

### A circulação do cinema universitário brasileiro: entraves na distribuição de longas-metragens estudantis<sup>1</sup>

Augusto Ramos BOZZETTI <sup>2</sup>
Gabriela Machado Ramos de ALMEIDA<sup>3</sup>
Universidade Luterana do Brasil, Canoas, RS

#### Resumo

Este artigo discute algumas questões relativas à circulação dos conteúdos audiovisuais concebidos e produzidos no ambiente universitário, em cursos de graduação de Cinema e Audiovisual no Brasil. Apesar do crescimento quantitativo dos cursos e da constante facilitação de acesso aos meios produtivos e às tecnologias de realização (inclusive em ambientes não profissionais), o cinema universitário ainda encontra enormes barreiras para circular, mesmo em festivais específicos da área, seja pela inconstância dos mesmos, pelas restrições impostas nos regulamentos ou simplesmente pelo número restrito de eventos deste tipo, incompatível com o volume de produção audiovisual universitária existente hoje no país.

**Palavras-chave:** Cinema brasileiro; Cinema universitário; Audiovisual; Festivais universitários.

## 1 INTRODUÇÃO

A produção audiovisual brasileira sofreu mudanças significativas na última década, tanto em quantidade quanto em qualidade técnica, estética e narrativa. Os avanços se multiplicaram, entre outros fatores, em função dos avanços tecnológicos e, no nível das políticas públicas, também a partir da criação da Agência Nacional do Cinema – ANCINE (em 2001) e a sua política de regulamentação do mercado<sup>4</sup>. No ambiente universitário estas mudanças podem ser igualmente percebidas, inclusive na quantidade de cursos superiores

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Cinema do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Graduado em Produção Audiovisual pela Universidade Luterana do Brasil (ULBRA). E-mail: <u>guto2z2t@gmail.com</u>.

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Doutora em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e professora do curso de Comunicação Social da ULBRA, nas habilitações em Jornalismo e Produção Audiovisual. E-mail: gabriela.mralmeida@gmail.com.

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> Para um histórico das políticas públicas de incentivo ao cinema, do período anterior à criação da Embrafilme à pósretomada, ver MATTA, 2008.



de Cinema e Audiovisual, especialmente nos últimos 15 anos, que deram origem a um novo nicho de produção, até pouco tempo irrelevante para o cinema nacional<sup>5</sup>.

A cadeia produtiva que se consolidou neste período propiciou uma série de possibilidades para os realizadores brasileiros, que vão desde o trabalho em obras comerciais, até cinemas mais autorais e voltados a públicos mais restritos e festivais. Além disso, o acesso à tecnologia e o barateamento dos equipamentos de produção permitiram a produção de obras feitas de forma colaborativa, como se dá nos coletivos<sup>6</sup>, e/ou também com orçamento mínimo, quase nenhum.

É entre estes extremos – de um lado a experimentação e do outro a busca por um lugar no mercado – que se encontram as produções audiovisuais universitárias brasileiras. No entanto, os conteúdos produzidos em cursos de graduação em Cinema, embora tenham também amadurecido neste mesmo período, ainda encontram muita dificuldade na hora de serem distribuídos e exibidos, mesmo entre o público do próprio nicho universitário.

Se a dificuldade é grande para filmes profissionais de pequeno porte, cujos espaços mais comuns acabam sendo as salas não-comerciais e os festivais, torna-se ainda maior para o cinema universitário, que situa-se alguns degraus abaixo deste patamar, hierarquicamente, mas que necessita ainda mais de visibilidade para conseguir fechar o ciclo acadêmico de aprendizado e desenvolvimento, propiciado pela troca de experiências que abre caminhos para novas possibilidades e alternativas, retroalimentando e potencializando os conhecimentos adquiridos durante a graduação.

Este trabalho busca refletir sobre as condições de distribuição e exibição do cinema produzido nos cursos universitários do Brasil, relacionando os principais festivais da área, as dificuldades relatadas pelos seus organizadores para manter o seu funcionamento e como esse fator empurra a produção acadêmica audiovisual para os festivais de mercado, onde a disputa por espaço acaba sendo bem mais acirrada e desigual, seja pelo capital simbólico acumulado pelos competidores ou simplesmente pela óbvia disparidade existente entre os orçamentos de filmes profissionais e os estudantis.

O objetivo é fazer perceber como ainda existe uma parte do processo de aprendizado do cinema nas universidades – o encontro do filme com o público e a troca de

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup> Para dados sobre os cursos superiores de cinema no Brasil, ver tabela elaborada pelo FORCINE (Fórum Brasileiro de Ensino de Cinema e Audiovisual): <a href="http://forcine.org.br/site/wp-content/uploads/2012/05/FORCINE-final322.pdf/">http://forcine.org.br/site/wp-content/uploads/2012/05/FORCINE-final322.pdf/</a>. Na tabela estão disponíveis não apenas as instituições públicas e privadas que oferecem os cursos, mas em alguns casos também a quantidade de filmes produzidos. Não são informados, no entanto, dados mais específicos sobre a produção (como gênero narrativo e duração – curta, média ou longa-metragem).

(Acesso em 06/07/2016).

<sup>&</sup>lt;sup>6</sup> Como Alumbramento (CE), Símio (PE), Teia (MG) e Duas Mariola (RJ).



conhecimento – que ainda é bastante ignorado nas próprias entidades de ensino e, consequentemente, no mercado exibidor, seja ele comercial ou não.

O artigo discute, em um primeiro momento, como funciona a distribuição e quais janelas de exibição estão disponíveis para o cinema brasileiro de maneira geral, desde os filmes mais profissionais até os mais amadores. Em um segundo momento, são identificados os festivais de cinema universitários mais relevantes do país e, através da aplicação de um questionário que foi respondido pelos seus organizadores, é apresentado um levantamento de dados a respeito do funcionamento de cada um, com a proposta de perceber de que maneira eles estão contribuindo para a circulação dos conteúdos universitários.

Ao final, é feito um breve relato sobre a experiência na produção do longametragem universitário *Eu Não Vou Dizer Eu Te Amo*, produzido como trabalho de conclusão por alunos do curso de Produção Audiovisual da Universidade Luterana do Brasil (ULBRA) em 2015, e as consequentes dificuldades em fazer o filme circular, dadas as suas características singulares, que o impediram de se reconhecer como filme amador ou profissional pelos festivais em atividade no país.

### 2 O GARGALO DA DISTRIBUIÇÃO DE FILMES NO BRASIL

O ramo do audiovisual no Brasil está em franca expansão (ANCINE, 2015)<sup>7</sup>. Ao mesmo tempo em que o mercado profissional experimenta uma série de avanços que estão permitindo a segmentação não só de gêneros como também do público, é possível perceber o surgimento de nichos de produção diferenciados, proporcionados pelo barateamento e o acesso à tecnologia e aos equipamentos de filmagem e produção cinematográfica em geral. É preciso entender, ainda, qual o real espaço para a produção audiovisual universitária, uma vez que a demanda do mercado também impulsiona a criação de novos cursos de graduação em todo o país.

A circulação dos filmes não é somente a ponta final do processo audiovisual comum, mas a própria razão da produção em si. Mesmo no caso de conteúdos gerados no ambiente universitário, sejam trabalhos específicos de alguma disciplina ou até mesmo os trabalhos de conclusão de curso, sejam simples exercícios feitos em sala de aula por pura

<sup>&</sup>lt;sup>7</sup> Segundo a ANCINE, o setor do audiovisual vem crescendo em ritmo superior à média da economia do país nos últimos anos. Entre 2007 e 2013, o crescimento acumulado foi de 65,8%. Fonte: <a href="http://www.ancine.gov.br/sala-imprensa/noticias/setor-audiovisual-tem-crescimento-mais-acelerado-do-que-o-conjunto-da-economi.">http://www.ancine.gov.br/sala-imprensa/noticias/setor-audiovisual-tem-crescimento-mais-acelerado-do-que-o-conjunto-da-economi.</a>



experimentação, é somente na hora de exibir o trabalho diante do público que o próprio estará finalizado.

Admitindo-se que não está no lucro da bilheteria ou de qualquer forma de licenciamento o objetivo de exibir esses conteúdos, é preciso entender como o ciclo de ensino e aprendizado apenas pode estar completo quando o trabalho encontra o seu público (mesmo que de um nicho específico) e também, principalmente, como o consumo desse tipo de obra pela própria classe universitária (professores e estudantes) é vital para o entendimento do processo ao qual estão atrelados e à eventual potencialização das práticas e didáticas em sala de aula, proporcionada pela troca de conhecimentos contidos em produções similares, oriundas de diversas partes do país.

Embora o mercado brasileiro de cinema tenha se desenvolvido com resultados importantes na última década, a distribuição dos filmes no Brasil segue sendo um problema a ser enfrentado pelos produtores nacionais. Num cenário onde o parque exibidor principal, calcado nos sistemas multiplex de shoppings/VOD (*Video on demand*)/Blu-Ray/TV a Cabo/TV Aberta, é amplamente dominado pelas *majors*, é preciso ter poder de barganha e inserção no mercado comercial competitivo para conseguir acordos que garantam a distribuição dos filmes plenamente (ver GATTI, 2003, BARONE, 2008 e SILVA, s/d).

Passado o primeiro momento da regulação do mercado, é preciso repensar de que maneira escoar a produção não estritamente comercial, aquela dos grandes orçamentos, cuja circulação já está assegurada mesmo antes de sua produção. A título de exemplo, vale mencionar dados da ANCINE relativos à exibição de filmes lançados no circuito nacional: em 2015, de um total de 446 longas-metragens que entraram em cartaz no país, 251 eram oriundos dos Estados Unidos e 201 eram brasileiros (quantidade bastante significativa). No entanto, os filmes norte-americanos responderam, sozinhos, por quase 80% do público e da bilheteria entre todas as estreias, enquanto os longas nacionais tiveram cerca de 12% do público pagante e da bilheteria<sup>8</sup>. Embora não seja o propósito aqui discutir a fundo as possibilidades competitivas do cinema brasileiro em relação àquele produzido nos Estados Unidos, esses dados permitem ilustrar de modo mais geral as dificuldades de circulação que a nossa própria produção (seja ela comercial ou não) enfrenta.

<sup>&</sup>lt;sup>8</sup> Dados de mercado disponíveis no Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (OCA): <a href="http://oca.ancine.gov.br/filmes-bilheterias.htm">http://oca.ancine.gov.br/filmes-bilheterias.htm</a> (Acesso em 10/07/2016).



Nos últimos anos, distribuidoras nacionais como a Vitrine Filmes, Europa Filmes, Paris Filmes e Downtown Filmes<sup>9</sup>, entre outras, têm conseguido realizar um trabalho de distribuição razoável com filmes de menor porte (ou seja, produzidos com orçamentos mais restritos). Ainda assim, é raro o caso da produção, independente da distribuidora, que consegue reaver nas bilheterias os investimentos feitos no seu orçamento.

Com o avanço da tecnologia e o estabelecimento de mercados como a TV a cabo, a internet e o VOD (*video on demand*), outras alternativas de licenciamento e lucro surgiram como possibilidades para minimizar esses problemas. Após o advento da Lei da TV Paga<sup>10</sup>, de 2011, que obriga os canais a cabo de exibirem uma quantidade significativa de conteúdo nacional independente em suas grades, muitas produções já conseguem fazer acordos de pré-venda antes mesmo das filmagens, buscando no mercado exibidor fatias para completar seus orçamentos e diminuindo a distância entre o que é gasto e o que é arrecadado. Todavia, após os primeiros anos de funcionamento da lei, que provocaram uma mudança sem precedentes no mercado nacional, hoje já aparecem dados publicados pela ANCINE no Observatório do Cinema e do Audiovisual dando conta de que também este mercado já está restrito aos grandes grupos econômicos, dificultando a entrada e, principalmente, a permanência do pequeno produtor<sup>11</sup>.

O cinema universitário produzido no Brasil está ainda mais abaixo nessa cadeia de valores, praticamente ignorado quando o assunto é a distribuição dos seus conteúdos. Restritos quase que exclusivamente aos festivais de cinema universitários, que por sua vez não dão conta de fazer circular toda a produção advinda dos cursos de graduação de cinema do país, esses filmes, em sua grande maioria, passam a existir apenas no âmbito acadêmico aonde foram concebidos.

### 3 FESTIVAIS DE CINEMA UNIVERSITÁRIO BRASILEIROS

Como forma de mapear o cenário brasileiro de festivais de cinema universitário, foram selecionados a partir de pesquisas em sites como Kinoforum e Guia Fala<sup>12</sup> alguns eventos que tivessem algum tipo de divulgação na internet. O critério usado para escolher

<sup>&</sup>lt;sup>9</sup> A Vitrine, por exemplo, distribuiu comercialmente diversos filmes nacionais de porte pequeno ou médio, consagrados nos últimos anos em festivais e premiações nacionais e internacionais, a exemplo de *O Abismo Prateado* (Karim Aïnouz, 2011); *O som ao redor* (Kleber Mendonça Filho, 2012); *Hoje eu quero voltar sozinho* (Daniel Ribeiro, 2014); *Para minha amada morta* (Aly Muritiba, 2015) e *Branco Sai, Preto Fica* (Adirley Queirós, 2015).

<sup>10</sup> Detalhes sobre a lei no site da ANCINE: <a href="https://www.ancine.gov.br/faq-lei-da-tv-paga">https://www.ancine.gov.br/faq-lei-da-tv-paga</a> (Acesso em 12/07/2016).

11 Ver documento: <a href="http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/Estudos/TV">http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/Estudos/TV</a> por Assinatura no Brasil aspectos economicos e estruturais.pdf (Acesso em 09/07/2016).

<sup>&</sup>lt;sup>12</sup> Respectivamente: <a href="http://www.kinoforum.org/">http://www.guiafala.com.br/</a>.



os festivais foi, de maneira bastante simples, identificar aqueles que dispusessem de qualquer tipo de contato, ou seja, site, e-mail, telefone e/ou página em redes sociais, atualizadas há no mínimo um ano. Foram mapeados 10 festivais, para os quais foi enviado um pequeno questionário com a intenção de fazer um levantamento breve e bastante objetivo das condições de cada um. Sete deles responderam ao nosso contato e os dados levantados foram tabulados abaixo.

### FBCU – FESTIVAL BRASILEIRO DE CINEMA UNIVERSITÁRIO

Local: Niterói e Rio de Janeiro, RJ

Ano de criação: 1995 (não ocorreu em 2013)

Status: Ativo

Próxima edição: Novembro de 2016 (20ª edição)

Formatos: Tradicionalmente, curtas-metragens. Longas sob convite

Média de filmes inscritos: 270 Média de filmes exibidos: 60 Média de público: 600

### FESTIVAL DE CINEMA UNIVERSITÁRIO TAINHA DOURADA

Local: Itajaí, Santa Catarina Ano de criação: 2012

Status: Ativo

Próxima edição: Entre Junho e Julho de 2017

Formatos: Curtas

Média de filmes inscritos: 24

Média de filmes exibidos: Entre 15 e 20

Média de público: 150 pessoas

### LUMIAR: FESTIVAL INTERAMERICANO DE CINEMA UNIVERSITÁRIO

Local: Belo Horizonte, Minas Gerais

Ano de criação: 2014

Status: Ativo

Próxima edição: Outubro de 2016 (3ª edição)

Formatos: Curtas-metragens (longas somente por convite)

Média de filmes inscritos: 107 Média de filmes exibidos: 69

Média de público: 40 pessoas por sessão

## MOV – FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINEMA UNIVERSITÁRIO DE PERNAMBUCO

Local: Recife, Pernambuco Ano de criação: 2014

Status: Ativo

Próxima edição: Dezembro de 2016 (3ª edição)

Formatos: Curtas-metragens Média de filmes inscritos: 300 Média de filmes exibidos: 30

Média de público: 200 pessoas por noite

### NOIA – FESTIVAL BRASILEIRO DE CINEMA UNIVERSITÁRIO

Local: Fortaleza, Ceará Ano de criação: 2002

Status: Ativo

Próxima edição: Novembro de 2016



Formatos: Curtas

Média de filmes inscritos: 192 Média de filmes exibidos: 18

Média de público: 130 por sessão (5 noites)

### TORÓ – FESTIVAL AUDIOVISUAL UNIVERSITÁRIO DE BELÉM

Local: Belém, Pará Ano de criação: 2015

Status: Ativo

Próxima edição: 2016 Formatos: Curtas-metragens Média de filmes inscritos: 120 Média de filmes exibidos: 50 Média de público: 350

### MOSTRA DE AUDIOVISUAL UNIVERSITÁRIO – AMÉRICA LATINA UFMT

Local: Cuiabá, Mato Grosso Ano de criação: 2002

Status: Ativo

Próxima edição: Novembro de 2016 (15ª edição)

Formatos: Curtas-metragens Média de filmes inscritos: 100 Média de filmes exibidos: 50

Média de público: 200 pessoas por sessão

É possível perceber, além do baixo número de festivais de cinema universitários em atividade no Brasil, que a grande maioria desse tipo de evento é bastante jovem, com cerca de duas ou três edições realizadas até o momento. Destacam-se o FBCU – Festival Brasileiro de Cinema Universitário, realizado no Rio de Janeiro e que já está na 20ª edição e o festival NOIA, realizado em Fortaleza desde 2002, e a Mostra Audiovisual da UFMT, ambas se encaminhando para sua 15ª edição. Outros festivais foram descartados da lista por simplesmente não haver prova documental de terem sido realizados, sendo que boa parte destes tiveram uma única edição.

Em média, esses eventos recebem a inscrição de cerca de 180 filmes todo o ano, exibindo pouco mais de 20% da demanda. Foram encontrados eventos em todas as regiões do país, de maneira que a diversidade regional e a abrangência nacional parecem estar contempladas. Porém, o que mais chama a atenção, na maioria dos casos, é a pouca ou nula divulgação dos eventos em todo o país, além da dificuldade em contatar com os organizadores. Além disso, praticamente todos os festivais universitários encontrados ainda ativos são ligados a universidades, funcionando como projetos de extensão das coordenações dos cursos de Cinema e Audiovisual. Da mesma forma, boa parte deles parece funcionar como eventos regionais que apenas repercutem dentro da própria comunidade em que estão inseridos.



De maneira geral, os responsáveis pelos festivais apontaram a falta de apoio ou patrocínio como a principal dificuldade para manter os eventos em funcionamento, além da quase nula produção de longas-metragens universitários e a falta de espaço na programação como os motivos para restringirem a competição aos curtas-metragens e outros formatos mais simples.

O ponto fora da curva realmente é o FBCU, que embora esteja hoje na média dos demais festivais em termos de público e filmes exibidos, já viveu anos mais abastados, com uma programação que chegava a 14 dias de duração, onde eram exibidos cerca de 400 filmes e o público beirava as 5000 pessoas <sup>13</sup>. Ainda assim, os organizadores lamentam que os investimentos, seja por patrocínio privado ou via editais públicos de fomento, estejam migrando para eventos de maior visibilidade e suposta importância, o que pode acabar por inviabilizar o festival, conforme explica o organizador, Guilherme Tristão:

O festival não tem um perfil muito glamoroso para atrair a atenção da mídia e, em consequência, dos patrocinadores. Atualmente, há muitos festivais, de todos os segmentos, disputando os parcos editais públicos existentes. Para piorar, ultimamente tem surgido o fenômeno de festivais e eventos realizados por companhias de publicidade que, mais bem estruturadas e com cartela de clientes na mão, disputam o espaço de atenção e patrocínios com festivais de menor porte e de produção mais amadoras, como é o caso do FBCU. (TRISTÃO, 2016, entrevista)

A respeito da capacidade dos festivais difundirem e distribuírem as obras por eles exibidas, praticamente todos, embora compreendam a importância desse tipo de evento para a circulação dos conteúdos universitários, se mostraram céticos quanto ao alcance que isso possa gerar para além do micro-universo gerado pelos próprios eventos em si. Novamente, Tristão faz o comentário mais pertinente entre os organizadores consultados:

Acho nosso papel como "janela" de distribuição inexistente. O festival é mais um espaço possível para a exibição dos filmes e estes serem apresentados a um público. E, no caso do nosso festival, ainda discutí-los. Mas não creio que o FBCU dê visibilidade a um filme para uma possível distribuição. (TRISTÃO, 2016, entrevista)

<sup>&</sup>lt;sup>13</sup> Dados obtidos através de questionário respondido por e-mail, enviado aos organizadores dos festivais. Ver Apêndice 1 neste texto.



Diante do cenário que foi mapeado, a seção seguinte do artigo apresenta e discute o processo de circulação e principalmente os entraves enfrentados para exibir o longametragem *Eu Não Vou Dizer Eu Te Amo*, produzido em 2015 no contexto acadêmico.

# 4 O CASO DO LONGA-METRAGEM UNIVERSITÁRIO EU NÃO VOU DIZER EU TE AMO

O filme de longa-metragem *Eu Não Vou Dizer Eu Te Amo* foi produzido por um grupo de sete alunos formandos do curso de Produção Audiovisual da Universidade Luterana do Brasil (ULBRA) no primeiro semestre de 2015, como trabalho de conclusão de curso. O objetivo era produzir algo que não somente desafiasse os realizadores, como também lhes desse, mesmo que de maneira breve, a experiência de produzir um conteúdo de maior expressão que pudesse recriar no ambiente universitário as características do mercado comercial de produção audiovisual brasileiro, preparando assim, de alguma forma, esses estudantes para o mercado de trabalho ao qual em breve estariam entregues. Além disso, a intenção era produzir um trabalho que não somente cumprisse com as demandas acadêmicas, mas que também ultrapassasse os muros da universidade e servisse como uma espécie de cartões de visitas para os futuros profissionais.

Finalizado em julho de 2015 e lançado oficialmente em setembro do mesmo ano, o filme teve exibições na universidade e em espaços do circuito não-comercial da cidade de Porto Alegre, como as salas P.F. Gastal, no centro cultural Usina do Gasômetro, e Eduardo Hirtz, na Casa de Cultura Mário Quinta, além do Cine Bancários. O longa rapidamente obteve alguns dos resultados planejados antes de sua produção, como a seleção para o programa Encontros com o Cinema Brasileiro – Edição Festival de Cannes, promovido pela ANCINE, e alguma repercussão na imprensa local, com matérias em jornais locais e sites, além de um programa de televisão e convites para exibição em outras universidades.

Porém, apesar da boa repercussão inicial, principalmente no âmbito regional, a carreira em festivais que se imaginava de fato não aconteceu. A primeira dificuldade encontrada foi a resistência dos festivais de cinema universitários em aceitar a inscrição do filme. De maneira quase que unânime, os eventos deste gênero aceitam apenas filmes de curta-metragem, seja pela tradicional falta de produção de longa-metragem estudantil, seja pela dificuldade de programar filmes com duração maior do que 15 ou 20 minutos.



Dessa maneira, a estratégia passou a ser focar quase que exclusivamente nos festivais de mercado, aqueles nos quais competem os filmes profissionais, produzidos por empresas e artistas com bem mais experiência e com orçamentos igualmente profissionais. O filme obteve uma receptividade um pouco maior nesse campo, rendendo, além da já citada seleção para o programa Encontros com o Cinema Brasileiro, a seleção para o 8º Arraial Cine Fest, uma pré-seleção para o Prêmio ABC de Cinema e duas pré-seleções internacionais, uma para o festival Premios Latino, que acontece na Espanha, e outro para o IOFF – International Open Film Festival, em Bangladesh.

Além disso, em 2016 o filme foi convidado para a Mostra Comemorativa da APTC – RS, organizada pela Associação dos Profissionais e Técnidos de Cinema do Rio Grande do Sul, dividindo a tela com produções profissionais e consagradas do cinema gaúcho, como *Anahy de Las Misiones* (Sérgio Silva, 1997), *Tolerância* (Carlos Gerbase, 2000), *Houve Uma Vez Dois Verões* (Jorge Furtado, 2002), e *Extremo Sul* (Mônica Schmiedt, Sylvestre Campe, 2005), além de outros títulos reconhecidos no circuito autoral mais recente, como *Castanha* (Davi Pretto, 2014) e *Beira Mar* (Marcio Reolon, Filipe Matzembacher, 2015).

Ainda assim, a expectativa de circular o filme além da universidade não se confirmou como o previsto. No caso dos festivais de mercado, diferentemente do que acontece com os festivais estudantis, existe um número enorme de eventos no Brasil, de maneira que as possibilidades para circulação pareciam igualmente bem maiores também. Infelizmente, a realidade é que o filme *Eu Não Vou Dizer Eu Te Amo* precisou disputar o espaço com produções que estão em outro patamar de qualificação, seja pela trajetória dos realizadores ou pelos orçamentos com os quais foram realizadas. Não foi surpresa ficar de fora em diversos festivais importantes quando o anúncio trazia entre os selecionados filmes como *Que Horas Ela Volta* (Anna Muylaert, 2015) e *Boi Neon* (Gabriel Mascaro, 2015) entre outros.

Foi preciso entender, então, que o filme se encontrava numa espécie de limbo de formato para o qual praticamente não existe uma janela exibidora no país, pois não servia como obra estudantil e experimental por conta de sua pretensa característica profissional, calcada na duração de 81 minutos, o que o transformava em um longa-metragem, nem tampouco como um filme profissional, dadas às circunstâncias em que foi realizado, com orçamento muito próximo do zero.



De certa forma, foi a experiência em procurar exibir e fazer circular esse filme que levou ao interesse por essa pesquisa, uma vez que parece claro que, embora os conteúdos audiovisuais produzidos dentro dos cursos de graduação de cinema no Brasil estejam cada vez mais ganhando corpo em quantidade e qualidade, ainda não existe uma consciência clara a respeito da importância da visibilidade desses conteúdos, seja pelo mercado, seja pela própria comunidade acadêmica ou até mesmo pelos órgãos reguladores da atividade cinematográfica brasileira.

### **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A produção audiovisual nacional tem sofrido enormes mudanças provocadas pela expansão do mercado produtor profissional e pelo acesso aos meios produtivos. Dentro dos cursos universitários, a questão não é mais qual tipo de conteúdo produzir, uma vez que os recursos necessários para a realização de praticamente qualquer formato de obra audiovisual já estão não apenas amplamente disponíveis, como também dominados, mesmo por pessoas ainda muito jovens, como costuma ser o caso de alunos de graduação.

A nova questão, então, passa a ser de que maneira é possível dar conta de exibir e fazer circular esses conteúdos que já não são relevantes apenas no ambiente acadêmico, mas também e, principalmente, fora dele.

Em um cenário em que o mercado de bens simbólicos ainda sofre grande influência estrangeira (tanto cultural quanto de capital) e onde a regulamentação ainda não consegue ser efetiva a ponto de garantir e estimular as produções universitárias, essas obras acabam restritas a um circuito bastante pequeno de festivais e mostras que, por sua vez, apresentam dificuldades próprias, até mesmo na continuidade e periodicidade dos eventos, limitando a difusão e atrasando o processo de formação de novos profissionais de cinema no Brasil.

Como resultado, essa falta de espaço para a circulação dos conteúdos audiovisuais universitários não apenas representa um entrave na troca de conhecimentos e resultados gerados no âmbito acadêmico, seja por alunos ou professores, mas também funciona como desestímulo para as produções com maior cuidado ou porte do que aqueles exigidos pelos próprios cursos. No caso de longas-metragens, ficou evidente a rejeição que o formato enfrenta para circular no Brasil, sendo um filme experimental, e o que poderia ser um exemplo a ser replicado, acaba se transformando em um modelo negativo, que serve como



um alerta para o tipo de conteúdo a ser evitado por estudantes de cinema que visam produzir filmes com o objetivo de lhes garantir circulação.

### REFERÊNCIAS

BARONE, João. Exibição, crise de público e outras questões do cinema brasileiro. Sessões do Imaginário. Ano 13, n. 20, 2008. Disponível em <a href="http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/view/4980/3682">http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/view/4980/3682</a>. (Acesso em 13/07/2016).

GATTI, André. Distribuição e exibição na indústria cinematográfica brasileira (1993-2003). Tese de doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Multimeios da UNICAMP. 2005. Disponível em <a href="http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?down=vtls000375707">http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?down=vtls000375707</a>. (Acesso em 10/07/2016)

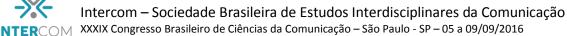
MATTA, João Paulo Rodrigues. Políticas públicas federais de apoio à indústria cinematográfica brasileira: um histórico de ineficácia na distribuição. In: MELEIRO, Alessandra (Org.) Cinema e mercado. São Paulo: Editora Escrituras, 2010.

SILVA, Hadija Chalupe. O filme nas telas: a distribuição do cinema nacional. Texto de introdução ao homônimo, selecionado no Prêmio SAV para Publicação de Pesquisa em Cinema e Audiovisual (2009-2010). Disponível em <a href="http://www.cenacine.com.br/wpcontent/uploads/o-filme-nas-telas-introducao.pdf">http://www.cenacine.com.br/wpcontent/uploads/o-filme-nas-telas-introducao.pdf</a> (Acesso em 10/07/2016).

TRISTÃO, Guilherme. Entrevista concedida aos autores da pesquisa por email. 2016.

# APÊNDICE 1 - INSTRUMENTO DE PESQUISA - QUESTIONÁRIO APLICADO NAS ENTREVISTAS COM OS ORGANIZADORES DOS FESTIVAIS

- 1- Nome do Festival ou Mostra?
- 2- Local onde ocorre o evento (cidade / estado)?
- 3- Quantas edições já ocorreram?
- 4- Qual a periodicidade (anual / bienal/ etc)?
- 5- Qual o ano da primeira edição? E da última?
- 6- Há previsão para a próxima edição? Quando será?
- 7- Quantos filmes em média são inscritos?
- 8- Quantos filmes em média são exibidos?
- 9- Quais os formatos mais comuns (curtas/ longas/videoclipe/ etc)?
- 10- O festival/mostra aceita filmes de longa-metragem? Se não aceita, por quê?





- 11- Qual a opinião dos organizadores sobre o papel do festival como janela de distribuição dos filmes (principalmente longa-metragens) universitários?
- 12- Qual o tamanho do público do festival/mostra em média (nº aproximado de espectadores)?
- 13- Qual o público alvo do festival/mostra (estudantes/ profissionais/ público em geral/etc)?
- 14- Quais as principais dificuldades para manter o festival/mostra em funcionamento?