



Reflexões Acerca da Distribuição de Conteúdo Audiovisual Brasileiro Independente na Era Digital¹

Cristhine ROLIM²

Bertrand LIRA³

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB.

Resumo

O objetivo dessa comunicação é promover o debate sobre o papel das novas tecnologias no processo de democratização do conteúdo audiovisual. No contexto digital a etapa de distribuição ganha aliados em favor do acesso à produção nacional, além de fortalecer os pontos de exibição alternativos. O processo é permeado por uma série de fatores socioculturais e tecnológicos que influenciam na mudança de hábitos para o consumo de produtos audiovisuais independentes.

Palavras-chave: audiovisual; cinema independente; circuito de exibição; distribuição; novas mídias.

Introdução

O cenário audiovisual contemporâneo que surge no contexto da cultura digital vive um momento de grande expansão quantitativa e de experiências estéticas, resultado de um processo de democratização dos meios de produção e distribuição com o surgimento das novas mídias. Entendemos que a questão a ser debatida se refere às mudanças de relação entre o produtor de conteúdo e o espectador.

A evolução tecnológica trouxe uma nova materialidade para o cinema, facilitando a difusão da produção pelos meios digitais e troca de arquivos. Diante desse panorama favorável, o debate versa sobre a busca de novos modelos de mercado e novas janelas, considerando as novas possibilidades de produzir e consumir conteúdo audiovisual. Frente a essas condições, observamos uma transformação da cadeia de distribuição de conteúdos audiovisuais, para além do modelo tradicional de salas de

¹ Trabalho apresentado no DT 4 – Comunicação Audiovisual do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 2 a 4 de julho de 2015.

² Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGC) da Universidade Federal da Paraíba - UFPB, e-mail: cristhine.lucena@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do Departamento de Mídias Digitais e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba – UFPB, e-mail: bertrandlira@hotmail.com



cinema. O setor audiovisual passa por uma reformulação no modo de fazer e consumir produtos audiovisuais. Face ao universo de aparatos tecnológicos e impulsionado pela indústria diversas janelas se abrem para a exibição e distribuição nesse campo artístico.

Ao mesmo tempo, as câmeras digitais e a edição digital (AVID) não apenas disponibilizam novas possibilidades de montagem, como facilitam as produções de baixo orçamento. E em termos de distribuição, a internet permite que uma comunidade de desconhecidos troque entre si textos, imagens e sequências de vídeo, possibilitando a instauração de uma nova espécie de comunicação transnacional, que esperamos seja mais recíproca e multifacetada que o velho sistema internacional dominado por Hollywood. (STAM, 2003, p.353).

O processo de desenvolvimento das tecnologias nos leva a refletir sobre as ferramentas disponíveis para a difusão do audiovisual e seus desdobramentos na cadeia produtiva. Tal abordagem está relacionada à evolução do fazer cinema na história da técnica cinematográfica, considerando os suportes disponíveis para as etapas de produção, distribuição e consumo dos produtos fílmicos. Em confronto com as modificações acerca da materialidade dos arquivos, observamos que a dinâmica de produção cinematográfica vem se modificando ao longo do tempo. Segundo João Guilherme Barone Reis e Silva (2009), no período da produção de filmes em película, havia uma dificuldade de transporte e uma fragilidade do material, que se desgastava com a própria exibição. A indústria passou a se preocupar com a durabilidade e facilidade do tráfego dos filmes, facilitando a difusão desses conteúdos com mais segurança. Esse processo também contribui para a preservação do patrimônio audiovisual e barateamento das etapas até a chegada do filme ao público.

No decurso da evolução dos aparatos técnicos, nos deparamos com questões que sugerem uma ligação entre os recursos tecnológicos e o surgimento de experimentações na narrativa. Para além da técnica, o acesso às ferramentas na era digital acelerou o processo de participação e modificou o consumidor, fornecendo a ele condições para a produção e distribuição dos seus próprios conteúdos. Segundo Lúcia Santaella (2003), com a introdução dos computadores pessoais no cotidiano, observamos alterações no contexto sociocultural. Sobre esse movimento de mudança no comportamento da sociedade, Santaella comenta:



Com a introdução dos microcomputadores pessoais e portáteis, que nos anos 80 já estavam penetrando no mercado doméstico, os espectadores começaram a se transformar também em usuários. Isso significa que começou a mudar aí a relação receptiva de sentido único com o televisor para o modo interativo e bidirecional que é exigido pelos computadores... Na medida em que o usuário foi aprendendo a falar com as telas, através dos computadores, telecomandos, gravadores de vídeo e câmeras caseiras, seus hábitos exclusivos de consumismo automático passaram a conviver com hábitos mais autônomos de discriminação e escolhas próprias. (SANTAELLA, 2003, p.81-82).

Na sociedade contemporânea, destacamos a intensidade na relação individual com os dispositivos tecnológicos móveis. Os meios digitais ocupam cada vez mais espaço na vida cotidiana, transformando a comunicação pessoal e os modos de expressão artística. Esse fator permite uma renovação na produção e difusão de conteúdo, promovendo o surgimento de novos realizadores no cenário audiovisual. Nessa perspectiva, observamos que o processo que envolve as modificações presentes nas relações sociais do mundo contemporâneo através de aparatos tecnológicos aponta para uma diminuição das distâncias e a democratização da informação.

Distribuição- o elo entre o filme e o público

O processo de comunicação que envolve o cinema não se completa sem a exibição do filme para seu público. Os filmes precisam ser vistos pela sociedade para fechar o ciclo da atividade cinematográfica. Entretanto, não é isso que ocorre na cinematografia brasileira, que desde o início de sua produção, luta pelo seu espaço nos cinemas.

A atividade de distribuição está inserida na cadeia produtiva como o principal caminho para que os filmes de longa-metragem cheguem às salas de cinema, quando consideramos o padrão hegemônico de exibição. Nessa perspectiva, João Guilherme Barone Reis e Silva (2009), comenta,

A distribuição opera os canais e os meios necessários à circulação do produto audiovisual, visando o seu consumo pelo maior número possível de pessoas. É o setor que responde pela efetiva comercialização do produto, igualmente, caracterizado pela grande concentração de capital e alto grau de especialização. Trata-se de um campo cuja operação está baseada na aquisição de direitos para a comercialização de produtos audiovisuais em diferentes mercados. (SILVA, 2009, p.26-27).



O surgimento da atividade de distribuição de filmes no mundo tem registro de 1902, nos EUA. Segundo Anatol Rosenfeld (2002), devido aos altos custos para a produção dos filmes e o aumento na demanda pela abertura de várias salas de exibição, os donos de estabelecimentos que exibiam filmes, começaram a vender ou trocar cópias com os parceiros exibidores. Essa atitude desagradou aos produtores, pois esse arranjo trazia prejuízo, reduzindo o consumo de filmes e o mercado ficava sob o domínio dos exibidores. Com esse cenário posto, foram criadas agências de distribuição. Assim a figura do distribuidor passa a fazer a interlocução entre os produtores e o mercado exibidor, protegendo os direitos dos produtores e permitindo o aluguel das cópias através da concessão temporária do direito de exibição. Sobre essa dinâmica, Anatol Rosenfeld comenta, “nasce o comércio do filme, surge o intermediário ou atacadista que estabelece a ligação entre os fabricantes, concentrados em poucos lugares, e os varejistas, dispersos em centenas de cidades e vilas.” (ROSENFELD, 2002, p.71).

Mesmo diante das novas tecnologias a figura do distribuidor continua atrelada ao mercado e com o intuito de aferir lucro com as exibições. Nesse contexto, a maioria das produções brasileiras fica fora dos circuitos de exibição e não conseguem chegar ao público. Esse cenário está relacionado a vários fatores que impedem que o produto nacional chegue às telas, dentre eles a concorrência dos filmes estrangeiros, principalmente da indústria cinematográfica americana, com seus investimentos bombásticos em divulgação dos produtos. Esse processo arrebatava grande parcela da população, vendendo ingresso e lotando as salas comerciais com filmes de maior apelo de bilheteria. Entretanto, a produção independente nacional conta com a tecnologia como um potente aliado que amplia as possibilidades de distribuição de conteúdo, facilitando o tráfego e exibição dos filmes que não possuem distribuidora.

Quando nos referimos às produções financiadas com dinheiro público, via editais, nos deparamos com uma realidade ainda mais preocupante, pois os filmes são feitos e não chegam à população que através de impostos tem o direito de assisti-los, inclusive no papel de patrocinador. Para Solange Lima, “baratear modelos de produção e as formas de divulgação de um filme e dar acesso à população são obrigações do realizador, do produtor, que utilizaram dinheiro público para realizar uma obra. Mas também envolvem deveres do Estado.” (LIMA, 2008, p.51)

A busca por alternativas para exibição é uma consequência da mudança que passamos com a democratização dos meios de produção, aumento do número de realizadores e as novas formas de ver filmes.



Das salas de cinemas às novas janelas

O cinema enquanto arte popular fez sua história com exibições para um grande número de espectadores. As salas de cinema com grande capacidade dominaram o setor de entretenimento por décadas e eram as únicas opções de consumo de produtos audiovisuais. Porém, o surgimento de novos dispositivos eletrônicos provocou transformações no mercado de exibição. Segundo Robert Stam (2003), a tecnologia também influencia no comportamento do público e com as novas possibilidades oferecidas com a televisão, videogames e computadores, o cinema passa a dividir a atenção com outras linguagens no campo audiovisual, antes dominado por ele.

Entendemos que o aparecimento da televisão e sua popularização foi o primeiro momento onde percebemos uma mudança significativa nos hábitos de consumo audiovisual. Na década de 1980 com o fechamento de diversos cinemas de rua, juntamente com o surgimento do *homevideo*, observamos o início de um processo de inovação no que se refere à veiculação de conteúdo, ampliado na década de 1990 com o sistema *DVD*.

Com a chegada da internet e as novas mídias, o panorama se amplia, apresentando uma multiplicidade de opções para exibição de material audiovisual dos mais diversos, desde experimentações artísticas até os filmes independentes. Nessa conjuntura, destacamos o surgimento de novos públicos para as narrativas vistas em celulares, aparelhos portáteis, entre outros. Esse processo de ampliação das possibilidades de consumo audiovisual na era digital aponta para uma nova perspectiva de distribuição e exibição da produção independente. Diversos núcleos de produção fora do eixo hegemônico têm adquirido relevância no cenário atual, promovendo a pluralização de conteúdos. Novas formas de pensar e produzir narrativas audiovisuais se revelam diante das plataformas apresentadas pela era digital.

Para Nudeliman e Pfeiffer (2010, p.104), as novas mídias proporcionaram uma reestruturação no modo de fazer e ver conteúdos audiovisuais. “O surgimento das novas mídias aponta, portanto, para uma alteração significativa nas características da indústria cinematográfica e do audiovisual, e para uma possibilidade real de democratização da produção e do consumo de vídeos.”

As possibilidades de exibição apresentadas pelas novas mídias levanta o debate sobre a fruição dos conteúdos audiovisuais independentes e o poder de escolha do consumidor. No âmbito contemporâneo, nossa ênfase aponta o papel determinante do consumidor na construção de uma nova realidade para uma produção audiovisual



heterogênea, democrática e participativa. A diversidade de câmeras e *softwares* de edição proporciona aos realizadores uma produção pautada na liberdade criativa e permite a exibição dos conteúdos em canais online. Nesse sentido Nudeliman e Pfeiffer (2010, p.112) afirmam que “as novas mídias se apresentam cada vez mais como uma alternativa à exibição dos filmes, podendo funcionar como instrumentos alternativos e viáveis de difusão do conteúdo independente produzido no país”.

Entendemos que a democratização do acesso às ferramentas de produção e exibição unida às inovações tecnológicas aponta o caminho que configura a recente relação diferenciada de produto e espectador.

Admirável mundo novo das plataformas digitais

A era digital nos apresenta inúmeras viabilidades de criação e promove uma mudança de paradigma no setor audiovisual. A principal transformação está no favorecimento e na diversidade de opções para a difusão de conteúdo independente. Acima da questão do acesso, observamos uma nova perspectiva de mercado para a indústria cinematográfica que utiliza as plataformas para potencializarem sua distribuição. As salas escuras de cinema deram lugar aos diversos dispositivos digitais que oferecem ao consumidor uma variedade de conteúdo, podendo ser visto em qualquer lugar, seja pelo celular, *tablet*, computador ou televisão digital. Um produto audiovisual pode ser exibido em diversas mídias, entretanto também notamos a elaboração de narrativas específicas para determinados suportes e públicos. Dentre as novas janelas e formatos de exibição digital podemos acentuar os sites de compartilhamento de vídeos, *youtube*, *vimeo* e as plataformas de vídeos *on demand*. Verificamos que mesmo com a democratização dos meios e o aumento da produção audiovisual independente, algumas condições impostas pelo mercado exibidor impedem que os filmes cheguem ao consumidor. Segundo Nudeliman e Pfeiffer (2010), a concorrência com os filmes estrangeiros, o valor dos ingressos e a grade reduzida de cinema brasileiro nos canais de TV aberta são fatores que dificultam o acesso à produção independente produzida no Brasil. Sobre esse cenário, Nudeliman e Pfeiffer complementam,

O mercado do vídeo *online* surge para solucionar, em parte, essa problemática, ao sinalizar possibilidades concretas de democratização do acesso. Mais do que isso, as novas mídias contribuíram para modificar a relação entre os vídeos e o consumidor final, que passou a ter à sua



disposição uma farta oferta de conteúdo de nicho e *on-demand*. (NUDELIMAN & PFEIFFER, 2010, p.105).

Diante do quadro de democratização dos meios de produção intensifica-se a diversidade de produções com a utilização de dispositivos portáteis e de fácil acesso, como o celular ou câmera fotográfica, sendo disponibilizadas pela internet. Para além das produções independentes e de caráter amador, o mercado audiovisual, através da internet, promove o acesso a filmes, seguindo o modelo de locadora virtual. Em um catálogo de filmes no formato digital, o usuário não só escolhe como decide, quando e onde vai assistir. Nessa perspectiva, percebemos um consumo individualizado, o oposto das salas de cinema, criadas para o consumo coletivo. Podemos citar como exemplo a empresa americana Netflix.

Estratégias de distribuição para a produção independente

A distribuição da produção independente percorre os circuitos alternativos de exibição e festivais de cinema. Na etapa de envio dos filmes aos festivais, a transformação no meio material provocou uma revolução na distribuição do audiovisual, antes, feito por meio físico (rolos, fitas e DVDs) passou, com o armazenamento digital, a uma distribuição virtual quase instantânea.

No universo dos festivais, alguns produziram seu próprio suporte técnico para receber as inscrições dos filmes e outros optaram por contratarem empresas especializadas em receber, armazenar e disponibilizar os filmes para seus eventos. Ao ocupar esse novo nicho no mercado de trabalho, as plataformas digitais encurtaram o caminho entre o produtor e os festivais. O barateamento no processo de distribuição, fruto da democratização do acesso às inscrições, promove a inclusão de realizadores independentes no cenário audiovisual internacional.

Plataformas digitais submetem online os filmes aos festivais, vendendo moedas padrões, tickets comprados pela internet, que servem para inscrição de filmes independentes em festivais nacionais e internacionais. São diversos os sites desse modelo de plataformas digital, para efeito de exemplificação citamos alguns: *Festhome*, *Withoutabox*, *Shortfilmdepot*, *Click for Festivals*, *Movibeta Festival*. Nessas plataformas, o usuário pode enviar seu produto audiovisual para festivais através do armazenamento do arquivo, mediante pagamento de uma taxa, também chamada de



selo. O valor pago permite que o filme fique hospedado, seja visualizado e enviado para festivais que não cobram inscrições. No caso dos festivais que cobram a inscrição, o pagamento poderá ser efetuado pela própria plataforma. Com esta ferramenta proporcionada pelas plataformas de envio *online* o realizador também acompanha a situação do filme nos festivais, ou seja, visualiza se foi aceito ou não pela curadoria do evento no qual foi inscrito. Por meio das plataformas o material pode ser acessado de qualquer lugar do mundo e enviado para qualquer lugar, promovendo uma mudança de paradigma no envio de filmes para o circuito de festivais, reduzindo custos e acelerando o trâmite referente ao tráfego dos arquivos.

Por outro lado, as exibições em circuitos alternativos, majoritariamente formada pelos cineclubes e que não possuem caráter comercial, constitui outra opção de distribuição. Depois da chegada do formato DVD, observamos um salto na proliferação de novos pontos de exibição que assumem o papel de salas de cinema, facilitando o acesso do público à diversidade da produção audiovisual. No Brasil, alguns programas de políticas públicas culturais promovem ações para o acesso da população de cidades que não possuem cinemas às produções nacionais. São exemplos os programas do Cultura Viva: Pontos de Cultura e o Cine Mais.

Podemos apontar como um exemplo interessante de distribuição o caso do longa-metragem ‘Terra Deu, Terra Come’, do diretor Rodrigo Siqueira, que lançou o filme simultaneamente nas salas de cinema e no circuito cineclubista. Para o lançamento no circuito alternativo, a produtora do filme em parceria com o programa Cine Mais Cultura do governo federal, enviou kits com DVD e material de divulgação para os pontos de exibição digital espalhados nos vinte e sete estados brasileiros. Com essa iniciativa o diretor possibilitou o acesso às pessoas que moram em cidades que não possuem salas de cinema. Esse processo constitui um exemplo de avanço no que diz respeito à distribuição de filmes no Brasil, considerando que enfrentamos uma redução de salas de cinema de rua, desde a década de 1980.

Considerações finais

Na era digital observamos como a evolução tecnológica contribui para a facilitação na distribuição do conteúdo audiovisual. Os novos formatos de armazenamento e de alternativas de compartilhamento de arquivos de áudio e vídeo potencializam a expansão de circuitos de exibição e promovem uma democratização do audiovisual. Jovens cineastas podem ter acesso a cinematografias de diversos países



através da internet e também enviam seus filmes para festivais sem sair de casa. Essa conjuntura acelerou o acesso à produção e constitui uma opção aos meios hegemônicos de produção.

A intervenção exercida pela tecnologia na dinâmica da produção e distribuição do audiovisual nos faz refletir sobre o quanto esse panorama potencializa a diversidade e facilita a circulação de materiais produzidos com poucos recursos. Compreendemos que ainda falta um fortalecimento no circuito alternativo de exibição para uma manutenção dos produtores independentes. A realidade digital proporcionou a ampliação da rede de exibição, abrindo novos mercados para a produção independente. Apesar das oportunidades criadas com as novas tecnologias, os modelos de negócio no mercado audiovisual ainda são voltados, em sua maioria, para as salas de exibição. Alguns mecanismos de fomento à etapa de distribuição têm propiciado aos realizadores independentes a entrada de seus filmes no mercado exibidor, porém com certa dificuldade em conseguir espaço nas salas. Esse quadro colabora para a busca das novas janelas proporcionadas pela tecnologia digital.

A dinâmica da produção e distribuição digital no mercado audiovisual é um tema em evolução, onde podemos observar a complexidade dos processos culturais e econômicos envolvidos nesse processo. O que podemos verificar é um amplo campo de debate e construção de novas possibilidades para a produção, distribuição e exibição de curtas e longas-metragens nacionais.

Referências

- JANNUZZI, Felipe. Panorama da distribuição do conteúdo audiovisual no Brasil e as suas novas janelas: estudo de caso da Netflix. Disponível em: <http://grupo-ecausp.com/digicorp/wp-content/uploads/2014/03/FELIPE-JANNUZZI1.pdf>. Acesso em: 26/12/2014.
- LIMA, Solange. A produção independente no cinema brasileiro. In: MORAES, Geraldo (org.). **O Cinema de amanhã**. Brasília, 2008.
- MASSAROLO, João Carlos; ALVARENGA, Marcus Vinícius Tavares. A indústria audiovisual e os novos arranjos da economia digital. In: MELEIRO, Alessandra (org.). **Cinema e mercado**. São Paulo. Escrituras Editora, 2010.
- NUDELIMAN, Sabrina; PFEIFFER, Daniela. Novas janelas In: MELEIRO, Alessandra (org.). **Cinema e mercado**. São Paulo. Escrituras Editora, 2010.
- ROSENFELD, Anatol. **Cinema : arte & indústria**. São Paulo: Perspectiva, 2002.
- SANTAELLA, Lúcia. **Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura**. São Paulo: Paulus, 2003.



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.

STAM, Robert. **Introdução à teoria do cinema**. Campinas, SP: Papyrus, 2003.

Sites pesquisados

<<https://ondemand.festhome.com/>>. Acesso em 29/01/2015

<<http://www.shortfilmdepot.com/>>. Acesso em 29/01/2015

<<http://www.clickforfestivals.com/>>. Acesso em 29/01/2015

<<https://www.withoutabox.com/>>. Acesso em 30/01/2015

<<http://festival.movibeta.com/>>. Acesso em 30/01/2015