criar esses projetos, era bacana que a Ancine prestava uma ajuda pra gente, ah, vamos destrinchar essa fórmula, vamos tentar trazer esse projeto pro estado, ah, mas você esbarra nessa questão, você esbarra nessa outra. Ah, como você vai instrumentalizar um prêmio no estado do RJ sem uma lei no estado do RJ que institucionalize um prêmio? Não, peraí, você tem um acordo de cooperação com a Ancine, o secretário tem o poder de legislar e pode fazer uma resolução e instituir esse prêmio, sabe? Você tinha que ter uma assessoria jurídica também que te desse respaldo jurídico das coisas que você queria fazer e esse foi legal que a gente conseguiu.

## **Apêndice D**

Transcrição de entrevista realizada em 04/05/2015 com Felipe Lopes (Coordenador de Difusão e Acesso da SEC)

### **Quando começou o “Cinema Para Todos”?**

Felipe Lopes: Eu estou aqui desde 2011, posso checar pra você quando começou, acho que 2008 ou 2009, não tenho certeza. O que acontece, com a gestão da Adriana Rattes em 2008 foi elaborado o programa Rio Audiovisual e a partir daí definidas ações que iriam nortear a política de audiovisual, inicialmente a primeira gestão da Adriana Rattes, o primeiro governo [Sergio] Cabral e acabou seguindo pros dois. Então não sei se o programa foi implementado já em 2008 que foi quando esse grupo de trabalho preparou o documento ou se ele entrou em ação em 2009, depois posso checar e te mandar por email.

### **Esse grupo foi criado no âmbito da secretaria?**

Foi, isso tudo é história contada não história vivida[risos]. Foi um grupo com notórios do setor, era coordenado na época pelo Gustavo Dahl, tinha representante de distribuidor, tinha o Bruno Wainer, tinha se não me engano o Leonardo de Barros pelos produtores. Vou te dar uma lista de coisas pra você me pedir por email porque isso tudo tem documentado e posso te dar com muito mais confirmação até porque tem o histórico de Diário Oficial dessas nomeações. A partir daí foram definidas algumas estratégias para área de cinema, e disso se desdobraram coisas como o PEC, que também é política de exibição, que é o prêmio estímulo de exibição de cinema até 2011 e o Cinema Para Todos também.

### **Então você não tava aqui quando fizeram o primeiro ainda?**

O primeiro não, na verdade eu entrei aqui na mudança da segunda pra terceira.

### **Então vamos falar da segunda pra terceira.**

Eu posso falar das primeiras! Eu tenho alguns dados assim.

## **Como foi a primeira experiência?**

A primeira experiência foi uma experiência um pouco piloto, no sentido de recursos e tudo mais. Desde o início foi uma parceria entre a Secretaria de Estado de Cultura com a Secretaria de Estado de Educação, era um programa parceiro pelas duas. Enquanto financiamento se a gente fosse pensar um programa financiado pela cultura com o que a gente tem de média anual de recurso ele não seria pago. A gente nunca chegou a um recurso direto anual pra ações de audiovisual ao valor que é o Cinema Para Todos, a última edição por exemplo ela passou de 10 milhões. Esse recurso vem descentralizado da educação, que tem enquanto verba muito mais que a cultura, tem orçamento garantido por lei. Era uma ação estratégica a Secretaria tinha recurso descentralizável e a gente executava através de instituições conveniadas, à época. A primeira edição foi a Cidadela e a segunda e a terceira foi com o ICeM, que é o Instituto Cultura em Movimento. A primeira edição foi bem enxuta, acho que não chega nem a 1 milhão de reais, o período dela é bem menor, as ações também são reduzidas, ela é mais focada no carro chefe que é a distribuição de vale ingresso que, não é como foi a última que tem a implantação de cineclube nas escolas, todas as atividades paralelas e tudo mais. Mas foi fundamental pra ver qual seria a resposta até porque já tinha experiências de políticas semelhantes em outros estados e que o próprio setor não recebeu tão bem, porque enquanto ação o que a gente ouve muito é que essa política, por tratar de cinema e por ter tantos agentes envolvidos, que não é só SEEDUC, SEC e alguma instituição que opera. Tem que ter relação com os exibidores através dos sindicatos e com cada um deles que fazem adesão ao projeto, tem que ter relação inclusive com os distribuidores, eles não entram diretamente, a gente não tem um termo com distribuidora, mas enfim existem conflitos do tipo distribuidor que não quer que na primeira semana do filme ele participe do programa. Então o que acontecia na época a Júlia[Levy, Superintendente do Audiovisual da SEC de 2008 a 2014] ia pra São Paulo ter reunião com os exibidores junto com a diretora do ICeM, pra poder explicar o que era o programa, enfim isso tudo é uma articulação muito grande pra chegar o que chegou na última edição que acho que foi a maior de todas com mais 1 milhão de ingressos.

### **Quais são as ações do programa? Elas já estavam presentes desde a primeira edição, mesmo que incipientes?**

As quatro ações que hoje compõe o Cinema Para Todos são: a distribuição de vale ingressos para os alunos da rede estadual, cada aluno de estudante escola estadual de cada um dos 27 municípios que tem cinema que participam do programa, na verdade no Rio hoje tem 28 municípios com salas de cinema, desses 28 só Cabo Frio não participou. O exibidor de lá é independente ele falou que não queria participar, enfim, não é compulsório. Esses 27 municípios, todas as escolas de cada município recebe um agente que entrega pra cada aluno do ensino médio[dois ingressos], na verdade o 9º ano também incluído, do 9º ano até o 3º médio, mais os estudantes do EJA[Educação de Jovens e Adultos], pra ver qualquer filme nacional em cartaz na rede parceira, na rede que adere o projeto, qualquer filme nacional, em qualquer dia, em qualquer horário, não são sessões específicas nem nada disso. Então tem uma questão da inclusão que eu acho que é um diferencial que não é incluir ele no cinema no sentido de “você vai ao cinema”, não, você faz parte dessa parcela da sociedade que consome o cinema assim como ela e não segregado, acho que foi uma tecla que foi batida muito forte pra dentro do projeto. Além disso, dos dois vale ingressos que recebe, tem sessões agendadas, tem oficinas de vídeo interatividade, onde os alunos eles recebem uma formação inicial para o audiovisual e produzem um curta-metragem, tem encontros pedagógicos com os professores para eles utilizarem o audiovisual em sala de aula como um meio para o aprendizado. Isso acho que até pra sua, não sei como tá sendo seu estudo vou dar pitaco nele, tem uma coisa que a gente viu que é muito complicado de se trabalhar. Tem a lei de colocar cinema em sala de aula, vim de Búzios esse ano, agora, fui passar Besouro, e uma professora de geografia pediu pra tirar o filme porque tinha cena de religião afro-brasileira, e aquilo dali não era coisa de Deus. Então assim, o encontro pedagógico com o professor é uma questão fundamental nesse sentido, porque a intolerância religiosa tá presente nos formadores, então isso é muito complicado. E tem os cineclubes nas escolas, essa ação é mais recente, entrou na 3ª edição: 30 escolas, através de uma chamada pública onde as escolas se inscreviam, foram selecionadas pra receber equipamento, treinamento de representante da escola pra poder tocar o cineclubes e acervo da programadora brasil, eram 120 e poucos programas.

## **Encontros pedagógicos com os professores é capacitação dos professores pelos agentes da SEC?**

Do professor, pela instituição que contrata alguém pra realizar isso.

## **O vale ingresso é só pra filme nacional?**

Só nacional, no cinema só nacional. O que a gente já fez com filme estrangeiro foi sessão agendada, se não me engano Hugo Cabret já teve uma sessão agendada, que era o programa específico de memória do cinema, não tenho certeza se foi Hugo Cabret. O que eu tenho certeza foram filmes dinamarqueses, e já teve encontro com outras embaixadas, pra ter circuito, não nos cinemas mas nos cineclubes, os cineclubes além de receber o arquivo da programadora Brasil com 128 programas, receberam também filmes de outras nacionalidades a partir de parcerias com as embaixadas, então foi feita uma curadoria com a Dinamarca, foi feita com a França e com Argentina, então nesses cineclubes tem uma filmografia mais variada enquanto linguagem, pra parte de cinema o recorte é só nacional.

## **E essas sessões agendadas partem de quem?**

Parte das escolas, elas que pedem. Talvez o que não tenha coisa voluntária da escola seja a de abertura do programa. A de abertura é uma coisa grande...

## **Tem uma dimensão de quantos ingressos são?**

Por edição cada aluno recebe 2. Parece que é pouco mas são mil e sei lá quantas escolas e dá quase 2 milhões de ingressos distribuídos. O retorno é cerca de 40%, nessa última edição chegou a passar de 1 milhão se não me engano, foi 1,5 milhão. Eles recebem 2 mas podem receber mais, a obrigação dessa empresa que faz a operacionalização é circular e todo mundo recebe 2 e eles tem uma base onde as escolas podem demandar mais, então tem escolas que alunos recebem 6 porque vão demandando, isso depende muito da demanda também.

### **Isso tem impacto orçamentário essa demanda extra?**

Sim, tem. O que acontece, esse ingresso ele é subsidiado, pra cada ingresso utilizado sai desse recurso total do convênio SEC/SEEDUC que é de onde vem a dotação pro programa. Na última edição foi R\$ 4 depois foi ajustado pra R\$ 4,50 por ingresso pro exibidor. Então de 1 milhão [de ingressos], são R\$ 4,5 milhões só de ingresso.

### **E sobra ingresso?**

Sobra no sentido que nem todo mundo usa, a taxa de retorno é de 40/50%.

### **Tem algum tipo de retorno dos alunos, pesquisa nas escolas do que os alunos acham?**

Teve uma pesquisa encomendada pela SEEDUC, na verdade foi uma avaliação... O que tenho de memória da última gestão é que a secretaria abraçava muito a ideia, talvez muito por questão política e tudo mais, mas tinha uma serie de pessoas que questionavam se isso era importante, se era uma ação de educação propriamente dita, isso é muito complicado, você ter que justificar sempre que isso é uma ação de educação junto com cultura, não é cultura exclusivamente, não é educação exclusivamente, as coisas andam juntas... Então a SEEDUC ela encomendou uma pesquisa qualitativa[sic], e ai foi incrível, acima de 90% dos alunos aprovam e queriam a manutenção do programa, ela é muito detalhada. Com os alunos e professores também, os professores também apoiam, mas é muito engraçado que a gente tem relatos, tem uma professora que faz parte do nosso comitê gestor de formação e capacitação, essa professora trabalha hoje na SEEDUC na parte da gestão mesmo, mas era professora de sala de aula. E ela participou da oficina, porque a oficina são 10 ou 12 alunos com mais um professor e quando ela voltou a direção da escola que ela trabalhava reclamou que ela não tava trabalhando, ela falou “não, eu tava trabalhando, tava na oficina com meus alunos[risos]”. Enfim, tem todo um jogo de forças aí, por exemplo: tem uma linha que gostaria que tivesse trabalho junto com os filmes, que tivesse que fazer trabalho pra escola. Nossa ideia é valorizar o audiovisual em cima dele mesmo, ele pode ser utilizado como meio mas ele não tem que ser ferramenta para outra finalidade, o fim é o produto audiovisual.

## **Qual o impacto pro exibidor?**

A última edição acabou em maio do ano passado[2014], a gente tá estudando como voltar esse ano, até porque com esse corte orçamentário a SEEDUC sinalizou que não tem recurso nesse exercício pra voltar do tamanho que é, então o que a gente tá buscando é uma proposta de ser um projeto como é a Favela Criativa que tem patrocinador mesmo sendo projeto de governo, no caso a Light ela deduz do imposto pra poder apoiar um programa que é muito grande. Mas, pro exibidor, como eu disse o primeiro impacto é o dinheiro propriamente dito. Existem dois lados, nada é tão preto no branco, o que acontece: por um lado foi injetado mais de R\$ 5,5 milhões em cima desses ingressos? Foi. São R\$ 5,5 milhões de renda na exibição, tudo bem que tem a parte que ele vai tirar pro distribuidor e tudo mais aquela lógica de mercado exibição/distribuição normal, mas tem impacto significativo. Pro interior isso é fundamental? É fundamental. O diálogo com o sindicato dos exibidores do estado do RJ é um diálogo muito mais caloroso, até de querer a volta, do percentual que isso impacta na própria política. O cinema de Bom Jesus do Itabapoana, tudo bem que era uma época que também tinha o PEC, mas analisando 2008 a 2011 o crescimento de público foi de 5 mil e pouco de público por ano pra 30 mil por ano. Obvio que isso é um caso extremo, o que acontece também muito é porque é um público que num primeiro momento ele é não concorrente, parte-se do princípio de que é um público que ele não, na sua grande maioria, a ideia de formar público é pensar que não é um público que iria na sua totalidade de forma espontânea. Então a partir dali ele vai criar um habito pra voltar, então tem essa lógica de buscar para muitos é a primeira vez no cinema, caso não seja, ampliar o leque ou então trazer pra um filme nacional o que poderia estar indo pra um filme americano tem todo esse pensamento. Isso pode não ser bom quando tem um blockbuster nacional estreando, foi que eu te falei que a distribuidora não queria, porque é concorrente, quando você coloca pra todo filme sem restrição nenhuma, um filme que vai lotar sala ele vai lotar sala com preço médio de 13 reais e não de 4,50. Tem uma questão muito complicada ainda com o preconceito de classe, o caso de Cabo Frio era um pouco isso: “não, nosso cinema é focado pra classe A e B de Cabo Frio”, então tá, o que eu posso responder pra isso? A atividade é privada... A gente tem isso com alguns cinemas da Zona Sul do Rio, a adesão é parcial. Quando a gente chega na

Zona Norte, Zona Oeste, no interior, na baixada a adesão é muito maior do que comparado a Zona Sul. A mesma rede não coloca um cinema em bairros, vou colocar genérico assim, além Botafogo e coloca um outro que tá talvez no subúrbio. E aí por mais que não seja aberto o discurso, é obvio, ou pela menos fica muito claro o motivo.

**O exibidor também tem esse poder, de aderir pra alguns cinemas e pra outros não?**

Sim. No geral a maioria adere total, enfim Kinoplex adere quase totalmente, a rede CineShow que é a principal do interior adere total. Última conversa que a gente teve muito por alto assim, interior quase todo, e aqui na capital a gente já começou a falar com quase todos só faltava falar com UCI e com Cinemark porque como ainda não tava nada assinado... Mas enfim, todas as redes entram, a gente não teve ainda uma rede que não entrou de forma nenhuma, melhor que ela entre parcialmente do que de jeito nenhum, a gente tenta sempre que entrem todas.

**Vocês tem alguma outra política de difusão do audiovisual além do Cinema Para Todos?**

Tem um programa que ele tá agora, contrato assinou 30 de dezembro de 2011, que é o Cinema da Cidade, que é o programa da Ancine, uma das sublinhas do Cinema Perto de Você. O estado do Rio ele foi o primeiro a assinar um convênio com o governo federal, com a Ancine através da Caixa. E a gente já assinou 2 contratos de repasse, não me pergunte porque dessa loucura, me pergunto todo dia o por que dessa loucura. Assina um só com 8, não, assina um com 5 e depois outro com 3[risos]. O primeiro contrato são 12,5 milhões pra construção de 5 complexos de cinema e o segundo é um de 6,125 milhões pra construção de 2 e reforma de 1. É uma chamada pra prefeituras, com terrenos públicos, que não tenham cinema, o recorte a época é de 20 a 100 mil habitantes pra construção de um complexo de 2 salas de cinema com exibição digital, então é um programa muito grande enquanto recurso, muito grande enquanto coisa a se fazer porque mexer com obra é muito mais difícil, traz muito menos visibilidade do que levar 1 milhão de alunos ao cinema, quando abrir aí enfim tem a festa na cidade, mas

até lá é muito cimento! A gente na primeira seleção que tá iniciando agora no 2º semestre, tá entregando o projeto executivo de arquitetura, foram selecionados São Fidelis, Codeiro, Rio Bonito, Saquarema e São Pedro da Aldeia. Na 2ª foi Miracema e Seropédica pra construção e Bom Jardim já tinha o Cine Bom Jardim, que não só não tava em atividade como o projetor era em 35mm. Então, na verdade já tinha tido uma reforma muito grande pra recuperação, porque tava caindo aos pedaços um daqueles cinemas históricos, já tinha reformado toda uma parte de cadeira e tudo mais, não tinha ar condicionado... Tem que ter algumas reformas de acessibilidade, de reforço elétrico e a digitalização então ele entrou nessa categoria reforma, então essas 8 cidades vão ter cinema.

### **E depois as prefeituras que vão gerir esses espaços?**

Não, é um pouco a mesma lógica do que é o Laura Alvim, que é um espaço do estado e um do que é o Cine Carioca que é fazer uma licitação pra uma empresa operar, que o estado faz. Aquisição de equipamento também, obra também, a prefeitura entra com o espaço, ela praticamente é selecionada no edital, ela faz a cessão de uso do espaço.

### **Só pra lugares que não tem cinema?**

Sim. Municípios de 20 a 100 mil habitantes que não possuem cinema.

### **Dentro da SEC esse programa ele tem algum destaque? Entre outros programas de outros setores, como teatro...**

Porque ele não é um programa de difusão na verdade. Ele é um programa que tá dentro da área de difusão, mas porque assim, não sei como você vai conceituar isso e eu não sei como conceituar isso, fazendo uma crítica interna, eu trabalho em um órgão que não tem regimento interno. Por exemplo a minha coordenadoria é de difusão e acesso, esse conceito de difusão eu trato ele como um conceito amplo, o Cinema Para Todos e o Cinema da Cidade são projetos de difusão, eu sei que a difusão deles é diferente, o Cinema Para Todos ele ataca a difusão na ponta, tá difundindo pra sociedade, o Cinema

da Cidade é de infraestrutura, ele indiretamente vai gerar difusão, ele vai gerar difusão porque ele vai criar um equipamento cultural, ele é de construção de equipamento. Então na mesma lógica que seria a construção de uma biblioteca parque, ou de um museu, ou de um teatro público. Na verdade hoje de espaços de cinema do estado mesmo a gente só tem o cineteatro Manguinhos na biblioteca parque de Manguinhos, então isso é bom porque enquanto equipamento o audiovisual era o mais carente, talvez não o mais carente, deve ter outra área que tenha menos, não tem circo do estado[risos]. Mas era bem carente comparada a número de teatros, ao número de museus e de bibliotecas, só tem um, falamos do estado inteiro, que fica na capital, por mais que Manguinhos seja uma área super carente, é capital. Então com isso trata difusão de equipamento cultural pra 8 cidades que não possuem cinema. E aí por exemplo isso pode gerar difusão de diversas outras formas, por alto aqui, quando você tem fomento a mostras e festivais, isso de alguma forma é difusão, indiretamente você pode chegar a difusão de n formas, mas acho que de programa maior assim, Cinco Visões é mais de formação e capacitação não é tanto difusão... Mas enfim, se eu lembrar de algo mais específico... Eu costumava falar porque eu era de outra coordenadoria, porque a de difusão e acesso tem tão pouca coisa, não ela tem dois programas que são gigantescos! Aí quando você vai ver é tanta coisa pra se gerir, é isso é o Cinema Para Todos que se divide em 4 ações, é um programa que é Cinema da Cidade que se divide em 2 contratos com 5 cidades diferentes com ações que vai em paralelo...

### **O Cinema Para Todos teve ingressos pros cinemas do Cine Carioca?**

Não lembro. É porque o Cine Carioca não é da Cine Carioca... O Severiano com certeza, o outro que é Cinemagic tem que ver.

### **Como você vê essa política como uma política de Estado, regional, como pode melhorar?**

Vou falar o que eu quero, enfim é muito bom estar no ambiente da academia que eu dou um tiro no meu pé um pouco menor, não é uma capa do jornal... Não, mas pode colocar tudo que eu falar, eu falo isso no facebook as vezes, estar numa pesquisa não é

problema. Acho que é um pouco uma crítica que eu me sinto em segurança pra falar isso porque é uma coisa que eu já ouvi a Adriana falar, por achar que ela compactua com isso. Primeira coisa que nada se faz sozinho, falar que a função do Estado é a função do Estado, mas o Cinema Para Todos ele existe só com o Estado? Não, se uma empresa de exibição grande estrangeira chegasse e falasse “não vou deixar passar nos meus cinemas” seria menos cinemas na rede passando. Se a rede Cineshow não entrasse a gente ia perder 8 cidades, porque tem 8 cidades que é só a Cineshow que tem, então é parceria. Ah, não é parceria de grana, até a página 5... Vão ter semanas que ele vai ganhar muito mais, mas vai ter semanas que ele vai tá abrindo mão de alguma coisa, então é equilíbrio. As próprias distribuidoras, se ninguém se junta e vai contra e fala não, não vou colocar meu filme, por um lado por aí tem que se pensar de uma forma mais ampla o cinema nacional, e pensar que a gente vive um momento em que hoje tem o fortalecimento de distribuidoras nacionais, que eu acho fundamental. Acho que talvez o programa não conseguiria fazer uma edição com 1 milhão de ingressos retornando se não fosse isso, acho que tem uma visão diferente sim, que por mais que tenha essa lógica de mercado, você lidar com uma distribuidora que se beneficia dessa lógica de fomento público que chegou onde chegou, com o poder de mercado que chegou em função de uma política de Estado pro setor, é um pouco troca. Na próxima edição que a gente tá querendo fazer, eu comecei a ligar pros exibidores pra saber se era tranquilo o valor que a gente tava querendo praticar, o preço médio de ingresso subiu muito, a última edição a gente assinou em 2012 o contrato ficou em R\$ 4,50, 2012 pra cá aumentou em mais de 3, 4 reais o PMI, a gente queria aumentar no máximo pra 5 o retorno. Aí eu liguei até com um pouco de medo pro Severiano, e ele falou “não, a questão não é nem o preço, a questão é parceria, tem outras políticas que vão compensando assim, existe a desoneração tributária que a gente se beneficia”. Não é tão assim sabe, então eu acho que não se faz só no estado, não se faz só com os parceiros privados, se faz com as escolas abrindo a porta, porque tem diretora que fecha a porta, tem diretora que reclama. As vezes liga pra cá e fala “escola tal não tá deixando o funcionário entrar pra distribuir o ingresso”, e liga pra SEEDUC e tem toda essa articulação. As prefeituras do interior que muitas vezes se mobilizam, porque enfim, isso quando a gente sai um pouco desse centro da capital a gente vê uma realidade muito diferente do que é a cultura, eu acho que quem trabalha com cultura na capital quando chega e vê um pouco o que é o interior é um pouco choque de realidade e isso

é muito interessante. E com a sociedade, isso eu acho fundamental, quando tem adesão como tem dos alunos, o fato de ter os dois vale ingressos e ele não ter que ter a carteirinha e ele pode ir com ele quiser, então o segundo ingresso não é com o pai, se ele quiser ir com a namorada, não é carteirinha, é 2 pra ele poder ir com alguém, porque ele não vai sozinho, o cinema ele parte de um princípio de um consumo social daquele filme, então ele vai com quem ele quiser, se ele chamar quem ele tá “pegando” ele vai chamar quem ele tá “pegando” pra ir no cinema. Isso faz com que o programa tenha o sucesso que tem, é o programa de maior entrada no interior, ele entra em 70 municípios apesar de só 27 terem cinema[sic], porque os municípios vizinhos ligam e agendam sessão, daí a prefeitura, isso também é fundamental, consegue ônibus pra poder levar os alunos pra cidade vizinha, fora os que são atendidos pelo cineclube. Então não, não é só função do estado, acho que falta um pouco de iniciativa privada nisso no sentido de contrapartida mesmo, acho que tem uma serie de empresas grandes que são beneficiadas por uma série de políticas públicas que poderiam já dar um retorno de contrapartida e só dão quando são obrigadas, não existe uma responsabilidade social, acho que poderia ter uma coisa mais espontânea das empresas, a desoneração tributária como eu falei, tem empresas que desoneram uma série de serviços e não fazem nada de contrapartida, isso me revolta um pouco. Por outro lado, fazendo uma crítica ao estado, é muito complicado batalhar pra fazer política pública ano a ano... É isso, a edição do ano passado acabou e não é automático, porque é isso assim, eu defendo a contrapartida mas ai vamos trabalhar enquanto produtor que ta vendendo o projeto, e fala com o governo: traz visibilidade pro governo, isso é bom, gera um feedback positivo, gera uma opinião pública boa, e tá desde maio parado, vai fazer um ano parado. Então acho que falta uma lógica de política estrutural, não existe uma política estrutural no sentido de que esse programa vai tá garantido ano a ano, então enquanto a política pública for que nem a produção de projeto que você a cada edição tem que lutar pra fazer a gente não consegue fazer isso de forma orgânica e nem estruturar um política que fique. É isso, hoje a gente tá lutando pra ter o projeto de lei indo pra ALERJ pra poder aprovar uma lei estadual de cultura pra poder criar um fundo de cultura, a gente tá em 2015 no Rio de Janeiro não tem fundo de cultura, a gente depende de orçamento direto! Então isso é muito complicado. Assim, eu acho que tá tendo avanço? Tá tendo. Foi feito PL foi feita discussão com a sociedade, agora o tempo de sondar assim, acho que a burocracia ainda, não sei como é no estado não sei como é no país vou ser muito sincero

com você, não tenho know-how de como é isso pra além da gente porque é isso, o PL saiu daqui ano passado, saiu da SEC foi pra Casa Civil, e aí o que pode ser feito a partir daí sabe? Aí isso é muito complicado, porque a cultura precisa lutar por recursos com outras secretarias, e isso é uma loucura. É um estado que quando tem uma crise a partir do petróleo se quebra, não só isso aí enfim, com os escândalos de corrupção e tudo mais, então tem outras coisas que vem junto. Pra mais do que isso, vou sair da cultura, uma economia que é fincada em cima de um recurso que é não renovável, que tem o impacto ambiental que a gente sabe que tem então assim, onde tá o pensamento estrutural disso tudo, onde se vê isso como um ecossistema completo onde a cultura faz parte de algo maior, que tem toda a sociedade que tem o meio ambiente que tem a economia junto, hoje infelizmente na atual conjuntura eu vejo com muita dificuldade com a questão da cultura por isso, ela é muito colocada num lugar que não é de protagonismo, na política eu acho que de quase nenhum local, não tô falando só do RJ não, não vejo um local onde a cultura tem um lugar de protagonismo, e mais do que isso quando ela tem eu vejo isso muito personalista. Ah Paulínia virou um polo, porque alguém foi lá e quis! E quando essa pessoa saiu acabou, sabe? Então ainda fica muito nessa lógica de vontade de um governo específico, e não de uma estratégia de uma política de Estado.

**No site dá muita ênfase à os ingressos [do Cinema Para Todos], e parece que é só isso.**

O site ele tem uma lógica muito de promoção mesmo assim, e pensando no aluno que vai entrar. Ele pensa em dialogar com o público receptor do vale ingresso. Porque as outras ações são muito locais e assim, o público alvo das ações, eles são atendidos na sua localidade. Os alunos do cineclube daquela escola ele tá naquela escola, os professores eles vão receber os guias e tudo mais, esses alunos que recebem o vale ingresso a esmo é que... Então é bem uma estratégia de comunicação, ele é menos institucional e mais marqueteiro mesmo, pensando nos alunos pra saber assim: ah, vai passar filme x pra galera saber... Se for ver o resultado vai ver que quem vai ganhar vai ser o blockbuster de comedia, Globochanchada, mas, ia falar que é melhor que

“Avengers” mas enfim vou fazer uma crítica a um tipo de filme que eu gosto também. A formação de público é muito complicada, a gente já teve sessão no Cine Manguinhos da Semana dos Realizadores que não deu público, não teve ninguém, não é só você colocar a sessão, tem que ter um programa pra ver. Não sei se você vai falar isso na sua pesquisa, mas foi a coisa mais incrível que eu já fiz aqui, mas aí é um lado muito pessoal que foi o Circuito Mix Brasil RJ, foi 2011/2012 o Mix fez um convênio com a gente, ele circulou várias regiões com um programa com 6 curtas da edição do Mix Brasil anterior com uma pedagoga, psicóloga que ia junto com eles debater com a plateia. E eu pensei ah, maneiro, vai a galera gay da comunidade, e a primeira foi em Vigário, Vigário não é pacificado, Vigário você tem que parar num posto do outro lado da linha do trem, ligar pro cara do Afro Reggae e ele vai mandar alguém pra buscar você, esse alguém vai com um rádio pra avisar que você tá entrando. Eu e a fotógrafa que tava grávida, eu falei: gente é hoje que eu morro, era o dia da Luta LGBT, 17 de Maio, falei gente, vou ser mártir, vou tá eu amanhã no RJTV, minha mãe chorando que o filho morreu, gay, no dia da luta LGBT. E eu pensei, ah tudo bem daqui a pouco vou tá lá vai ter a galera gay da comunidade, e não tava a galera gay, aí eu pensei gente porque não? Aí me falaram: não, porque a gente avisou que ia ter filme com lanche, ia ter comida, ia ter sei lá o que, todo mundo veio comer. Primeiro filme abre a cena o cara pelado na cama com uma travesti do lado, eu falei pronto, morri, é agora, e foi maravilhoso, a galera rechaçou, gritou, e tudo mais. O filme era uma comédia, então mais tranquilo não era aquela coisa densa, galera deu uma risada, acabou começou o debate. Aí perguntaram: o que vocês acham da sexualidade dele, “Ah, viado”. E a mulher era genial, ela ia levando aquilo, explicando a diferença da construção de sexualidade e gênero, onde a travesti tava inserida. Aí depois de 15 minutos a primeira mão levanta, a menina chega assim: então por ele achar que ela é mulher – aí a mulher: não ela é mulher – tá então tá, de sexualidade ele é *hetero* é isso? Gente, que incrível, 15 minutos, foi o suficiente pra entender...

### **Tem algum relatório de gestão que possa publicar?**

Sabe o que é analisado o PPA? Que é o instrumento de gestão do governo do estado? Vale Cine distribuídos. É a única meta calculada, de forma quantitativa, não existe

análise qualitativa só quantitativa, do Cinema Para Todos. E é só distribuído, não é retornado.

## **Apêndice E**

Transcrição de entrevista realizada em 30/06/2015 com Luiz Gonzaga de Luca por e-mail.

**Você foi chamado para oferecer uma consultoria para a abertura do Cine Carioca Nova Brasília, quando foi que começou este trabalho e o qual era o escopo de sua atuação?**

Fui convidado pelo presidente da Riofilmes, no final de julho de 2010, para uma consultoria sobre a implantação de um cinema no Complexo do Alemão. O projeto original foi desenvolvido pela Secretaria da Habitação, comandada pelo Secretário Jorge Bittar, sem um embasamento técnico anterior voltado à exploração comercial do espaço. O cinema, com uma só sala, já havia sido construído, com um projeto arquitetônico bem desenvolvido e todas as instalações, inclusive poltronas e ar condicionado já estavam instalados, faltando a instalação de equipamentos técnicos, de bombonière, de bilheteria, de TI, enfim, todo o sistema operacional.

O escopo de minha consultoria seria o estudo dos equipamentos a serem adquiridos, assim como, o perfil e montante de pagamento dos funcionários a serem contratados, o detalhamento do custo operacional e uma viabilização que permitisse a operação do cinema.

É importante lembrar que à época, o Complexo do Alemão não havia sido pacificado, sendo apresentado como um dos mais importantes pontos de tráfico de drogas, supondo-se que haveria cerca de 1000 armamentos de alto calibre disponíveis aos traficantes. As incursões da Polícia se davam através do BOPE e se noticiava muitas mortes a cada operação.

**Você foi informado do por que abrir um cinema naquela localidade? De onde veio a demanda (riofilme, prefeitura)?**

Quando a Riofilmes recebeu a demanda de abrir o cinema, este já estava edificado e com a maior parte dos mobiliários instalados. Faltavam os equipamentos operacionais e técnicos. A Secretaria da Habitação propunha-se a construir um novo "centro" no Complexo do Alemão, onde haveria o cinema, quadras esportivas, escolas, biblioteca e centros de convivência. Não sei quais eram os critérios da escolha. O que se apontou, à época, que o local era extremamente avançado, sendo um ponto de difícil acesso e baixa segurança. Neste local, que exigiu desapropriações de casas e que estava ao lado de um riacho, funcionava a "central de vendas" de drogas. Testemunhei estas vendas nas vezes que lá estive. Dizia-se que a Polícia não tinha domínio sobre a área.

A demanda foi desenvolvida dentro da Secretaria da Habitação dentro de uma política de acesso à cultura e lazer da Prefeitura.

O critério da escolha desconheço. Porém, é claro que havia uma intenção da interiorização das atividades culturais, visto que havia diversas fábricas abandonadas (uma delas ocupada pela Associação de Moradores) que estavam situadas na beira do acesso principal do Complexo e que tinham melhores condições de abrigarem estas atividades, em termos de segurança.

**Você chegou a acompanhar até a abertura do cinema? Se sim como foi a inauguração, na sua perspectiva?**

Minha consultoria extinguiu-se com a entrega dos dados de perfil de equipamentos a serem adquiridos, com a revisão das instalações operacionais (por exemplo, sobre a segurança da bilheteria e da circulação de numerários), com os perfís e custos de contratação de funcionários; com a indicação dos principais aspectos operacionais e, por último, com a proposição de concorrência para a contratação de um operador do cinema.

É importante lembrar que ao término da consultoria, a Polícia e o Exército invadiram o Complexo do Alemão, expulsando os traficantes e possibilitando condições operacionais mais tranquilas e usuais.

**Desde o início a ideia da Rio Filme era de licitar o espaço? Houve interesse em obter a sua perspectiva para fazer a licitação para a operação do cinema? Se sim qual era sua visão sobre a forma de gestão daquele espaço?**

A estrutura da operação apresentada pela Secretaria da Habitação demonstrava inviabilidade econômica do cinema. Tinha-se uma única sala, havia a necessidade de investimentos em equipamentos, as condições operacionais eram inadequadas. A taxa de ocupação do cinema para se mostrar viável (especialmente, porque uma das premissas era ter projeção digital em 3D e som digital, com equipamentos que à época custavam cerca de R\$ 350.000,00) superava 100%. Projetávamos uma taxa de ocupação média, baseada nas estatísticas de cinemas da Baixada Fluminense, de cerca de 30 a 35%, o que geraria, mesmo que o explorador detivesse todas as receitas, um déficit mensal superior a R\$ 16 mil, aos valores da época.

Havia duas formas de gestões possíveis: 1) a Riofilmes operar, subsidiando o déficit e a instalação dos equipamentos; 2) fazer uma parceria com algum exibidor, que instalaria os equipamentos e operaria o cinema, recebendo um subsídio pelo déficit operacional.

**Na sua visão de exibidor, era viável um cinema naquela localidade? E a infraestrutura da sala que foi construída, é razoável para o exercício da atividade?**

A infraestrutura construída era a mesma de um cinema de primeira linha da época. Uma indicação sobre este aspecto era a qualidade das poltronas - construídas pela Kastrup, era "rocker" (com movimento de reclinção) e tinham braços "love seat", recobertas com couro vegetal. Eram de instalação individual e não em longarina. Este tipo de poltrona era utilizado, no Brasil, apenas pela Cinemark e nos cinemas-top do Kinoplex e da UCI. Custavam em média (para compradores privados), cerca de R\$ 550,00, cada. Quanto à concepção do cinema, com uma única sala de menos de 180 lugares, era totalmente anacrônica. Piorava este aspecto de concepção, a localização em local fora de controle do Estado.

Em termos práticos, acredito que este cinema foi criado dentro de um projeto, sem avaliações prévias objetivas e mercadológicas. Tinha uma concepção exclusivamente política.

**Na sua perspectiva, qual deveria ser a política do Estado para a exibição no estado do Rio? A constituição de cinema comercial com subsídio e operado pela iniciativa privada é o que faz mais sentido?**

O encaminhamento que a Riofilmes deu a este projeto, que depois foi replicado para outros locais, é adequado. Cada localização tem fatores e apropriações específicas. Tome-se, por exemplo, o cinema no Meier, que teve 3 salas construídas, com capital quase que exclusivamente investido pela iniciativa privada, no caso o Kinoplex, sem que exija subsídio.

Outros locais demandarão investimentos da Prefeitura e o uso de subsídios. O importante é que se faça, prioritariamente, uma análise mercadológica. Se há viabilidade econômica, deve-se evitar a intervenção, a participação, os investimentos da Prefeitura, deixando que a própria iniciativa privada venha a oferecer os serviços de exibição cinematográfica. Políticas de incentivo à frequência ao cinema, como diversos estados vêm adotando, pode ser uma medida importante para oferecer à população local, o acesso à cultura.

Em locais onde não se identifique a viabilidade econômica e que haja concentração urbana suficiente para uma operação de cinema, devem ser aportados capitais públicos e subsidiar a operação. Porém, é fundamental que sejam analisados sob a perspectiva de viabilidade econômica e de mercado.

**Deve haver política estatal para o setor desta forma, na sua avaliação? Se não, qual seria a forma mais correta?**

Creio que no tópico anterior, tenha respondido esta questão.

## **Apêndice F**

Transcrição de entrevista realizada em 01/12/2015 com Ana Louback (encarregada do projeto do Cine Carioca em 2010) por e-mail.

### **Quando inaugurou o primeiro Cine Carioca? Como surgiu a ideia?**

A primeira sala Cine Carioca é a sala de Nova Brasília (Complexo do Alemão), que foi inaugurada em dezembro de 2010. A construção da sala aconteceu num contexto de contrapartida de uma obra do PAC na região e, portanto, foi gerida pela Secretaria de Habitação do Município, com acompanhamento da Riofilme. Ou seja, a ideia surgiu não só como uma política de ampliação do acesso à cultura, mas também como uma estratégia de inserção urbana, que visa prover de serviços uma região urbanisticamente excluída, promovendo assim a inserção daquele território na vida urbana.

### **Como foi o processo de implantação do cinema? Da construção à licitação.**

O processo de implantação do cinema teve início na Secretaria de Habitação, com a elaboração do projeto arquitetônico, que ficou a cargo de um escritório de arquitetura especializado em equipamentos culturais, que conduziu o trabalho com enorme competência. Naquele momento eu ainda não estava na Riofilme, mas consta que a empresa teria sido envolvida no projeto somente posteriormente. Desse modo, o programa de usos, assim como o porte da sala, foi definido a partir da viabilidade financeira da obra e não necessariamente da demanda. Em maio de 2010, quando cheguei à Riofilme, a obra já se encontrava em fase de acabamento. Foi nesse momento que a Riofilme passou a acompanhar o projeto. Logo de início, contratamos uma consultoria especializada que fez sugestões de ajustes físicos à sala e elaborou o modelo de negócios para a operação. No entanto, o contexto tráfego X implantação das UPPs delineava um cenário complexo naquele momento e o processo avançava lentamente. Com a “tomada” do Complexo do Alemão em novembro/ dezembro de 2010, a abertura da sala passou a ser uma demanda prioritária da Prefeitura, como estratégia de ocupação do território. Desse modo, a sala foi aberta em 24 de dezembro de 2010, em regime emergencial. A operação e a equipagem da sala foram objeto de uma licitação, a partir da qual foi concedido a uma empresa exibidora o direito de exploração da sala, a partir de critérios previamente definidos, tais como valores de ingresso e bomboniere, perfil dos funcionários e formato de programação.

### **Como foi a resposta da comunidade na inauguração?**

A comunidade rapidamente se apropriou do cinema e logo a sala já contava com taxas de ocupação média acima de 40%. Para isso foi de fundamental importância a contratação de funcionários residentes no bairro, entre os quais o próprio gerente do cinema, que foi o responsável por um trabalho de mobilização de público fundamental, que contava com diversas estratégias de comunicação local.

### **Havia algum tipo de influência na programação por parte da comunidade?**

Nos primeiros seis meses, trabalhamos com pesquisas de público constantes e a programação foi fundamentalmente pautada por elas.

**Sobre o valor do ingresso, ele é bem mais barato do que o preço médio, como é que foi isso? Na época foi uma ideia da Prefeitura fazer o preço mais baixo? E tem subsídio?**

Sim, o ingresso no Cine Carioca Nova Brasília é subsidiado, decisão tomada a partir da análise socioeconômica do entorno, que apresenta índices de forte vulnerabilidade. A licitação para operação da sala inclusive já definia o teto de valor a ser praticado e o critério de avaliação era o menor valor de subsídio, lembrando que ao exibidor cabem ainda as explorações da bombonière e de publicidade.

**Havia algum tipo de política de formação de público pensada?**

Sim. Havia, por um lado, uma proposta de levar escolas do entorno para sessões matutinas com a equipe dos filmes, visando discutir tanto conteúdo, quanto os processos de produção. Fora isso, buscávamos trabalhar em parceria com os festivais e mostras apoiadas pela Riofilme, levando sessões pontuais e atividades oferecidas por eles, tais como workshops, debates, etc.

**Como foi o processo do Cine Carioca Méier? A ideia surgiu junto com a reforma do antigo Imperator?**

Eu não acompanhei o processo do Cine Carioca Méier, saí da Riofilme quando estava ainda engatinhando. De qualquer forma, iniciamos, em 2011, junto à Subsecretaria de Patrimônio Cultural, Intervenção Urbana, Arquitetura e Design, naquele momento gerida pelo Washington Fajardo, um mapeamento dos cinemas antigos da zona norte, entre os quais estava o Imperator. A ideia era montar um programa de recuperação das salas de cinema que se encontravam fechadas. Quando sai o projeto ainda estava em elaboração. Quem assumiu o acompanhamento das salas foi a Marcia Mansur (infelizmente não tenho mais o contato dela).

**Vocês olharam exemplos do Brasil na época de instalação do Cine Carioca para pensar como se daria esta política?**

Olhamos mais para o circuito comercial, justamente por não conseguirmos mapear naquele momento experiências de salas públicas que lidassem com uma programação de estreias. Mas o Pontocine, por exemplo, foi uma importante referência, pela forma

como conduziam a programação, pelas estratégias de mobilização e pelo papel que conseguiram ocupar na região.

### **Qual era a expectativa e interesse de ampliar a Rede Cine Carioca?**

Em 2010, a Prefeitura lidava com uma perspectiva de implantação de cerca de outros oito cinemas, todos em regiões afastadas do Centro. Alguns deles chegaram a ter projetos arquitetônicos desenvolvidos, mas, pelo que sei, essas propostas não avançaram. A ideia era de fato constituir uma rede de salas populares, não apenas públicas, mas também salas privadas que pudessem estabelecer parceria.

### **Como você vê esta política da RioFilme? Como uma iniciativa para ampliar o acesso a bens culturais, como o cinema? Quais são as melhorias que podem ser implementadas e quais são as experiências que podem e devem ser repetidas?**

Entendo que caiba à política pública reduzir as desigualdades entre as diferentes regiões da cidade, sobretudo no sentido de garantir serviços e oportunidades. Desse modo, entendo também que nos casos em que o atendimento pelo mercado não se viabilize ou não seja suficiente, cabe à política pública responder à demanda, numa estratégia inclusive de estímulo. Por isso, considero iniciativas de ampliação do acesso à cultura essenciais às cidades brasileiras.

Em relação ao Cine Carioca Nova Brasília, especificamente, vejo o projeto como uma iniciativa importante em relação ao acesso, contudo frágil enquanto formação de público. E esses dois pontos acabam se encontrando: o fato da sala contar hoje com uma programação exclusivamente “comercial” faz com que, por um lado, se ofereça um cinema semelhante ao cinema do shopping; contudo, por outro, não se oferece o cinema dito “de arte”, e este acaba sendo exclusivo às áreas centrais. Quando falei das pesquisas de público, de fato elas demonstravam forte demanda pela programação que se tem hoje nesta sala, inclusive com grande rejeição, por exemplo, a conteúdos legendados. No entanto, neste sentido, entendo que seja também papel da política pública estimular o acesso da população a conteúdos de qualidade que não são promovidos pela mídia e pelas grandes distribuidoras, insistindo numa formação cultural mais ampla. É claro que conteúdos mais autorais demandam um esforço de formação de público maior, enquanto o conteúdo comercial tende a uma fácil aceitação.

A mescla dos dois me parece, portanto, um caminho interessante, capaz de atrair o público e, ao mesmo tempo, levá-lo a conhecer outras possibilidades.

Um outro ponto que vale mencionar é a dificuldade em se chegar a um modelo de negócio financeiramente autônomo. O fato de se tratar de uma sala isolada e com poucos lugares, torna o cenário do Cine Carioca Nova Brasília ainda mais complexo nesse sentido. De qualquer forma, cobrir a renda de bilheteria do distribuidor num cenário de ingresso popular remete a uma despesa considerável. Talvez um circuito “de terceira semana”, digamos “mantenedor”, pudesse amenizar estas despesas e ainda oferecer uma programação de certa forma inédita. Enfim, venho avaliando esta possibilidade em São Paulo.