

O sucesso dos cinemas menores: baixo orçamento e alternativas cinematográficas no Brasil e na Galiza¹

El éxito de los cines menores: bajo presupuesto y alternativas cinematográficas en Brasil y Galicia.

The success of the small cinemas: low budget and film' alternatives in Brazil and Galicia

Karine Ruy

Jornalista. Mestre em Comunicação Social pela PUC-RS e doutoranda do mesmo programa.

Contato: karineruy@gmail.com

Marta Pérez Pereiro

Professora Doutora da Faculdade de Ciências da Comunicação da Universidade de Santiago de Compostela (USC). Membro do Grupo de Estudos Audiovisuais da USC.

Contato: martapan@gmail.com

Silvia Roca Baamonde

Doutoranda em Comunicação e Informação Contemporâneas na Universidade de Santiago de Compostela (USC) e membro do Grupo de Estudos Audiovisuais da USC.

Contato: silvia.roca@usc.es

¹ O tema do artigo está relacionado às pesquisas desenvolvidas atualmente pelas autoras. Em sua tese de doutorado, em fase de conclusão no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social na PUC-RS, Karine Ruy investiga a produção e a circulação de filmes de longa-metragem realizados com baixo orçamento no Brasil. O trabalho também dialoga com o projeto de pesquisa "Para o espaço digital europeu.: O papel das cinematografias pequenas em versão original", pertencente ao Plano Nacional de I + D + i do Ministério de Economia e Competitividade do Governo da Espanha (ref. CSO2012-35784), do qual participam as pesquisadoras Marta Pérez e Silvia Roca. A equipe do projeto, dirigida por Margarita Ledo Andión, reúne pesquisadores da Universidade de Santiago de Compostela, Universidade de Salamanca, Universidade do País Vasco, Universidade de Vigo, Universidade de Málaga, Universidade de Sevilla, Universidade de Murcia e Universidade Complutense de Madrid. Também participam colaboradores internacionais da Universidade de Amsterdam (Holanda), Universidade do Sul de Gales (Reino Unido), Universidade de Lapland (Finlândia) e da Universidade Paris 8 (França).



Resumo:

Este artigo explora a existência, cada vez mais destacada, de um cinema que opera nas margens do sistema comercial e que, apesar de contar com recursos limitados, tanto econômicos quanto técnicos, apresenta uma visibilidade notável no circuito de festivais internacionais. Ainda que o cinema de baixo orçamento do Brasil e a pequena produção da Galiza, nação europeia sem Estado, não pareçam ser realidades comparáveis, compartilham os traços do que definimos, a partir de Deleuze e Guattari, como um “cinema menor”, feito com equipes enxutas, baixo ou nenhum orçamento, financiados por políticas de incentivos e com um sistema de distribuição próximo ao amador.

Palavras-chave: Cinema. Baixo orçamento. Brasil. Galiza. Festivais de cinema.

Resumen:

Este artículo explora la existencia, cada vez más destacada, de un cine que opera a las orillas del sistema comercial y que, a pesar de contar con escasos recursos, tanto económicos como técnicos, presenta una visibilidad notable en el circuito de festivales internacionales. Aunque el cine de bajo presupuesto de Brasil y la pequeña producción de Galicia, nación europea sin Estado, puedan no parecer realidades comparables, comparten los rasgos de lo que definimos, a partir de Deleuze y Guattari, como un “cine menor”, hecho con equipos compactos, de bajo o ningún presupuesto, financiados por políticas de incentivos y con un sistema de distribución cercano al amateur.

Palabras clave: Cinema. Bajo presupuesto. Brasil. Galicia. Festivales de cine.

Abstract:

This article discusses the existence of an increasingly prominent film industry that operates on the margins of the commercial system and that, despite limited resources – both economic and technical –, presents notable visibility within the international festival circuit. Even though low-budget films from Brazil and the limited production from Galicia, the stateless European nation, do not seem to share comparable realities, they do share traits that, based on Deleuze and Guattari, we define as “minor cinema”, produced with reduced teams, low or no budget, and usually financed through incentive policies, with a distribution system best described as amateur.

Keywords: Cinema. Small budget. Brazil. Galicia. Filmfestivals.

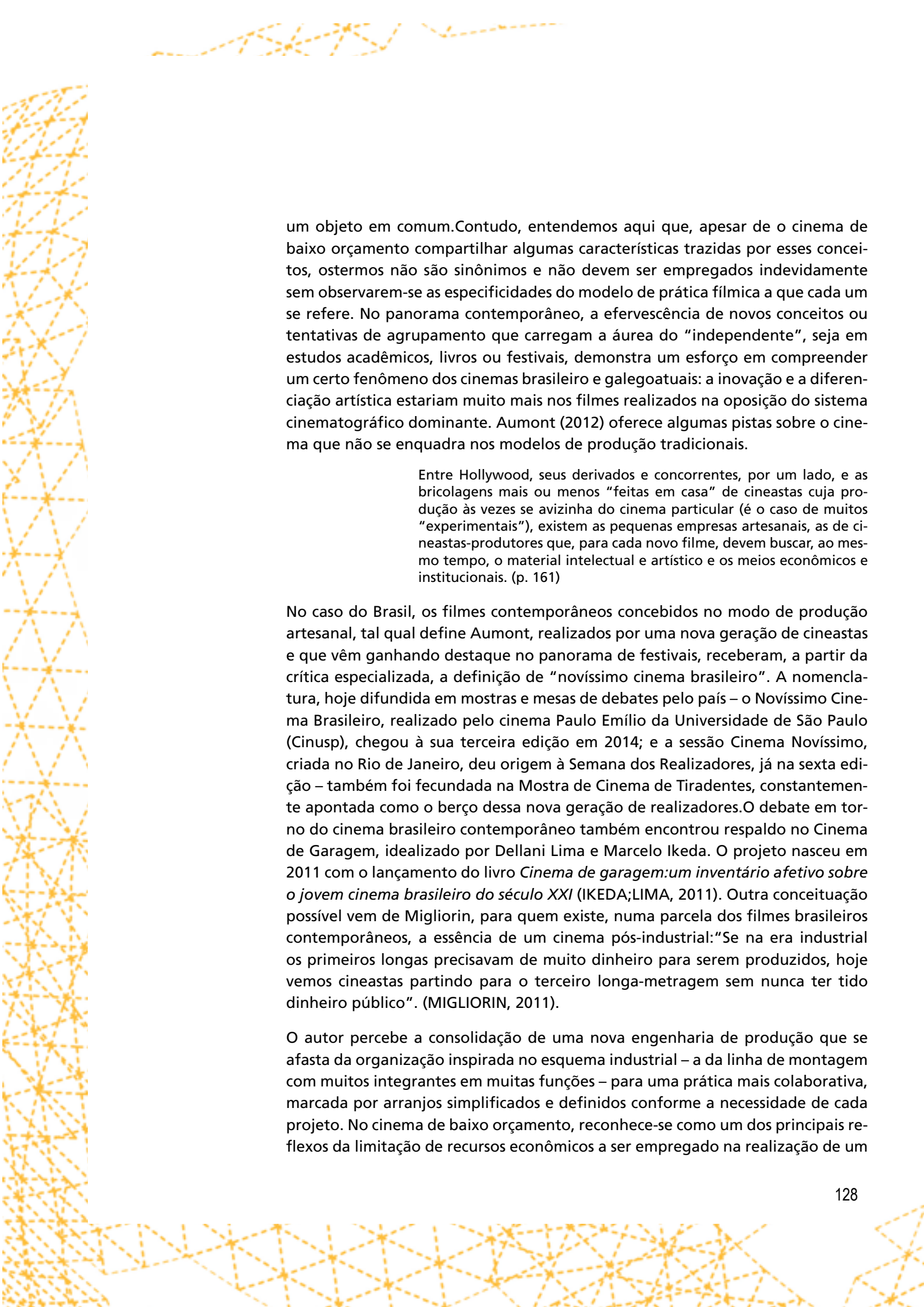
Baixo orçamento e *small cinemas*: conceitos em diálogo

O modelo de cinema representado por Hollywood, pelos estúdios e pelas distribuidoras *majors* consolidou-se como o principal sistema da indústria cinematográfica em função da visibilidade e do sucesso comercial dos seus filmes. Entretanto, existem outras formas de se fazer cinema que não envolvem essas mesmas condicionantes de produção-distribuição-exibição. Os filmes de baixo orçamento estão na contramão *domainstream*; inserem-se num grupo de produções nas quais os processos e ferramentas precisam ser adaptáveis, criativos e em constante diálogo com as necessidades que um financiamento limitado requer. Contudo, baixo orçamento é uma definição frágil, que depende do contexto no qual o filme está inserido. A possibilidade de se colocar um orçamento cinematográfico numa escala de valor só é plausível quando se torna objeto de tensionamentos. Afinal, o padrão de recursos financeiros alocados para a realização de um filme depende do sistema de produção empregado, das tecnologias envolvidas, do formato, do gênero, entre outros elementos. Um dos conceitos mais interligados a essa temática é o do cinema independente e da sua noção de oposição a um sistema predominante. Mas, para ser válido, o conceito de “independente” deve perpassar uma série de condições além da dicotomia sistema – contra-sistema. Refletindo sobre o significado da expressão, que diz respeito à possibilidade de autonomia em relação à ordem social, econômica, cultural e simbólica, Creton conclui que a independência absoluta é uma ficção.

A relação no mundo é de interdependência, cada um com um poder de influência. A questão essencial que permanece a porta da sua natureza, são o grau e as modalidades retidas por cada um para a exercer, para resistir. A independência revela mais o mito, a questão a tratar no mundo concreto é de reconhecer o jogo das dependências, julgar, escolher, administrar. (CRETON, 1998, p. 11, tradução nossa).

Verificam-se também outras formas de uso da expressão **cinema independente** que aparecem descoladas da noção de oposição ao sistema de produção-distribuição-exibição dominante. Popularizada sobretudo pela mídia especializada, a mais usual faz referência ao poder de decisão que certos diretores/cineastas têm sobre suas obras. Aqui, cinema independente expressa a autonomia artística do sujeito-autor diante do sistema de produção. “Os Spielberg e Lucas oferecem a imagem de um poder de ação no seio da indústria hollywoodiana”, exemplifica Creton (1998, p. 12, tradução nossa).

Uma pesquisa sobre cinema de baixo orçamento no Brasil e na Galizase depara com uma série de conceitos que, em comum, demonstram o interesse de apreender teoricamente os filmes realizados na contramão do sistema industrial. Cinema de guerrilha, cinema de bordas, cinema de garagem e cinema independente são alguns dos termos que parecem, num primeiro momento, falar o mesmo de

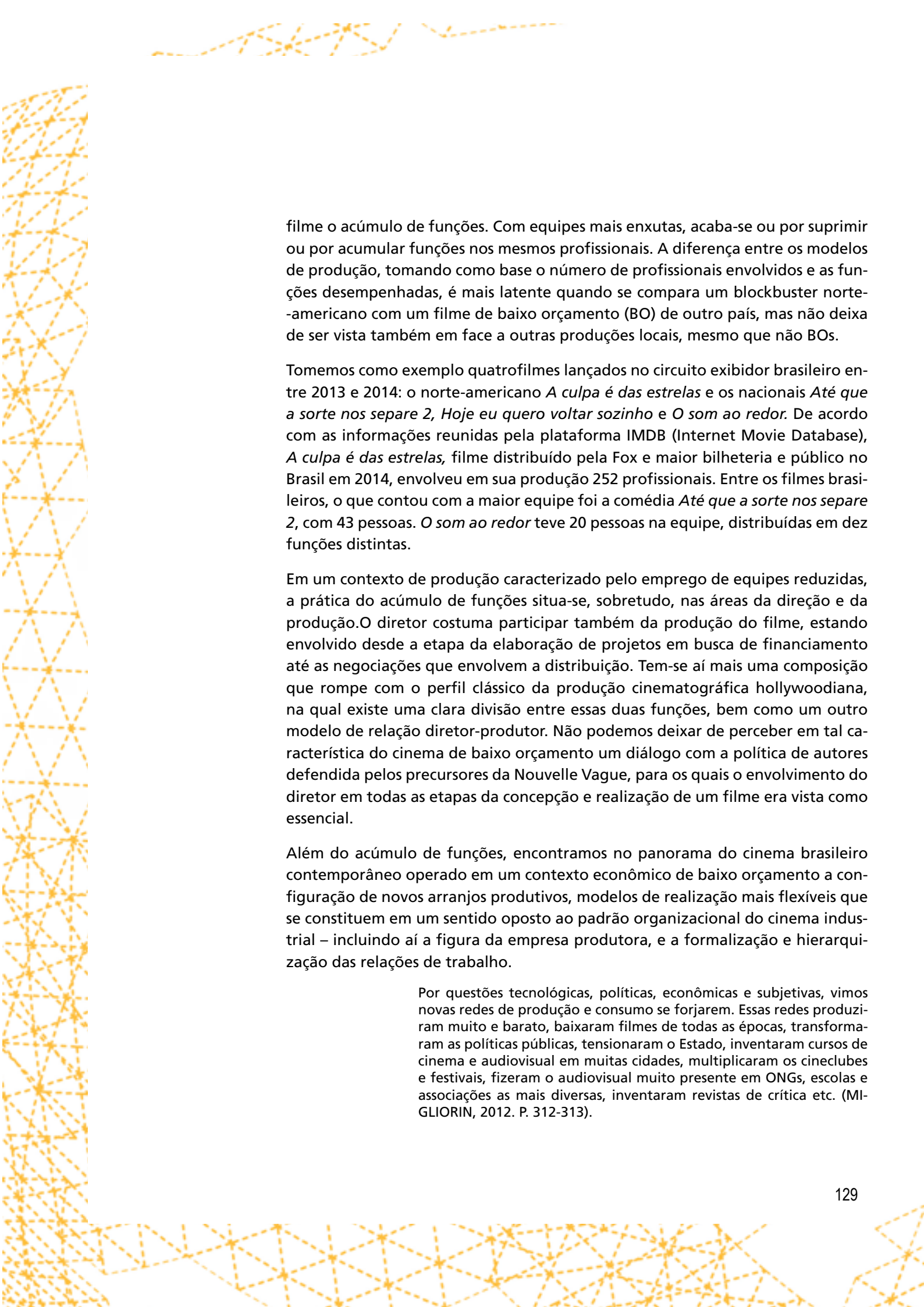


um objeto em comum. Contudo, entendemos aqui que, apesar de o cinema de baixo orçamento compartilhar algumas características trazidas por esses conceitos, estes não são sinônimos e não devem ser empregados indevidamente sem observarem-se as especificidades do modelo de prática fílmica a que cada um se refere. No panorama contemporâneo, a efervescência de novos conceitos ou tentativas de agrupamento que carregam a áurea do “independente”, seja em estudos acadêmicos, livros ou festivais, demonstra um esforço em compreender um certo fenômeno dos cinemas brasileiro e galegoatuais: a inovação e a diferenciação artística estariam muito mais nos filmes realizados na oposição do sistema cinematográfico dominante. Aumont (2012) oferece algumas pistas sobre o cinema que não se enquadra nos modelos de produção tradicionais.

Entre Hollywood, seus derivados e concorrentes, por um lado, e as bricolagens mais ou menos “feitas em casa” de cineastas cuja produção às vezes se avizinha do cinema particular (é o caso de muitos “experimentais”), existem as pequenas empresas artesanais, as de cineastas-produtores que, para cada novo filme, devem buscar, ao mesmo tempo, o material intelectual e artístico e os meios econômicos e institucionais. (p. 161)

No caso do Brasil, os filmes contemporâneos concebidos no modo de produção artesanal, tal qual define Aumont, realizados por uma nova geração de cineastas e que vêm ganhando destaque no panorama de festivais, receberam, a partir da crítica especializada, a definição de “novíssimo cinema brasileiro”. A nomenclatura, hoje difundida em mostras e mesas de debates pelo país – o Novíssimo Cinema Brasileiro, realizado pelo cinema Paulo Emílio da Universidade de São Paulo (Cinusp), chegou à sua terceira edição em 2014; e a sessão Cinema Novíssimo, criada no Rio de Janeiro, deu origem à Semana dos Realizadores, já na sexta edição – também foi fecundada na Mostra de Cinema de Tiradentes, constantemente apontada como o berço dessa nova geração de realizadores. O debate em torno do cinema brasileiro contemporâneo também encontrou respaldo no Cinema de Garagem, idealizado por Dellani Lima e Marcelo Ikeda. O projeto nasceu em 2011 com o lançamento do livro *Cinema de garagem: um inventário afetivo sobre o jovem cinema brasileiro do século XXI* (IKEDA; LIMA, 2011). Outra conceituação possível vem de Migliorin, para quem existe, numa parcela dos filmes brasileiros contemporâneos, a essência de um cinema pós-industrial: “Se na era industrial os primeiros longas precisavam de muito dinheiro para serem produzidos, hoje vemos cineastas partindo para o terceiro longa-metragem sem nunca ter tido dinheiro público”. (MIGLIORIN, 2011).

O autor percebe a consolidação de uma nova engenharia de produção que se afasta da organização inspirada no esquema industrial – a da linha de montagem com muitos integrantes em muitas funções – para uma prática mais colaborativa, marcada por arranjos simplificados e definidos conforme a necessidade de cada projeto. No cinema de baixo orçamento, reconhece-se como um dos principais reflexos da limitação de recursos econômicos a ser empregado na realização de um




filme o acúmulo de funções. Com equipes mais enxutas, acaba-se ou por suprimir ou por acumular funções nos mesmos profissionais. A diferença entre os modelos de produção, tomando como base o número de profissionais envolvidos e as funções desempenhadas, é mais latente quando se compara um blockbuster norte-americano com um filme de baixo orçamento (BO) de outro país, mas não deixa de ser vista também em face a outras produções locais, mesmo que não BOs.

Tomemos como exemplo quatro filmes lançados no circuito exibidor brasileiro entre 2013 e 2014: o norte-americano *A culpa é das estrelas* e os nacionais *Até que a sorte nos separe 2*, *Hoje eu quero voltar sozinho* e *O som ao redor*. De acordo com as informações reunidas pela plataforma IMDB (Internet Movie Database), *A culpa é das estrelas*, filme distribuído pela Fox e maior bilheteria e público no Brasil em 2014, envolveu em sua produção 252 profissionais. Entre os filmes brasileiros, o que contou com a maior equipe foi a comédia *Até que a sorte nos separe 2*, com 43 pessoas. *O som ao redor* teve 20 pessoas na equipe, distribuídas em dez funções distintas.

Em um contexto de produção caracterizado pelo emprego de equipes reduzidas, a prática do acúmulo de funções situa-se, sobretudo, nas áreas da direção e da produção. O diretor costuma participar também da produção do filme, estando envolvido desde a etapa da elaboração de projetos em busca de financiamento até as negociações que envolvem a distribuição. Tem-se aí mais uma composição que rompe com o perfil clássico da produção cinematográfica hollywoodiana, na qual existe uma clara divisão entre essas duas funções, bem como um outro modelo de relação diretor-produtor. Não podemos deixar de perceber em tal característica do cinema de baixo orçamento um diálogo com a política de autores defendida pelos precursores da Nouvelle Vague, para os quais o envolvimento do diretor em todas as etapas da concepção e realização de um filme era vista como essencial.

Além do acúmulo de funções, encontramos no panorama do cinema brasileiro contemporâneo operado em um contexto econômico de baixo orçamento a configuração de novos arranjos produtivos, modelos de realização mais flexíveis que se constituem em um sentido oposto ao padrão organizacional do cinema industrial – incluindo aí a figura da empresa produtora, e a formalização e hierarquização das relações de trabalho.

Por questões tecnológicas, políticas, econômicas e subjetivas, vimos novas redes de produção e consumo se forjarem. Essas redes produziram muito e barato, baixaram filmes de todas as épocas, transformaram as políticas públicas, tensionaram o Estado, inventaram cursos de cinema e audiovisual em muitas cidades, multiplicaram os cineclubes e festivais, fizeram o audiovisual muito presente em ONGs, escolas e associações as mais diversas, inventaram revistas de crítica etc. (MIGLIORIN, 2012. P. 312-313).




Saindo da esfera puramente econômica, o conceito de *small cinema*, desenvolvido por Mette Hjort e Duncan Petrie (2007), serve para definir realidades que não estão necessariamente recolhidas na geopolítica fundamentada no eixo Hollywood-Europa-resto do mundo. A esse respeito, o *small cinema* se configura como uma noção que engloba a produção cinematográfica de espaços administrativos singulares como Hong Kong, nações sem Estado como Escócia ou a própria Galiza, ou estados como Finlândia, que têm culturas e línguas minoritárias. Hjort estabelece seis premissas que identifica como as condições necessárias para o sucesso de um *small cinema*, que tem como exemplo a decolagem da Dinamarca nas últimas décadas, que se converteem uma cinematografia de referência. Estas condições seriam:

Uma diversidade de expressão cinematográfica, garantir mais do que uma respeitável participação na bilheteria doméstica, ganhar numerosos prêmios no circuito internacional de festivais, atingir em alguma medida a distribuição internacional, atrair financiamento de várias fontes públicas e privadas em nível nacional supranacional e internacional e fornecer uma plataforma para atores, diretores, cineastas e outros profissionais buscarem oportunidades do cinema dentro e fora da indústria cinematográfica nacional sobre o tipo de base regular que permite as habilidades para [a cinematografia, grifo nosso] ser mantida e desenvolvida. (HJORT, 2007, p. 26, tradução nossa).

Se no caso dinamarquês se trata de parâmetros para o sucesso, no caso de cinemas menores, carentes de uma tradição e do apoio de uma estrutura estatal, essas medidas supõem pautas para a sobrevivência em um mercado global competitivo, mas algumas delas podem comprometer cultural e artisticamente esses cinemas. De fato, a preeminência de condições econômicas objetivas pode colocar em perigo a liberdade criativa e a experimentação própria de primeiros projetos. A intenção de se conseguir uma distribuição internacional, que leve implícito um trabalho de *branding*, também pode contribuir a processos de autoexotização. Desta forma, na tradição dos *World Cinemas*, os cinemas pequenos podem cair na exibição da sua identidade cultural como um clichê do exótico, que os condena à repetição desses mesmos motivos para se fazerem visíveis.

A diversidade da expressão “cinemática” – a primeira das condições enunciadas por Mette Hjort – só é possível se o campo de produção cinematográfica não se concentrar apenas no âmbito comercial, mas também na busca da variedade de gêneros e formas fílmicas, assim como na produção em línguas minoritárias. Essa abertura passa pela existência de políticas audiovisuais adequadas, que estimulem o campo da produção restrita – para seguir a terminologia de Bourdieu sobre os campos de produção cultural – e favoreçam que a grande produção tenha também o seu espaço no mercado.

O que liga os aparentemente distantes cinema de baixo orçamento brasileiro e cinema galego, próprio de uma nação sem Estado, é a noção de pequeno dentro de um sistema maior que opera sob leis de mercado que tornam invisíveis proje-



tos infradotados economicamente – desde a perspectiva do orçamento *standard* do cinema comercial – e aqueles que respondem a uma cultura minoritária. Os filmes de baixo orçamento e de cinemas pequenos sofrem, portanto, de uma síndrome que os faz cada vez mais minguantes, na medida em que encontram sérias dificuldades para serem exibidos nas telas comerciais. Por outro lado, o cinema brasileiro de baixo orçamento e o cinema galego partilham a consciência da sua posição marginal, inclusive sob o ponto de vista etimológico, o que faz, conseqüentemente, que tenham que operar nas margens do sistema.

A posição de suposta inferioridade diante dos cinemas comerciais e nacionais mais poderosos vincula esses cinemas à noção de “literatura menor” desenvolvida por Deleuze e Guattari (1999). Na sua definição das obras de Franz Kafka, os autores entendem que elas representam a literatura que uma minoria faz na língua de uma maioria. Tal é o caso do que passaremos a denominar de forma conjunta como “cinemas menores”, conscientes da sua posição próxima ao invisível em um sistema hegemônico de produções de grande orçamento, no caso do Brasil, e produzidas principalmente para um público espanhol, no caso galego. Esses “cinemas menores” têm que buscar financiamento que, como veremos, dependem sobretudo das políticas institucionais e de rotas alternativas, marcadamente o circuito de festivais, para poderem mostrar-se. Nos últimos anos, tanto no Brasil como na Galiza, os “cinemas menores” desfrutaram de uma especial vitalidade ao conjugar a busca de fontes de financiamento institucionais e alternativas, e a procura de mercados – processo no qual a sua alteridade funciona como passaporte para a visibilidade.

Políticas institucionais e os mercados do cinema galego

Recentemente, o cinema galego começa a ocupar um lugar, ainda que discreto, no circuito de festivais, ou seja, um marco de cinema que representa um espaço além do *mainstream*, ao mesmo tempo que pugna por existir dentro do âmbito comercial de salas de cinema, nomeadamente no âmbito espanhol. Tanto nesse plano mais artístico, como no puramente comercial, o cinema galego vê-se submetido a uma dupla exclusão: de um lado, a propiciada pelo baixo orçamento, padrão da maioria das produções; e, de outro, a dificuldade encontrada pelo cinema de uma nação sem Estado, com língua e cultura próprias, num cenário no qual a dublagem para o espanhol é a moeda de troca habitual e reduz a diferença para a assimilação. O cinema galego caracteriza-se, além disso, pela descontinuidade da sua história (GÓMEZ-VIÑAS, 2014), que o faz visível no mercado internacional, e também no nacional, só em breves momentos.

As políticas institucionais, para Mette Hjort (2007), são as bases, junto com alideança artística, que servem para gerar uma dinâmica favorável para o desenvolvimento de um cinema nacional. No caso do cinema galego, o trabalho institu-

2 As instituições dedicadas ao audiovisual na Galiza mudaram no período analisado devido à troca de governo, que passou de um modelo bipartido nacionalista de esquerda, entre 2005 e 2009, a um de direita na legislatura seguinte (2009-2012). Se no primeiro dos governos citados a organização do audiovisual se dividia entre a Agência Audiovisual Galega e o Consórcio Audiovisual de Galiza, no segundo todas as indústrias culturais se concentraram na Agência Galega das Indústrias Culturais (Agadic).

3 Entre os trabalhos acadêmicos recentes sobre o desenvolvimento do Novo Cinema Galego, destaca-se a tese de doutorado de Belí Martínez (2015): *O cinema de não ficção no Novo Cinema Galego (2006-2012): Conceptualización, contextos e singularidade*.

cional é singularmente importante na hora de colocar no mapa geopolítico uma identidade cultural minoritária. Desde que a Lei 6/1999, que regula o audiovisual de Galiza, qualificara de estratégico o setor, as tentativas para o desenvolvimento do cinema têm sido irregulares e focadas no seu aspecto industrial. Os esforços para a formação de uma indústria cinematográfica têm, nos últimos anos, uma dupla vertente, que busca financiar filmes de orçamento médio ou alto junto com uma aposta na promoção de novos talentos, ainda que sempre marginal do ponto de vista financeiro. Desde 2008, apareceram várias menções específicas ao baixo orçamento no sistema de ajudas públicas galegas, ainda que façam parte de convocatórias mais gerais. São descritas como apoios para produções audiovisuais em suporte digital de duração superior a 60 minutos, de baixo orçamento, e que por suas características criativas se consideram de difícil financiamento. Em ambas as convocatórias, que em 2009 só serviram para financiar o filme musical *Brasil somos nós* (2011), o apoio é de até o 60% do montante subvencionável, com omáximo de 100.000 euros.

Nos dois anos seguintes, os longas digitais de baixo orçamento tiveram seus subsídios ainda mais reduzidos, com uma queda em torno de 50% – 30.000 euros por filme em 2010 e 20.000 em 2011. Essa linha de apoio desapareceu em 2012, ano em que o financiamento do audiovisual galego se concentrou, sobretudo, nas produções e coproduções em língua galega com conteúdo artístico e cultural, que acabam por servir para a criação de filmes comerciais, com uma porcentagem de produção galega que, em algumas ocasiões, pode qualificar-se de ínfima. No entanto, em 2009, a Agência Audiovisual Galega,² responsável pelas políticas do audiovisual, convocou uma seleção de apoio ao talento audiovisual, na qual pessoas físicas e nãojurídicas podiam optar por um financiamento público de até 30.000 euros para a realização de um longa-metragem. A seleção abarcava também outras três categorias – roteiro, curta-metragem e curta-metragem experimental – e somava 400.000 euros. Esses apoios se constituíram como um dos catalizadores para a formação de um movimento autodenominado Novo Cinema Galego,³ que se conforma como um grupo heterogêneo de autores novos com trabalhos caracterizados pelo interesse experimental e de renovação de linguagem, assim como pelo trabalho quase que artesanal, com equipes pequenas e baixo orçamento. Esse sistema de apoio, suspenso temporalmente pelo governo seguinte por ter tido sua eficácia questionada, permitiu que se obtivesse.

Um desempenho distinto a do setor industrial. Os projetos que se apresentam nestas ajudas têm, a partir do seu ponto de vista, uma decidida vontade de experimentação, mas a sua rentabilidade está no fato de serem excelentes produtos de visibilidade cultural já que são filmes que transitam com muita facilidade pelos mais importantes circuitos de exibição cinematográfica mundial (OBSERVATORIO AUDIOVISUAL DE GALICIA, 2015, tradução nossa).

A diferença entre o desempenho produzido pelos dois campos de produção cinematográfica, seguindo de novo Bourdieu, pode se ver nos resultados quantifi-

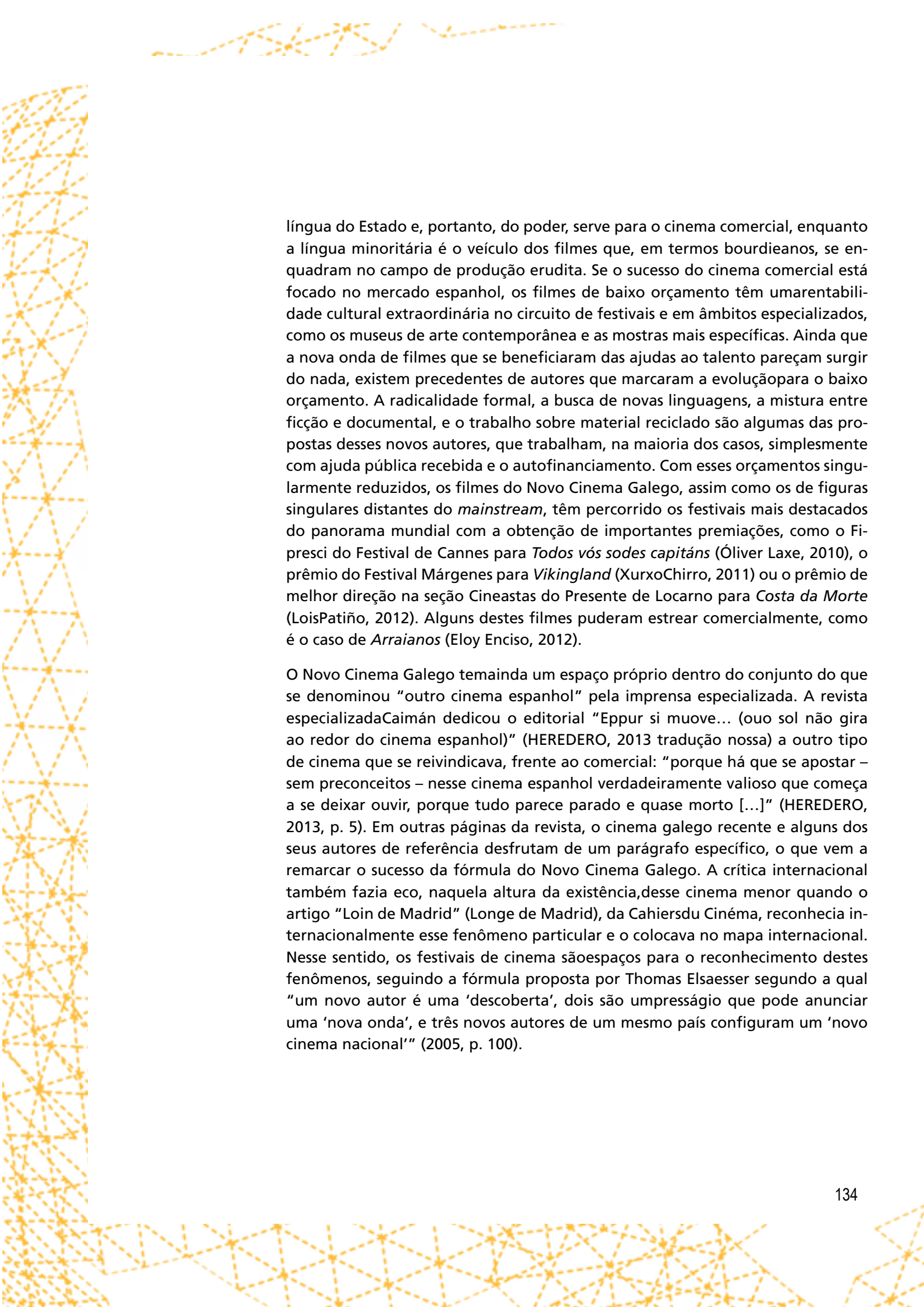
cados em dados econômicos da Grande Produção e os de rentabilidade cultural próprios do Campo de Produção Restrita. Entre 2008 e 2012 estrearam 67 longas-metragens galegos de ficção e documentais, segundo os dados do Instituto de la Cinematografía y las Artes Audiovisuales (ICAA) e do Conselho da Cultura Galega. Na Tabela 1, destacam-se os dez longas com maior sucesso de bilheteria do período com as porcentagens de produção galega e a língua em que foram rodados e exibidos. É interessante notar a baixa porcentagem de produção galega em muitos desses filmes com alta arrecadação de bilheteria, assim como a inexistência da língua galega, mesmo havendo políticas de fomento que têm como objeto língua e cultura próprias – esse compromisso vem sendo reduzido em muitos casos à realização de uma cópia dublada em galego. Muitos desses filmes de sucesso nas salas apenas apresentam características próprias da cultura galega, mas se limitam a contar histórias universais ou, em casos concretos, empregam um motivo cultural local como ponto de partida, contudo não desenvolvem – tal é o caso do uso do Caminho de Santiago como contexto nos filmes *Al final del camino* e *The way*.

Tabela 1: Títulos galegos com maior bilheteria no período de 2008 a 2012

TÍTULO	ANO	MODALIDADE	LÍNGUA	% GALEGA	BILHETERIA	PÚBLICO
Celda 211	2009	Ficção	Espanhol	49,40	13.145.423,48	2.129.571
Los girasolesciegos	2008	Ficção	Espanhol	42,15	4.206.919,14	738.997
También lloverá	2010	Ficção	Espanhol	2	3.906.066,18	620.481
Al final del camino	2009	Ficção	Espanhol	8,62	2.689.316,25	455.784
Gordos	2009	Ficção	Espanhol	40	1.820.426,77	302.716
Una palabrutuya	2008	Ficção	Espanhol	51	1.136.715,59	197.343
Agallas	2009	Ficção	Espanhol	98,25	718.712,15	118.785
Diario de Carlota	2010	Ficção	Espanhol	20	483.360,28	83.765
Invasor	2012	Ficção	Espanhol	5,4	468.606,58	68.845
The Way	2010	Ficção	Inglês	60	436.766,77	70.660

Fonte: Elaboração própria em 2015 com dados da ICAA.

A trilha sonora dos filmes também é uma questão relevante. De todos os filmes estreados no período, 10 tinham dupla versão, em espanhol e em galego, e 18 foram totalmente produzidos em galego. A versão em galego é realizada posteriormente e, na maioria das vezes, não chega às salas comerciais – servindo apenas como justificativa para os incentivos recebidos – e se limita a ser programada pela Televisión de Galicia, o canal público transmitido integralmente em galego, que também participa do financiamento do cinema nacional. Se a língua espanhola é própria da ficção e dos projetos de orçamento alto e médio, o galego é a do documental e dos projetos mais experimentais com menor financiamento. Produz-se aqui uma espécie de esquizofrenia idiomática que representa com clareza a posição hegemônica do espanhol na sociedade, ainda que não represente a proporção real de falantes de cada língua na Galiza. Em resumo, a



língua do Estado e, portanto, do poder, serve para o cinema comercial, enquanto a língua minoritária é o veículo dos filmes que, em termos bourdieanos, se enquadram no campo de produção erudita. Se o sucesso do cinema comercial está focado no mercado espanhol, os filmes de baixo orçamento têm uma rentabilidade cultural extraordinária no circuito de festivais e em âmbitos especializados, como os museus de arte contemporânea e as mostras mais específicas. Ainda que a nova onda de filmes que se beneficiaram das ajudas ao talento pareçam surgir do nada, existem precedentes de autores que marcaram a evolução para o baixo orçamento. A radicalidade formal, a busca de novas linguagens, a mistura entre ficção e documental, e o trabalho sobre material reciclado são algumas das propostas desses novos autores, que trabalham, na maioria dos casos, simplesmente com ajuda pública recebida e o autofinanciamento. Com esses orçamentos singularmente reduzidos, os filmes do Novo Cinema Galego, assim como os de figuras singulares distantes do *mainstream*, têm percorrido os festivais mais destacados do panorama mundial com a obtenção de importantes premiações, como o Fipresci do Festival de Cannes para *Todos vós sodes capitáns* (Óliver Laxe, 2010), o prêmio do Festival Márgenes para *Vikingland* (Xurxo Chirro, 2011) ou o prêmio de melhor direção na seção Cineastas do Presente de Locarno para *Costa da Morte* (Lois Patiño, 2012). Alguns destes filmes puderam estrear comercialmente, como é o caso de *Arraianos* (Eloy Enciso, 2012).

O Novo Cinema Galego tem ainda um espaço próprio dentro do conjunto do que se denominou “outro cinema espanhol” pela imprensa especializada. A revista especializada *Caimán* dedicou o editorial “Eppur si muove... (ouo sol não gira ao redor do cinema espanhol)” (HEREDERO, 2013 tradução nossa) a outro tipo de cinema que se reivindicava, frente ao comercial: “porque há que se apostar – sem preconceitos – nesse cinema espanhol verdadeiramente valioso que começa a se deixar ouvir, porque tudo parece parado e quase morto [...]” (HEREDERO, 2013, p. 5). Em outras páginas da revista, o cinema galego recente e alguns dos seus autores de referência desfrutaram de um parágrafo específico, o que vem a remarcar o sucesso da fórmula do Novo Cinema Galego. A crítica internacional também fazia eco, naquela altura da existência, desse cinema menor quando o artigo “Loin de Madrid” (Longe de Madrid), da *Cahiers du Cinéma*, reconhecia internacionalmente esse fenômeno particular e o colocava no mapa internacional. Nesse sentido, os festivais de cinema são espaços para o reconhecimento destes fenômenos, seguindo a fórmula proposta por Thomas Elsaesser segundo a qual “um novo autor é uma ‘descoberta’, dois são um presságio que pode anunciar uma ‘nova onda’, e três novos autores de um mesmo país configuram um ‘novo cinema nacional’” (2005, p. 100).

Todos vós sodes capitáns e Vikingland, o sucesso do baixo orçamento

Para ilustrar a paradoxal rentabilidade do baixo orçamento, os filmes *Todos vós sodes capitáns* (Óliver Laxe, 2010) e *Vikingland* (XurxoChirro, 2011) servem como exemplos que também funcionaram quase como pedras fundacionais do fenómeno Novo Cinema Galego. Os custos de realização, contudo, mais que próprios do baixo orçamento, são os de um cinema nomeadamente pobre: 30.000 euros para *Todos vós sodes capitáns* e orçamento zero no caso de *Vikingland*. Dirigido por Óliver Laxe e rodado integralmente em árabe, *Todos vós sodes capitáns* é um documentário que conta a rebelião dos alunos de uma oficina de cinema do próprio Laxe ante os métodos pouco ortodoxos do diretor. Os jovens, insatisfeitos com o andamento do filme, acabam por apropriar-se dele e convertem-se em “capitães”. Trata-se de uma fórmula híbrida que serve ao tempo como uma reflexão metacinematográfica que levanta a questão de quem possui o filme, de se o próprio filme domina os seus criadores.

O filme, como já indicamos, obteve o prêmio Fipresci na Quinzena de Realizadores de 2010 do Festival de Cannes, um feito nunca antes alcançado pelo cinema galego, porém foi recebido com ceticismo por parte da crítica oficial galega com um eloquente “E agora o quê?” (FERNÁNDEZ, 2010). A pergunta retórica manifestava as dúvidas em torno da viabilidade de um cinema não comercial. O próprio Laxe define o seu cinema e o dos seus companheiros como “bastardo, exilado, emigrado, fronteiro” (DE LA CALZADA, 2015), termos que o vinculam diretamente com um “cinema menor” que pode extrair-se como categoria da leitura de Deleuze e Guattari sobre Kafka. Apesar de ter percorrido festivais (Cannes, Bafici, Gijón, Mar de Plata, L’Alternativa...), o número de espectadores em salas do filme foi de 820 pessoas,⁴ uma quantidade ínfima se comparamos com sucessos em bilheteira dos supostos filmes galegos do âmbito comercial. A arrecadação econômica é também, portanto, simbólica, mas os prêmios e a trajetória por festivais são uma garantia para o diretor seguir realizando projetos à margem.

Um trabalho também realizado nas margens é o filme documental *Vikingland*, fruto da descoberta de material audiovisual na casa do próprio diretor. O *foundfootage* são as gravações em VHS do marinheiro Luis Lomba, rodadas na balsa em que trabalhava cobrindo uma linha regular entre Alemanha e Dinamarca. XurxoChirro monta esse material seguindo a estrutura da novela de Herman Melville, *Moby Dick*, e realiza um documentário que reflete a experiência migratória galega a partir da voz do emigrante – um personagem fascinante que estabelece um diálogo com a câmara de modo próximo ao experimental. *Vikingland* percorreu entre 2011 e 2014 mais de 20 festivais e foi projetado em cineclubes e mostras de cinema em museus de arte contemporânea. Embora não constem dados oficiais sobre a presença do filme no circuito comercial de salas, com informações sobre bilheteria e número de espectadores – por não ter o certificado de filme espanhol, e portanto a qualificação necessária para exibição em salas comerciais do ICAA –, não podemos dizer que se trate de uma obra invisível. Muito pelo

⁴ Este dado foi retirado da última atualização do ICAA, mas convém assinalar que existe um déficit de atualização de dados tanto da administração galega como da espanhola.

contrário, a presença no circuito de festivais e sua atuação como propagandista do fenômeno Novo Cinema Galego contribuíram para mostrar a vitalidade do cinema de baixo orçamento da região.

Os espaços do cinema brasileiro de baixo orçamento

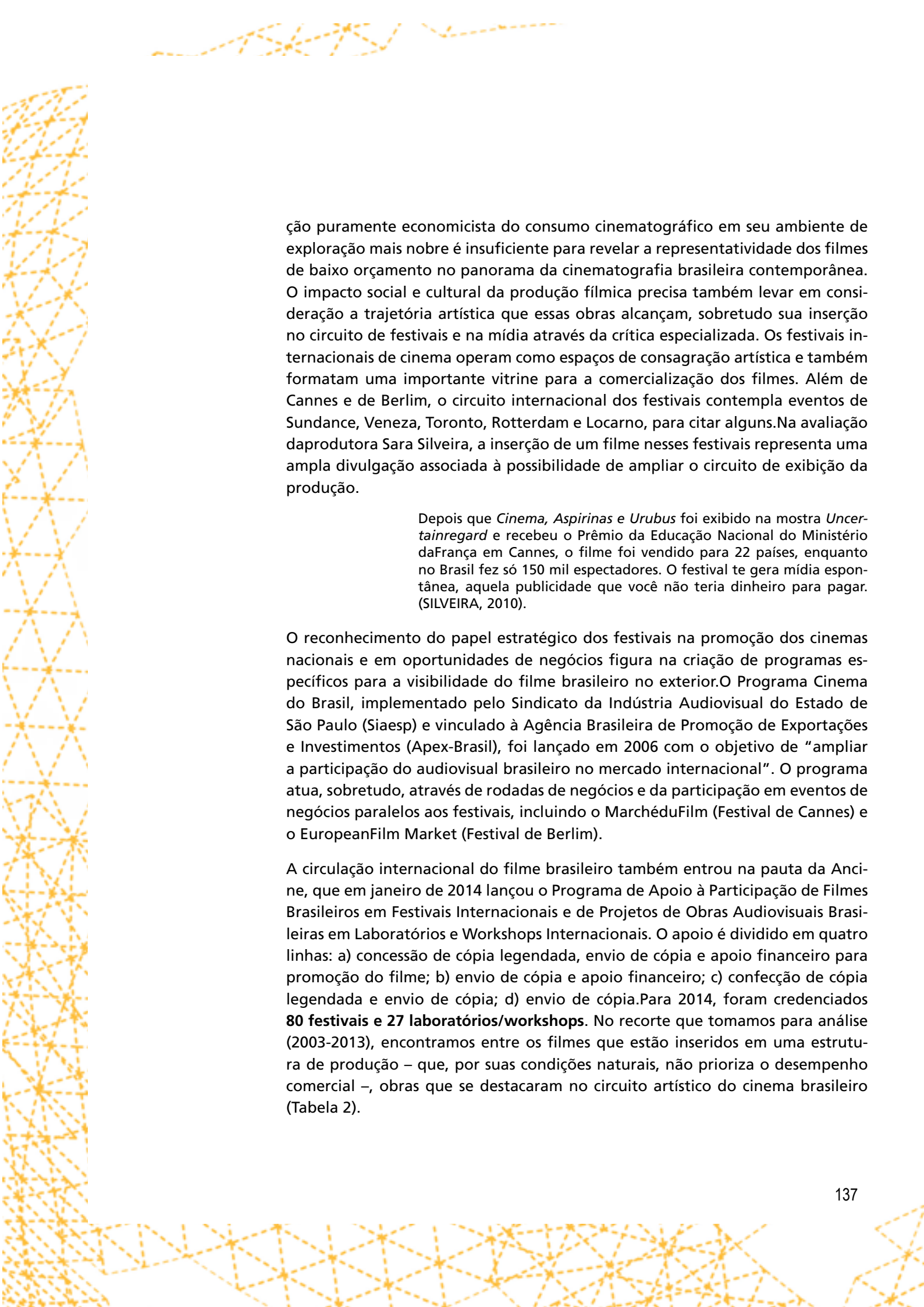
No cinema galego, a língua e a identificação cultural aparecem como os elementos que delineiam a produção de baixo orçamento realizada às margens do modelo hegemônico. No panorama do audiovisual brasileiro, onde não se percebe a mesma necessidade de proteção cultural ligada a uma identidade minoritária, os desafios dos filmes de baixo orçamento se localizam sobretudo no acesso aos modelos de produção e distribuição já consolidados no mercado. Interessa-nos aqui, especialmente, abordar alguns aspectos da circulação dos filmes brasileiros realizados em um contexto de baixo orçamento.

Ao falarmos da distribuição do filme brasileiro, tomando o cenário contemporâneo para observação, sobressaem para investigação três questões profundamente interligadas: a) a intensificação de uma produção fílmica com apelo comercial; b) a consolidação da Globo Filmes no mercado nacional; c) a relação entre o perfil orçamentário da obra e sua inserção no mercado, que origina uma quase invisibilidade dos filmes BO no circuito comercial. Examinemos a partir de agora esses pontos.

Nos últimos anos, vemos crescer, mesmo que de forma irregular, o número de filmes brasileiros que atingem mais de um milhão de espectadores.⁵ O que está por trás do aumento do *market share* do filme nacional, que passou de 10,7% em 2012 para 18,6% em 2013, é o investimento em produções que oferecem maior potencial de diálogo com o público. Não por acaso, entre os sucessos comerciais recentes tem-se uma leva de filmes adaptados de outros produtos culturais, sequências e, sobretudo, uma intensa aproximação da linguagem e da estética televisiva. Essa característica que marca os últimos dez anos do mercado cinematográfico brasileiro é o reflexo da atuação da Globo Filmes no setor e da sua capacidade de provocar desequilíbrio entre as formas de produção e os resultados de público/bilheteria dos filmes brasileiros. Fazendo um recorte da distribuição dos filmes brasileiros com captação abaixo de R\$ 1 milhão ou nenhuma captação registrada pelo Observatório do Cinema e do Audiovisual da Ancine entre 2003 e 2013, encontramos a seguinte equação: dos 387 filmes que tiveram algum tipo de distribuição, 282 se concentram na faixa de até 10 mil espectadores, sendo que 113 desses títulos foram vistos por menos de mil pessoas no circuito de exibição.

Os números da distribuição e exibição do mercado brasileiro apontam para uma posição de marginalidade da principal parcela dos filmes brasileiros no circuito de exibição de salas – característica acentuada no modelo BO. Mas uma avalia-

⁵ Em 2011, estreou nas salas brasileiras aquele que se tornaria o filme nacional com maior público na história do país, *Tropa de Elite 2*, que registrou mais de 11 milhões de espectadores.



ção puramente economicista do consumo cinematográfico em seu ambiente de exploração mais nobre é insuficiente para revelar a representatividade dos filmes de baixo orçamento no panorama da cinematografia brasileira contemporânea. O impacto social e cultural da produção fílmica precisa também levar em consideração a trajetória artística que essas obras alcançam, sobretudo sua inserção no circuito de festivais e na mídia através da crítica especializada. Os festivais internacionais de cinema operam como espaços de consagração artística e também formatam uma importante vitrine para a comercialização dos filmes. Além de Cannes e de Berlim, o circuito internacional dos festivais contempla eventos de Sundance, Veneza, Toronto, Rotterdam e Locarno, para citar alguns. Na avaliação da produtora Sara Silveira, a inserção de um filme nesses festivais representa uma ampla divulgação associada à possibilidade de ampliar o circuito de exibição da produção.

Depois que *Cinema, Aspirinas e Urubus* foi exibido na mostra *Uncertain regard* e recebeu o Prêmio da Educação Nacional do Ministério da França em Cannes, o filme foi vendido para 22 países, enquanto no Brasil fez só 150 mil espectadores. O festival te gera mídia espontânea, aquela publicidade que você não teria dinheiro para pagar. (SILVEIRA, 2010).

O reconhecimento do papel estratégico dos festivais na promoção dos cinemas nacionais e em oportunidades de negócios figura na criação de programas específicos para a visibilidade do filme brasileiro no exterior. O Programa Cinema do Brasil, implementado pelo Sindicato da Indústria Audiovisual do Estado de São Paulo (Siaesp) e vinculado à Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil), foi lançado em 2006 com o objetivo de “ampliar a participação do audiovisual brasileiro no mercado internacional”. O programa atua, sobretudo, através de rodadas de negócios e da participação em eventos de negócios paralelos aos festivais, incluindo o Marché du Film (Festival de Cannes) e o European Film Market (Festival de Berlim).

A circulação internacional do filme brasileiro também entrou na pauta da Ancine, que em janeiro de 2014 lançou o Programa de Apoio à Participação de Filmes Brasileiros em Festivais Internacionais e de Projetos de Obras Audiovisuais Brasileiras em Laboratórios e Workshops Internacionais. O apoio é dividido em quatro linhas: a) concessão de cópia legendada, envio de cópia e apoio financeiro para promoção do filme; b) envio de cópia e apoio financeiro; c) confecção de cópia legendada e envio de cópia; d) envio de cópia. Para 2014, foram credenciados **80 festivais e 27 laboratórios/workshops**. No recorte que tomamos para análise (2003-2013), encontramos entre os filmes que estão inseridos em uma estrutura de produção – que, por suas condições naturais, não prioriza o desempenho comercial –, obras que se destacaram no circuito artístico do cinema brasileiro (Tabela 2).

Tabela 2: Exemplos de filmes brasileiros de baixo custo com destaque no circuito artístico entre 2003 e 2013

FILME/ANO	ANO	DIRETOR	PÚBLICO
Amarelo manga	2003	Cláudio Assis	129.021
Um passaportehúngaro	2003	Sandra Kogut	9.069
O cheiro do ralo	2007	Heitor Dhalia	172.959
Os famosos e os duendes da morte	2009	Esmir Filho	8.328
Viajo porque preciso, volto porque te amo	2010	KarimAinouz e Marcelo Gomes	26.623
Histórias que só existem quando lembradas	2011	Julia Murat	8.802

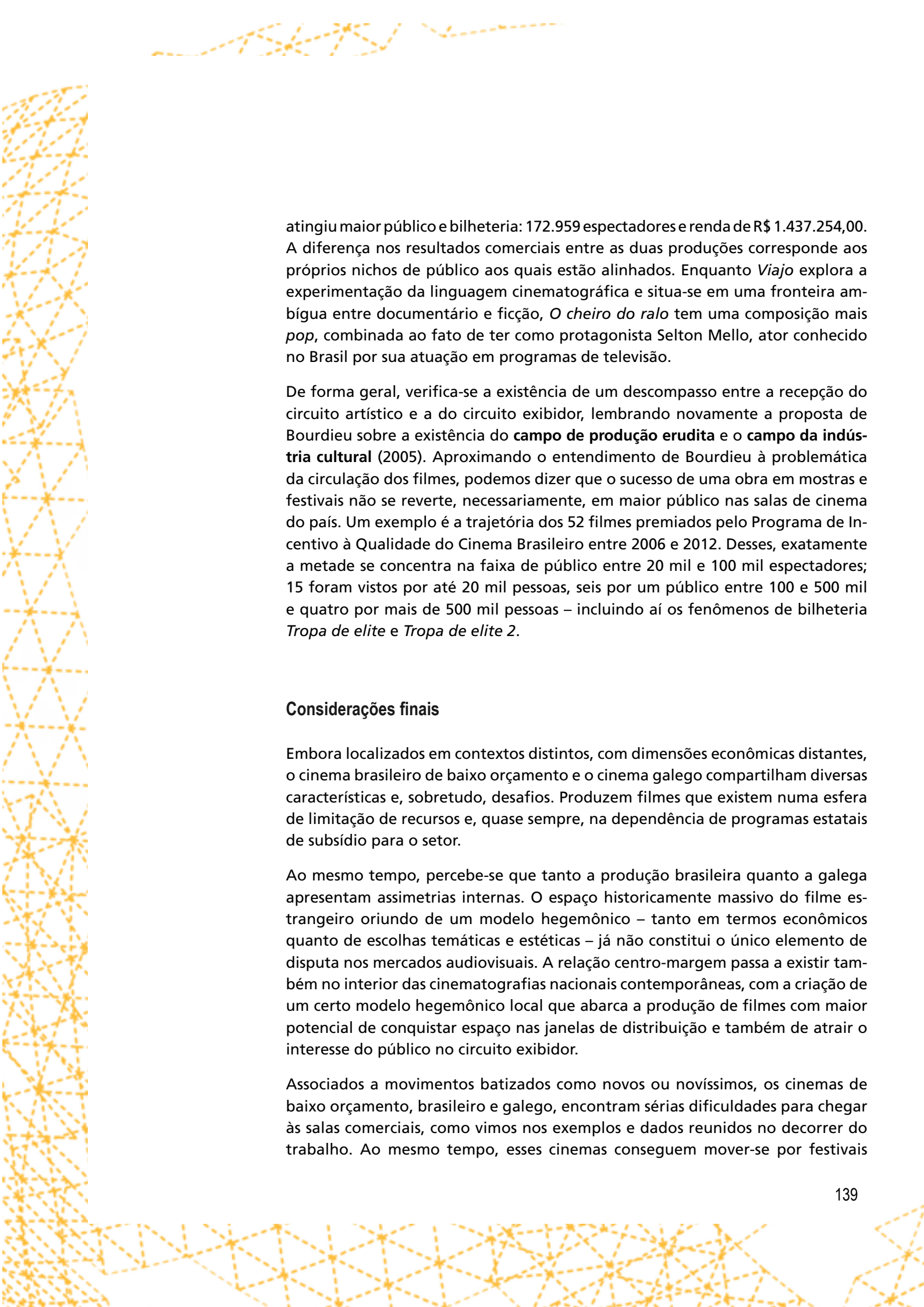
Fonte: Elaboração própria, 2015, a partir de dados da OCA/Ancine.

Tomemos para ilustração os filmes *Viajo porque preciso, volto porque te amo* (KarimAinouz e Marcelo Gomes, 2010) e *O cheiro do ralo* (Heitor Dhalia, 2007). Comorçamento de produção de R\$ 450 mil, *Viajo porque preciso, volto porque te amo* foi o filme melhor classificado no Programa de Incentivo à Qualidade em 2012. A obra, que se apropria de imagens em câmera super 8 captadas dez anos antes ao acompanhar a incursão do geólogo José Renato (Irandhir Santos) pelo sertão nordestino, ganhou prêmios no Festival de Havana e no Festival do Rio, e recebeu quadro indicações ao Grande Prêmio do Cinema Brasileiro. Outro destaque do filme foi sua apresentação no 66º Festival de Veneza durante a seção paralela *Horizontes*, destinada às produções de pesquisa de linguagem cinematográfica.

O cheiro do ralo, segundo longa de Dhalia, também teve repercussão positiva nos festivais por onde passou – recebeu o Prêmio da Crítica Internacional e o Prêmio Especial do Júri do Festival do Rio, o Prêmio do Júri da Mostra de Cinema de São Paulo, além de ter sido selecionado para a mostra competitiva do Festival de Sundance. O filme recebeu autorização da Ancine para captar R\$ 1.887.129,24, entretanto os patrocínios somaram somente R\$ 449.957,00. O valor levantado via leis de incentivo só foi utilizado na fase final da produção. O diretor iniciou as filmagens com os recursos aportados por ele e pelos produtores Rodrigo Teixeira, Marcelo Doria, Matias e Joana Mariani.

Comecei a falar em R\$ 300 mil, sem ter orçado. Era um completo blefe e todo mundo pensava que era verdade [...] Cada um entrou com cerca de R\$ 50 mil, ainda tivemos mais um prejuízo. Depois conseguimos mais R\$ 30 mil, mas tínhamos tanta paranóia do dinheiro acabar que economizamos R\$ 15 mil. Mas não acho que fazer filme com 300 paus seja modelo. (SIMÕES, 2007)

A bilheteria de *Viajo porque preciso, volto porque te amo* recuperou aproximadamente metade do orçamento de produção – além da complementação dos R\$ 100 mil vindos do Prêmio de Incentivo à Qualidade. Já *O cheiro do ralo* mostrou uma trajetória comercial mais bem sucedida dentro das possibilidades de um filme BO. O filme ocupou o máximo de 18 salas – mesmo número de *Viajo* – mas



atingiu maior público e bilheteria: 172.959 espectadores e renda de R\$ 1.437.254,00. A diferença nos resultados comerciais entre as duas produções corresponde aos próprios nichos de público aos quais estão alinhados. Enquanto *Viajo* explora a experimentação da linguagem cinematográfica e situa-se em uma fronteira ambígua entre documentário e ficção, *O cheiro do ralo* tem uma composição mais *pop*, combinada ao fato de ter como protagonista Selton Mello, ator conhecido no Brasil por sua atuação em programas de televisão.

De forma geral, verifica-se a existência de um descompasso entre a recepção do circuito artístico e a do circuito exibidor, lembrando novamente a proposta de Bourdieu sobre a existência do **campo de produção erudita** e o **campo da indústria cultural** (2005). Aproximando o entendimento de Bourdieu à problemática da circulação dos filmes, podemos dizer que o sucesso de uma obra em mostras e festivais não se reverte, necessariamente, em maior público nas salas de cinema do país. Um exemplo é a trajetória dos 52 filmes premiados pelo Programa de Incentivo à Qualidade do Cinema Brasileiro entre 2006 e 2012. Desses, exatamente a metade se concentra na faixa de público entre 20 mil e 100 mil espectadores; 15 foram vistos por até 20 mil pessoas, seis por um público entre 100 e 500 mil e quatro por mais de 500 mil pessoas – incluindo aí os fenômenos de bilheteria *Tropa de elite* e *Tropa de elite 2*.

Considerações finais

Embora localizados em contextos distintos, com dimensões econômicas distantes, o cinema brasileiro de baixo orçamento e o cinema galego compartilham diversas características e, sobretudo, desafios. Produzem filmes que existem numa esfera de limitação de recursos e, quase sempre, na dependência de programas estatais de subsídio para o setor.

Ao mesmo tempo, percebe-se que tanto a produção brasileira quanto a galega apresentam assimetrias internas. O espaço historicamente massivo do filme estrangeiro oriundo de um modelo hegemônico – tanto em termos econômicos quanto de escolhas temáticas e estéticas – já não constitui o único elemento de disputa nos mercados audiovisuais. A relação centro-margem passa a existir também no interior das cinematografias nacionais contemporâneas, com a criação de um certo modelo hegemônico local que abarca a produção de filmes com maior potencial de conquistar espaço nas janelas de distribuição e também de atrair o interesse do público no circuito exibidor.

Associados a movimentos batizados como novos ou novíssimos, os cinemas de baixo orçamento, brasileiro e galego, encontram sérias dificuldades para chegar às salas comerciais, como vimos nos exemplos e dados reunidos no decorrer do trabalho. Ao mesmo tempo, esses cinemas conseguem mover-se por festivais

internacionais e obter premiações que demonstram o valor cultural desses filmes. Além disso, a visibilidade que alcançam se reflete também nos *corpora* crítico e acadêmico, que reconhecem a existência de um modelo cinematográfico alternativo, que vem testando alternativas de produção e financiamento ao mesmo tempo que se consolida como espaço próprio para a inovação artística.

Referências

AUMONT, Jacques. **As teorias dos cineastas**. São Paulo: Papyrus, 2012.

AZALBERT, Nicolas. Loin de Madrid: lecinémagalicien. **Cahiersdu cinema**. Paris, n. 693, p. 58-59, 2013.

BOURDIEU, Pierre. **O campo literário**. Santiago de Compostela: Laidvento, 2004.

CRETON, Laurent. De l'indépendance en économie de marché: le paradigme stratégique en question. In: _____. (Org.). **Théorème**. Cinema & (in)dépendance: une économie politique. Paris: Sorbonne Nouvelle, 1998.

DE LA CALZADA, Marta. Cine gallego: viento del norte, a favor. **SModa El País**. Disponível em: <<http://smoda.elpais.com/articulos/cine-gallego-viento-del-norte-a-favor/5809>>. Acesso em: 18 jan. 2015.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Kafka**: por una literatura menor. México: Nueva Era, 1998.

ELSAESSER, Thomas. **European cinema**: Face to face with Hollywood. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2002.

FERNÁNDEZ, M. A. E agora que? **La Voz de Galicia**. Galicia, 10 maio 2010. Disponível em: <http://www.lavozdegalicia.es/ocioycultura/2010/05/23/0003_8502153.htm?utm_source=buscavoz&utm_medium=buscavoz>. Acesso em: 13 maio 2015.

GÓMEZ-VIÑAS, Xan. Cinema in Galicia: Beyond an Interrupted 'History'. In: MIGUÉLEZ-CARBALLEIRA, Helena. **A companion to Galician culture**. Woodbridge: Tamesis, 2014.

HEREDERO, C. F. Paisaje en movimiento. **Caimán**. **Revista de Cine**, Madrid, n. 22, p. 3, dez. 2013.

HJORT, Mette; PETRIE, Duncan (Eds.). **The cinema of small nations**. Edimburgo: Edinburgh University Press, 2007.

IKEDA, Marcelo; LIMA, Dellani. **Cinema de garagem**: um inventário afetivo sobre o jovem cinema brasileiro do século XXI. Rio de Janeiro: WSET Multimídia, 2011.

MIGLIORIN, Cezar. Por um cinema pós-industrial: notas para um debate. **Revista Cinética**, fev. 2011. Disponível em: <<http://www.revistacinetica.com.br/cinemapo-industrial.htm>>. Acesso em: 8 jan. 2015

_____. O que é um coletivo. In: BRASIL, André. (Org). Teia 2002 – 2012. Teia: Belo Horizonte, 2012.

MIGUÉLEZ-CARBALLEIRA, Helena. **A companion to Galicianculture**. Woodbridge: Tamesis, 2014.

OBSERVATORIO AUDIOVISUAL DE GALICIA. **Informe #2 – Axudas de Talento**. Disponível em:<<https://observatorioag.wordpress.com/2015/01/14/informe-2-talento/>>. Acesso em: 8 jan. 2015

PENA, Jaime. Figuras enelpaisaje. Renovaciónen Galicia. **Caimán. Revista de Cine**. Madrid, n. 19, p. 26-27, set. 2013.

ROCA, Silvia. Linguasminorizadas, cinema e identidade. Da ausencia do galego na produción e exhibición cinematográficas. In: LUSOCOM. **Anais...** Pontevedra, 2014.

SILVEIRA, Sara. Entrevista com Sara Silveira. **Contraplano**, São Paulo, 2010. Disponível em: <<http://contraplano.sesctv.org.br/entrevista/sara-silveira/>>. Acesso em: 8 ago. 2014.

SIMÕES, Eduardo. Freak show: Heitor Dhalia fala da “estética da leveza” que buscou em “O Cheiro do Ralo”, depois de pesar a mão em “Nina”, seu primeiro longa, fracasso de público; diretor agora opta por pegada “pop” e a presença do carismático Selton Mello. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 23 mar. 2007. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2303200707.htm>>. Acesso em: 10 mar. 2014.