



O Cinema Nacional Contemporâneo e a Internet:

Repensando as fronteiras midiáticas¹

Vanessa Kalindra Labre de OLIVEIRA²

Resumo

O presente trabalho tem por objetivo discutir sobre a convergência midiática entre cinema e internet, através dos filmes *Entre Abelhas* (Ian Sbf, 2015) e *Sorria, você está sendo filmado* (Daniel Filho, 2015). Problematizando as questões das fronteiras entre os meios e discutindo sobre as estratégias empregadas nos filmes citados, bem como a estética dos produtos, o trabalho aborda a referida convergência refletindo sobre a atual condição do mercado cinematográfico brasileiro, as perspectivas futuras para a sétima arte agregada à web, e o que isso suscita em termos de linguagem artística e horizontes de expectativas.

Palavras-Chaves: Cinema Nacional; Internet; Convergência midiática; Globo Filmes.

A internet não é hoje apenas mais uma janela de exibição, mas um canal de produção e difusão de audiovisualidades de potencialidade ainda a ser mensurada. Mesmo que os produtos realizados para esse meio ainda não possuam uma estética totalmente definida (Barbosa, 2014), é evidente que a internet tem sido um espaço de experimentação de profissionais jovens com formação cinematográfica e televisiva que encontram nos portais de compartilhamento de vídeos da internet a possibilidade de renovação de linguagem e entretenimento.

Assim, também em função de seu alcance e reverberação social, parece inevitável que mídias tradicionais aos poucos se aproximem da web para soma-la às suas estratégias de mercado. Foi o que aconteceu, por exemplo, com dois recentes

¹ Trabalho apresentado no DT 04 – Comunicação Audiovisual do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 02 a 04 de julho de 2015.

² Doutoranda em comunicação no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS.



filmes brasileiros lançados este ano: *Entre Abelhas* (Ian Sbf, 2015) e *Sorria, você está sendo filmado* (Daniel Filho, 2015).

Entre Abelhas foi lançado em 30 de abril, com produção da Mixer e coprodução da Globo Filmes e Fondo Filmes. Durante seu processo de realização, foram disponibilizados um total de 42 diários de gravações na internet, em um período de onze meses. Com um caráter quase didático, os vídeos revelaram particularidades do processo de produção e pós-produção do filme, onde atores e demais profissionais envolvidos falaram um pouco sobre a experiência de filmagem e suas funções, dando ao espectador sem experiência na área uma dimensão do modo de construção de um filme. Considerando a possibilidade de extensão dessa prática, o que era um diferencial do DVD pode agora migrar para a internet, atuando como um mecanismo estratégico de marketing e de pesquisa de mercado, já que os responsáveis podem medir passo a passo o gosto e interesse do público sobre aspectos gerais do produto, através do compartilhamento do material ou mesmo dos comentários gerados sobre ele.

Outro fator que nos parece relevante nesta discussão é o fato da direção do longa ser assinada por Ian Samarão Brandão Fernandes, um dos sócios do *Portas dos Fundos*, que como nos aponta o site oficial, trata-se de um

Coletivo de humor criado por cinco amigos que, insatisfeitos com a falta de liberdade criativa da TV brasileira, decidiram montar um canal de esquetes de humor no Youtube. Em menos de dois anos de existência, o grupo atingiu a incrível marca de 1 bilhão de visualizações e mais de 9 milhões de assinantes, se tornando o maior fenômeno da internet brasileira e um dos maiores canais do mundo³

Além de Ian Sbf, outros integrantes do coletivo participam do longa, como os atores Fabio Porchat e Luis Lobianco, a diretora executiva Tereza Gonzalez e a produtora Lili Nogueira, o que sugere um entrecruzamento não apenas de profissionais, como de estratégias de mercado e, inevitavelmente, de linguagem – ainda que o filme não se restrinja ao formato fragmentado e humorístico próprio dos produtos realizados pelo grupo, uma vez que, rompendo com a expectativa culturalmente construída do público, trata-se efetivamente de um drama que esporadicamente recorre ao riso como um elemento de estranhamento à temática abordada. Mesmo assim, vale ressaltar que *Entre Abelhas* carrega consigo certos valores associados à marca *Portas dos Fundos*,

³ Informação disponível em: <http://www.portadosfundos.com.br/sobre/>



como criatividade e juventude, agregando com isso, credibilidade de mercado e legitimidade dentro do campo cinematográfico brasileiro, o que tem se revertido em bilheteria.

Em relação ao filme *Sorria, você está sendo filmado*, essa convergência aparece de maneira ainda mais evidente. Com direção de Daniel Filho – que também atua na produção de *Entre Abelha*, através da Lereby Produções –, o filme estreou nacionalmente em sete de maio, após um processo de produção que envolveu diretamente o universo da web, uma vez que, inicialmente chamado de *Obra-prima*, sua gravação foi transmitida ao vivo na internet nos dias 6 e 7 de setembro de 2014, coisa nunca antes registrada no cinema nacional⁴.

Diferente das suas produções até então, Daniel Filho optou por filmar com baixo orçamento, sem auxílio de leis de incentivo fiscais, usando apenas uma câmera compondo a ilusão de um único plano – digo ilusão porque, segundo o próprio diretor, o filme é composto na verdade por quinze cortes⁵. Ainda que seu modo de produção nos ofereça elementos novos ao cenário cinematográfico brasileiro, sua estrutura nos remete aos filmes dos primeiros ciclos da sétima arte, denominados de teatro filmado, em função do comportamento estático da câmera e a concentração do espaço diegético. Nesta perspectiva, como aborda Xavier (2005) sobre esse tipo de cinematografia, ao determinar o cenário fechado em si mesmo e delimitar o filme a um único ponto de vista, evitando o processo de fragmentação próprio da linguagem cinematográfica, perde-se os valores fundadores desta arte, isto é, a expressividade da câmera e a montagem.

Ainda assim, considerando que o filme aborda a história de um homem que se suicida em frente à sua webcam ligada, e todo o desdobramento, no caso cômico, que sucede com a descoberta de seu corpo, muito mais do que no primeiro exemplo, fica evidente a proposta de trazer para o filme as convenções imagéticas que associamos à internet. A câmera imóvel sugere mesmo a gravação a partir de uma webcam, e o espaço onde a ação ocorre é concentrado, tal como uma sala de fato, ainda que com a presença de muitos atores, suscitando o aspecto privado do consumo domiciliar próprio à web.

⁴ Informação disponível no site: <http://www.escoladarcyribeiro.org.br/noticias/obra-prima-de-daniel-filho-tera-filmagens-exibida-em-tempo-real-na-internet/>

⁵ Para mais informações, consultar: <http://www.adorocinema.com/noticias/filmes/noticia-113196/>



Desta forma, faz muito sentido afirmar que o cinema, que até então dialogava quase que exclusivamente com a literatura e a televisão, hoje também estabelece parceria com o universo da internet e suas particularidades tecno-narrativas, denotando um caminho de complexidade em relação aos códigos e convenções dos audiovisuais na contemporaneidade. Esses exemplos nos conduzem às discussões de Jenkins (2008) sobre a cultura de convergência dos meios de comunicação, já que para o autor, vivemos hoje uma cultura que articula novas e velhas mídias, produzindo produtos disponíveis em diferentes dispositivos e que dialogam múltiplas proposições estéticas.

Segundo o teórico, o conceito de convergência dá conta das transformações pelas quais a cultura contemporânea vem passando nas últimas décadas, transformações estas que articulam tecnologia, mercado, organização social e elementos culturais, gerando com isso não apenas um fluxo de conteúdos mais dinâmico e multimídia, mas também uma postura ainda mais ativa do público no processo de construção de sentido, já que os usuários migram ou relacionam-se de maneira fragmentada com conteúdos de diferentes dispositivos.

Considerando que a convergência é antes de tudo um estatuto cultural (JENKINS, 2008), entende-se neste trabalho que as novas concepções dos produtos audiovisuais apontados são também resultado de uma demanda cultural das sociedades contemporâneas – entende-se aqui cultura como um conceito que só pode ser apreendido a partir das práticas, crenças e vivências do cotidiano, fazendo com que uma perspectiva em torno de identidade e sentimento de partilha social seja gerado, propagado e aceito pela sociedade em questão. Tendo em consideração que a sociedade contemporânea centraliza cada vez mais os meios de comunicação de massa em seu cotidiano, parece inevitável que os produtos audiovisuais, tais como games, séries e agora o cinema, passem a dialogar ainda mais com códigos e convenções de diferentes linguagens, fazendo destes produtos híbridos.

Partindo-se do pressuposto de que o cinema não é uma arte imóvel, é natural que seus profissionais repensem e ultrapassem as barreiras das fronteiras culturais, dialogando com as proposições do período cultural em que vivem e articulando seus discursos com a internet, extremamente popular entre uma parcela significativa da população mundial, ampliando com isso não apenas as possibilidades de produção, distribuição e exibição destes produtos, mas também a participação do público em uma



espécie de produção compartilhada. Assim, agindo ativamente para a construção imagética simbólica do país, o cinema “jamais é um retrato isento de uma situação, ele é sempre um discurso sobre o real que, necessariamente, toma alguma forma de partido sobre ele” (BUTCHER, 2005, p.52).

Vale ressaltar que tais questões surgem dentro do contexto das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação – NTIC que intensificam com a Web 2.0 modos mais intensos de relação e representação na contemporaneidade, parecendo inevitável o surgimento de representações midiáticas que perpassem diferentes medias. Como afirma Jaguaribe,

Nas últimas décadas, o *boom* da cibercultura e a criação de mundos virtuais na Internet modificaram os parâmetros conceituais sobre a cultura de massa. Se a crítica aos modelos de entretenimento consagrados pela Escola de Frankfurt se baseava na denúncia da manipulação e domesticação do público forjada pela indústria cultural, as novas tecnologias da cibernética desestabilizam as teorias da absorção passiva na medida em que a interatividade dos usuários com outros usuários e com as próprias tecnologias digitais promove agenciamentos. Mas, sobretudo, a cibercultura vem adicionar uma outra dimensão ao debate da representação já que ela é capaz de criar realidades virtuais que fabricam não os ‘efeitos do real’ usuais, mas ‘efeitos hiper-reais’ (2007, p.36)

Salienta-se, no entanto, como sugere Esteves (2011), que ao estudar as potencialidades desses espaços das Novas Tecnologias da Informação e Comunicação é preciso ter cautela para não cair em um determinismo tecnológico, isto é, partir do pressuposto de que a internet pode, por ela mesma, produzir e ser o que ela é sem que isso incorra em processos de uso e ressignificações dos sujeitos. Não são as novas tecnologias, por elas mesmas, que possibilitam formas acentuadas de interatividade e comunicação, como resultado do armazenamento, processamento, acesso e difusão de informações mais dinâmicas e descentralizadas, são, na verdade, os sujeitos que fazem uso das novas tecnologias que proporcionam o ‘alargamento das redes de interação social’, tendo em vista que o que acontece na rede afeta a vida ‘real’ do sujeito e vice versa (Esteves, 2011).

Esta mudança toda tem, portanto, um caráter sociocultural que precisa ser considerado, tendo em vista que a atuação dos sujeitos, imersos dentro de uma lógica social muito particular, investe nestes meios (e entre eles) seus desejos de novas



proposições de representações. Assim, como afirma Caune (2014) a inovação é um equilíbrio entre uma técnica, uma certa organização e uma cultura, onde “a técnica inclui as relações sociais, a organização se realiza pela mediação de uma técnica e a cultura modela as expectativas sociais e pode conduzir a aceitabilidade da inovação” (p.15).

Conclusão: novos horizontes

Ainda que de gêneros, diretores e tradições culturais distintas, duas coisas aproximam os dois filmes. A primeira delas é o fato de terem em suas produções a presença de Daniel Filho, ainda que exercendo atividades distintas, e a segunda, e mais relevante para a nossa discussão, é a coprodução realizada por uma das empresas de maior destaque no mercado comercial: a Globo Filmes.

As Organizações Globo, ao longo dos seus anos de atuação foram, pouco a pouco, abrangendo diferentes áreas. Possuem selo de produtora musical, estão presentes no ramo editorial, tem tradição no campo jornalístico impresso e portais da internet destinados à notícia e ao entretenimento, além de canais televisivos abertos e fechados. Suas últimas investidas no setor comunicacional brasileiro foram no campo cinematográfico, onde desde de 1998 passaram a atuar na produção e coprodução de filme através da Globo Filmes.

Ao longo desses anos, a Globo Filmes tem dominado o mercado comercial nacional, sendo diretamente responsável pelos maiores sucessos de bilheteria de nossa história. Assim, mesmo com os problemas atuais de um mercado ainda saturado pelo filme estrangeiro e políticas de distribuição e exibição ineficientes, passamos a possuir nos últimos anos um tipo de cinematografia que tem servido como referência ao cinema brasileiro popular, e possibilitado a identificação de seu povo com ele.

No entanto, como um modelo de atuação de quase duas décadas, era esperado que a Globo Filmes abrisse novas perspectivas de mercado e modos de representação, fazendo da internet um campo propício para novos desbravamentos. Considerando justamente o alcance no setor de comunicação social, faltava, fundamentalmente, uma experiência na internet que fosse do domínio das audiovisualidades. Assim, parece-nos



inevitável que, cada vez mais, ela atue na coprodução de produtos para este fim em especial, ou que ao menos dialoguem com essa mídia e linguagem, pois como afirma Barbosa (2014)

A produção de conteúdos para a internet está crescendo e as empresas de radiodifusão, produtoras independentes e agências de publicidade têm a tendência de aproximarem-se para compor equipes multidisciplinares para a produção, conforme a demanda dos consumidores (...) Os grupos de comunicação hegemônicos já estão se adaptando às mudanças tecnológicas e de mercado, sob pena de ficarem para trás se não agirem a tempo (a exemplo do que ocorreu com a indústria fonográfica)” (p.57)

Como o tipo de cinematografia desenvolvido pela Globo Filmes busca o diálogo cada vez mais próximo com sua cultura, o que tende a converter-se em bilheteria e, portanto, lucro, a exploração da internet é uma forma de se aproximar mais da realidade proporcionada pelas NTIC e integrar isso aos valores da empresa. Assim, as investidas das Organizações Globo frente a internet significam a tentativa de explorar esta nova demanda social que se fortalece na contemporaneidade, e isso, claro, tem propriedade política, uma vez que almejar conquistar novos territórios significa empregá-lo com seu imaginário de práticas e representações.

Se para Bourdieu (2014) dominação cultural está intimamente relacionado a dominação política, esta iniciativa da Globo Filmes, se assim se consolidar enquanto prática e estratégia de mercado, parece enveredar para mais um domínio setorial, tendo em vista que o poder não deriva exclusivamente dos aspectos materiais e culturais de um certo grupo sobre o outro, mas também na capacidade de transformar estas coisas em capital simbólico e social, ou seja, em visão de mundo (BOURDIEU, 2014).

Pensando nestas condições de mercado, atenta-se para o fato de que sua entrada na produção de produtos fílmicos que dialogam com a internet pode alterar significativamente a dinâmica deste espaço virtual, tendo em vista que, como sugere Esteves (2011), apenas

Se a Internet mantiver preservados espaços não colonizados corporativamente (ou controlados administrativamente), a sua rede de comunicações públicas poderá afirmar-se como alternativa a alguns dos bloqueios mais comuns dos meios de comunicação convencionais (formatos *mainstream* da imprensa, rádio e televisão) (p.40)



De qualquer forma, ainda que o universo das NTIC já possua certa história e literatura a respeito, é muito cedo para falar em controles na rede. Ainda é possível visualizar um espaço de interação não hierarquizada, onde os sujeitos são ativos nas construções de seus processos informativos e de entretenimento, compondo-se a partir de um campo fragmentado e diversificado de referências culturais e comunicacionais. Mesmo assim, atenta-se para as novas articulações entre cinema e internet, e para a entrada de empresas como a Globo Filmes, capazes de alterar de maneira significativa as dinâmicas do campo. Logo, cabe a nós, pesquisadores, ficarmos atentos a essas novas configurações no setor audiovisual para identificarmos as mudanças nos modos de produção e de representação dos produtos contemporâneos, para então compreender as estratégias selecionadas e os efeitos produzidos sobre a audiência e o mercado cinematográfico brasileiro na contemporaneidade.

BIBLIOGRAFIA

BARBOSA, Fernando da Silva. **Novas Formas de Produção, Plataformas e Consumo de Produtos Audiovisuais na Internet**. São Paulo: REGIT, Fatec-Itaquaquecetuba, v. 1, n. 1, p. 45-59, jan/jun. 2014.

BOURDIEU, Pierre. **A Produção da Crença**: contribuição para uma economia dos bens simbólicos. Porto Alegre: Zouk, 2014.

BUTCHER, Pedro. **Cinema Brasileiro Hoje**. São Paulo: Publifolha, 2005.

CAUNE, Jean. **Cultura e Comunicação**: convergências teóricas e lugares de mediação. São Paulo: Editora Unesp, 2014.

ESTEVES, João Pissarra. **Novos Media e Deliberação**: Sobre Redes, Tecnologia, Informação E Comunicação. Revista Media & Jornalismo, N.º 18, Vol.º 10, N.º 1, 2011.

JAGUARIBE, Beatriz. **O Choque do Real**: estética, mídia e cultura. Rio de Janeiro: Rocco, 2007.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph. 2008.

XAVIER, Ismail. **O discurso cinematográfico**: opacidade e transparência. São Paulo: Terra e Paz, 2005.

FILMOGRAFIA

Entre Abelhas (Ian Sbf, 2015)

Sorria, você está sendo filmado (Daniel Filho, 2015)