

## Rotas e desvios nos espaços de exibição e difusão audiovisual do Brasil: Festivais, cineclubes e internet

Neli Fabiane Mombelli

Universidade Franciscana, Brasil  
nelifabiane@gmail.com  
<https://orcid.org/0000-0001-8920-0153>

**RESUMO** Este artigo aborda a crise nos espaços de exibição audiovisual na última década. O objetivo é discutir o fluxo da circulação de obras, com destaque para o cinema documental, em festivais, cineclubes e internet, a partir dos conceitos de *rota* e *desvio*, apropriados de Appadurai (1991). Especificamente, o artigo pretende abordar as transformações das formas de exibição e difusão, diferenciar a dinâmica do cinema documental para o ficcional, e refletir sobre a exibição de filmes como prática cultural. Até por volta de 2017, os espaços de exibição e difusão buscavam contornar, através de políticas públicas, a crise estrutural histórica. O período que se segue traz uma mudança substancial, tendo a internet como importante vetor da exibição e difusão cinematográfica. De *desvio*, ela agora também passa a ser *rota* e transforma as práticas sociais do cinema. Ainda assim, permanece a crise estrutural do setor.

**PALAVRAS-CHAVE** Espaços de exibição; cinema; documentário; internet; rotas e desvios.

Crise. Uma palavra simples, de efeitos largos e duradouros, cujo emprego e sentido se intensificou nos últimos tempos, sobretudo devido à pandemia da covid-19. Não obstante, o conceito já vinha reverberando no Brasil há mais tempo, impulsionado por questões políticas e econômicas, e com impactos diretos no campo social e cultural, especificamente no cinema e audiovisual, foco da discussão deste artigo. Milton Santos (2001), ao discutir a globalização, mostra que o capitalismo é organizado por períodos dentro de um sistema, e que cada um desses períodos é antecedido e sucedido por uma crise. Entretanto, a época atual, e isso é uma leitura que o autor faz na virada para os anos 2000, “é, ao mesmo tempo, período e crise” (Santos 2001, 16). Segundo ele, trata-se de um processo permanente de crises sucessivas, que geram uma crise estrutural, “por isso, quando se buscam soluções não

estruturais, o resultado é a geração de mais crise" (Santos 2001, 17). E crise estrutural sempre foi um tema presente no debate sobre a circulação de filmes no Brasil.

É nesta direção que esse texto versa ao abordar a crise nos espaços de exibição e difusão, com enfoque na dinâmica do cinema documental. O objetivo principal é discutir sobre o fluxo da circulação de filmes, a partir dos conceitos de *rotas* e *desvios*, e, mais especificamente, abordar as transformações nas formas de exibição na última década; diferenciar a dinâmica do cinema documental para o ficcional; refletir sobre a exibição de filmes como prática cultural, sem esquecer o seu acesso e janelas de exibição.

Parte das discussões aqui trazidas provêm de uma cartografia identitária do processo de produção e circulação de documentários no sul do Brasil, partindo de filmes de curta e média-metragem inscritos em mostras e festivais de vídeo e cinema nos estados do Paraná, Rio Grande do Sul e Santa Catarina, entre 2010 e 2013. Essa cartografia, incluída numa tese feita pela autora deste artigo, serviu para mapear realizadores e cartografar os lugares e as transversalidades da produção e circulação da cadeia produtiva do documentário. Os dados vão até ao primeiro trimestre de 2017, estrato de tempo em que ainda era possível olhar para os espaços de exibição e difusão no Brasil e entendê-los com características de certa maneira estabilizadas, embora já apontassem para mudanças em curso. Atualizamos alguns dados, mas é nessa abrangência de tempo/crise que vamos nos deter, pois os anos que se seguem precisariam de um novo estudo, já que as transformações verificadas são impactadas por uma clara mudança de hábitos de consumo, segundo dados do Cetic.br (Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação), publicados em 2018, que apontam para um crescimento no acesso a filmes e vídeos *online*, neste caso, de 49%, em 2012, para 71%, em 2017 (NIC.br 2018).

Essa alteração se acentuou a partir de 2019 com o crescimento das plataformas de Vídeo por Demanda (VOD) e com o isolamento imposto pela pandemia no ano seguinte. Segundo uma pesquisa do NIC.br (Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR), publicada em 2022, o consumo de filmes e séries cresceu entre todas as classes sociais, mas sobretudo na classe C, com um aumento de 6 milhões de indivíduos, na comparação entre 2019 e 2021, que pagaram para assistir a esse tipo de conteúdo. Além disso, "a pesquisa estima que, em 2021, (...) 10 milhões a mais tenham assistido a vídeos, programas, filmes ou séries

pela Internet em relação a 2019" (Núcleo 2022, 78). Segundo o mesmo documento, ainda que a pandemia tenha estimulado atividades culturais em contexto *online*, "as desigualdades socioeconômicas e territoriais tornaram-se mais marcantes nesse período, reforçando as barreiras históricas relacionadas ao acesso a bens culturais e à Internet e ao uso de tecnologias" (Núcleo 2022, 77). E aqui voltamos à crise estrutural que move a discussão desse texto.

### **Rotas e desvios: o fluxo da circulação de filmes**

A circulação de obras audiovisuais implica distribuição, exibição e consumo, e, historicamente, esse é o grande gargalo da indústria cinematográfica brasileira, porque há dificuldade em conectar o público às obras do ponto de vista do mercado cinematográfico, apesar dos elevados níveis de produção. Se o gargalo existe para a ficção, que tem preferência enquanto obra a ser exibida em uma sala de cinema, para o documentário essa rota se torna ainda mais difícil, devido ao seu baixo retorno comercial. Assim, a circulação deste tipo de filme vai se consolidando no que chamamos *desvios de mercado*, como os cineclubs, as exibições itinerantes, os canais educativos e públicos e a internet.<sup>1</sup> Até 2017, recorte desta pesquisa, ainda era possível classificar a internet como desvio, mas hoje isso já não se aplica da mesma forma. Discutiremos essa questão ao longo do texto.

Para falarmos de fluxo da circulação, pensamos a história social do cinema a partir da óptica de Arjun Appadurai (1991), nos apropriando dos seus conceitos de *rotas* e *desvios* para refletir sobre o fluxo das coisas e sobre o acesso a bens culturais.<sup>2</sup> O autor diz que o fluxo é sempre um acordo que oscila entre rotas, que são socialmente reguladas, e desvios, que são motivados. Para ele, o desvio é sempre um sinal de criatividade ou crise, seja estética ou econômica, pois se busca um caminho alternativo ao institucionalizado. Se pensarmos na circulação de produtos audiovisuais a partir do ponto de vista da cadeia produtiva industrial, sobretudo quando se fala em cinema, a rota, que é o caminho

<sup>1</sup> No Brasil, as emissoras educativas podem ser públicas ou privadas. Nos canais públicos também estão presentes TVs ligadas aos poderes legislativo, judiciário e executivo. Alguns estão disponíveis na TV aberta e outros por assinatura.

<sup>2</sup> No livro *La Vida Social de las Cosas*, publicado originalmente em 1986, Arjun Appadurai fala de antropologia do consumo, cultura material e da circulação de mercadorias na vida social.

previsto para uma obra, por mais excludente que seja, é a instituída por salas comerciais de cinema, pela televisão comercial (aberta e fechada) e, nos últimos anos, pelas plataformas OTT (Over-The-Top), pois são os espaços que dão retorno tanto financeiro como de audiência, ou seja, é o circuito de mercado.<sup>3</sup>

Por outro lado, se pensarmos nos desvios, ou seja, nas alternativas criadas à indústria cultural por diversos motivos, como por exemplo, em função dos altos preços dos ingressos, das localizações centralizadas das salas, do domínio das *majors*, dos *lobbies* corporativos de exibição na televisão e nos serviços de OTT pagos, temos os *downloads* de filmes pela internet e plataformas gratuitas de *streaming*, algumas com versões ilegais, e, apesar de obsoletos, a pirataria de DVDs ou em *pen drives*.<sup>4</sup> Esses itens, inclusive, evidenciam a substituição de tecnologias nos últimos anos. A mídia física cai em desuso no mesmo período em que o acesso à internet de banda larga tem sua escalada, entre os anos de 2016 e 2017. Também os *blockbusters* disponibilizados ilegalmente na internet são uma maneira de enfrentar a crise do acesso, como sugere Appadurai, criando desvios que são motivados pela via econômica.<sup>5</sup> Vale a pena citar:

Hoje eu colocaria a questão do seguinte modo: se falamos de globalização, se observamos os fluxos culturais globais, com suas irregularidades, os impedimentos para acessá-los e o acesso imperfeito e desigual que as pessoas têm a esses circuitos – tudo isso tem a ver com o que eu concebia como ‘caminhos e desvios’. E isso pode ser generalizado, pois os padrões de fluxo de coisas têm a ver com o que chamo de a política do valor e o lugar das elites, com o fato de que essas coisas têm uma economia, que essa economia é uma economia política e que nem tudo é possível a qualquer momento para todas as pessoas. Tudo isso tem a ver com o estudo da globalização. (cit. Freire-Medeiros e Cavalcanti 2010, 191-192)

Appadurai também fala sobre as demandas e desejos que influenciam as rotas e os desvios. Ele diz que a “demanda surge como uma função da

<sup>3</sup> No Brasil, há canais de TV que são transmitidos de forma gratuita e não se configuram necessariamente como canais públicos, por isso chamados de TV comercial aberta. Já a televisão comercial fechada é a TV por assinatura. O termo OTT designa as plataformas que distribuem conteúdo *online* através da internet.

<sup>4</sup> As *majors* são grandes estúdios de produção norte-americana como Warner, Paramount, Fox, entre outros.

<sup>5</sup> Os *blockbusters* são filmes da indústria cinematográfica, geralmente produzidos em Hollywood, com um grande investimento em *marketing*, e, por isso, com um grande alcance e domínio da distribuição comercial de vários países do mundo.

diversidade de práticas e classificações sociais, ao invés de emanação misteriosa das necessidades humanas" (Appadurai 1991, 47, minha tradução). Muito mais do que uma simples resposta às necessidades do ser humano, a demanda se dá por uma série de motivações, incluindo a subjetividade, a posição social e a cultura. Néstor García Canclini defende que "é preciso examinar o que a globalização, o mercado e o consumo têm de cultura" (1999, 20), uma vez que tudo existe e se transforma porque as pessoas dão significados às coisas e às relações. Por isso, o autor diz que problemas relativos ao consumo e ao mercado não são apenas voltados para o âmbito comercial. Há que pensar além disso, perspectiva que complementa a ideia de Appadurai, quando ele afirma que a demanda influencia o consumo e a produção, da mesma forma que estes influenciam aquela.

Na esfera política desses caminhos sinuosos da circulação, podemos citar como exemplos os blogues e *sites* que publicam conteúdos cinematográficos, disponibilizando filmes e séries para serem baixados pelos internautas. Isso é contra a legislação vigente, pode ferir direitos autorais, mas não deixa de ser um ato político em favor da democratização do acesso. O próprio *download* da obra também pode ser um gesto político que integra a cultura digital, embora seja errôneo pensar que todo o *download* realizado está consciente das regras que regem a indústria cinematográfica. O próprio compartilhamento de *logins* e senhas de plataformas OTT, que tentam limitar o acesso por usuário, é uma forma de contornar a escassez do acesso.

Nesse sentido, Appadurai diz que a "demanda é então a expressão econômica da lógica política do consumo" (1991, 48, minha tradução) e que o consumo é "eminentemente social, correlativo e ativo" (1991, 48, minha tradução), excluindo as características puramente individualizadas. Voltamos ao ato de baixar um filme da internet, que, aliás, agrupa diversos valores. Pode-se fazer o *download* porque todos estão falando do filme, há uma necessidade de conhecê-lo e não há possibilidade financeira de ir a uma sala de cinema ou de pagar para o ver na internet. Pode-se baixá-lo porque a obra do diretor é conhecida e apreciada pelo sujeito e este é mais um título de sua filmografia. Pode-se baixá-lo por simplesmente considerar o ato mais prático e/ou mais confortável do que ir até o cinema, e assim o sujeito pode assistir ao filme em casa, à hora que desejar, com pausas, sozinho ou acompanhado. Pode-se baixar o filme por pura curiosidade em relação à história ou porque se trata de um hábito do espectador, que sempre faz *downloads* de filmes e

não costuma assistir a essas produções em outros lugares e/ou em outras telas. Ou se baixa um filme porque não há uma sala de cinema na cidade do sujeito ou porque o filme não chegou até à sala mais próxima nem às plataformas OTT. O desvio, por vezes, acaba sendo a possibilidade para resolver uma demanda de acesso, já que um filme só completa o seu sentido de existência quando chega até ao público. O caminho para uma obra audiovisual chegar até ao público é repleto de implicações políticas, econômicas, culturais e sociais.

No Brasil, o cinema sempre teve os contornos de uma arte elitizada, com salas localizadas nos grandes centros urbanos, a preços não tão acessíveis e com problemas na exibição das produções nacionais, já que sempre houve mais espaço para a projeção de *blockbusters* norte-americanos do que para filmes brasileiros (Bolaño, Dominguez e Santos 2006). Além disso, conforme dados da Agência Nacional do Cinema (ANCINE), em 1975, o Brasil possuía um parque exibidor descentralizado, atingindo 80% das cidades do interior, com cerca de 3300 salas, uma média de uma sala para cada 30 mil habitantes. A partir de 1997, esse número muda drasticamente, chegando a pouco mais de 1000. Mais adiante, as salas se ampliam com a expansão de *shoppings centers*, chegando às 3507, em 2019, mas baixando, em 2021, para as 3266 (ANCINE 2022, 7), devido ao fechamento de algumas, durante 2020, em função da pandemia, período que registrou apenas 1860 salas disponíveis, o que faz uma média de uma sala para cada 65 mil habitantes (ANCINE 2022b).

Deste montante, 1046 salas estão localizadas somente no estado de São Paulo, isto é, 32%. Já o estado do Rio de Janeiro fica em segundo lugar, com 360 salas, uma representação de 11%, e Minas Gerais com 264, totalizando 8,1%, ou seja, e segundo o próprio relatório da ANCINE: “somados, esses três estados concentraram cerca de 51% das salas do país em 2021” (ANCINE 2022a, 50), o que praticamente não mudou no comparativo com 2016. Em 2013, o levantamento da Agência apontava que o crescimento do parque exibidor se deu de forma concentrada, ao serem “privilegiadas as áreas de renda mais alta das grandes cidades. Populações inteiras foram excluídas do universo do cinema ou continuam mal atendidas: o Norte e o Nordeste, as periferias urbanas, as cidades pequenas e médias do interior” (Ancine 2013).<sup>6</sup> Esse trecho de

<sup>6</sup> Esta página governamental não está mais disponível. As informações eram encontradas em <http://cinemapertodevoce.ancine.gov.br/>. No decurso do desmonte da Ancine, ocorrido nos últimos

texto inclusive figurou na prova do Enem (Exame Nacional do Ensino Médio) de 2019, que propunha discutir a democratização do acesso ao cinema no Brasil.

É preciso registrar que a presença das produções brasileiras nas salas de cinema tem aumentado. Segundo a ANCINE, em 2012, foram lançadas 83 produções, sendo que em 2022 esse número chegava a 129, o mesmo valor que 2015. Já o ano com maior registro de títulos brasileiros foi 2018, com 183, enquanto 2020, ano da crise sanitária, registrou o menor número, 59. Na comparação entre documentário e ficção, a diferença entre os lançamentos de 2013 a 2016 está sobretudo no crescimento dos filmes de ficção, sendo que em 2014 e 2016 o número de ficção ultrapassou o de documentários, nesse caso mais que o dobro. O documentário, por sua vez, teve um crescimento exponencial de lançamentos entre 2017 e 2019, com o seu auge em 2018, quando registrou o lançamento de 83 títulos contra 97 de ficção. Em 2021, a diferença entre os gêneros volta a crescer, como é possível verificar no Gráfico 1. É claro que esses dados nos dão um detalhamento completo do documentário de longa-metragem que chega até as salas de cinema. Não obstante, temos de considerar a produção de longas que não chega até esta janela, afora a produção de curtas e médias-metragens que não têm espaço nesse circuito, mas cujos números carecem de um tratamento aprofundado como este.

tempos, estas e outras informações de programas da área desapareceram do site institucional. O apagamento de dados constituiu um sério problema para esta pesquisa.

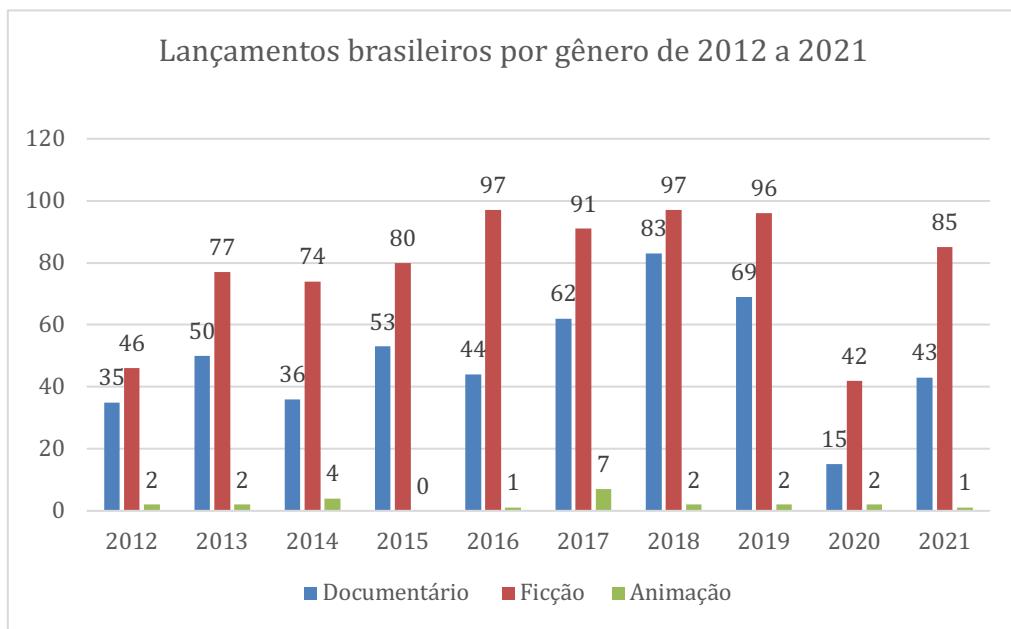


Gráfico 1: lançamentos de títulos brasileiros por gênero no período de 2012 a 2021. Elaborado pela autora com base nos dados da ANCINE (2022c).

Embora tenha aumentado a participação de títulos nacionais no mercado exibidor, 17 dos 20 filmes brasileiros mais vistos no período de 2012 a 2021 foram distribuídos pela mesma empresa, a *Downtown/Paris*. Isso significa que o mercado exibidor brasileiro continua restrito, porque o estímulo do público “depende fortemente de produções de grande porte e potencial comercial” (ANCINE 2022, 8), e a distribuição das produções nacionais nas salas de cinema fica à mercê do fluxo dos *blockbusters* norte-americanos, pois quanto mais eles ocupam as salas, conforme aponta o anuário da ANCINE, menor é “a disponibilidade (...) para lançamentos brasileiros” (ANCINE 2022, 8).

Do ponto de vista social e cultural, nas décadas de 1970 e 1980, o cinema era tido como “prática social”. Graeme Turner lembra que “o evento era ir *ao cinema*, e não ir assistir a *este filme em particular*” (Turner 1997, 16). Com o passar dos anos, o cinema foi se elitizando, principalmente em função dos preços e das localizações das salas, como já mencionamos, mas também perdeu espaço para outros meios, suportes e plataformas, como a televisão, o DVD e a internet, que provocaram mudanças na ordem da cultura de ir ao cinema. Se pensarmos pela óptica do documentário, o espaço nas salas de cinema é relativamente baixo. A cultura do cinema formada pelo mercado cinematográfico e ratificada pela historiografia clássica sempre deu preferência para o longa-

metragem de ficção. Há cerca de 40 anos também havia espaço para o curta-metragem, que era previsto na legislação, com a Lei do Curta.<sup>7</sup> Hoje isso já não se aplica.

Em 2014, o roteirista norte-americano Robert McKee arriscou algumas previsões em entrevista à revista *Veja*, defendendo que TV e cinema se tornarão uma só, disponíveis na internet, com diferença apenas na duração da produção (Kusumoto 2014). Ele prevê que apenas alguns cinemas continuarão funcionando com poucos frequentadores e que a transmissão pela TV desaparecerá. Apocalíptica ou não, essa tese de McKee mostra mais uma vez que as transformações das práticas sociais que determinam a cultura são contínuas e afetam o fluxo dos meios de comunicação. A partir disso, Appadurai afirma que a demanda possui duas relações distintas entre o consumo e a produção. De um lado, ela é determinada por forças sociais e econômicas – é regulamentada. Por outro, ela “pode manipular, dentro de certos limites, estas forças sociais e econômicas” (Appadurai 1991, 49, minha tradução), da mesma forma que as duas lógicas podem sofrer influências mútuas.

A regulação se dá, sobretudo, a partir da cultura e da política, uma vez que ela própria é uma relação entre cultura e estruturas de poder, que estabelecem regras para a vida cultural e sociedade. “A política [em seu sentido amplo] é o que une valor e trocas na vida social das mercadorias” (Appadurai 1991, 77, minha tradução). Por meio das regulações e da economia, a política fomenta a vida social dos bens culturais. Para Appadurai, a política não é formada apenas por privilégios e controle social, ela também deve manter a tensão constante das estruturas existentes, como o preço e a negociação, para que as mercadorias não estagnem dentro dessas estruturas. Por isso, na economia política, quando há uma falha no mercado, como, por exemplo, os monopólios, em que um grupo vende o produto por um valor acima do que a concorrência normal propiciaria, há um desnível entre a maximização dos lucros e o bem-estar social.

Segundo Leandro Valiati, “[a] teoria econômica indica que, na existência de uma falha no mercado, o Estado deve interferir, criando mecanismos que permitam a otimização do bem-estar social à maximização dos lucros

<sup>7</sup> O texto que busca regulamentar a exibição de curtas-metragens na sala de cinema é de 1975, conforme a lei 6281, de 9 de dezembro de 1975. Após, a ‘Lei do Curta’ sofreu sucessivas regulamentações a partir do surgimento do Concine (Conselho Nacional de Cinema) e se tornou inviabilizada com a extinção do órgão em 1991.

empresariais” (Valiati 2010, 23). Essa intervenção pode se dar de três formas, conforme Alfredo Filellini (1989) defende. A primeira delas pode ser por meio de subsídios diretos, que reduzirão o preço sem afetar os lucros. A segunda compreende um ato regulatório, isto é, uma intervenção do governo para que os monopólios e oligopólios obtenham um lucro considerado “normal”. A terceira forma passa pela estatização da produção, revertendo o lucro extra para a sociedade ou para os recursos do Tesouro (Filellini 1989). Assim, as políticas públicas para o setor audiovisual, como leis e editais de fomento à cultura, são uma intervenção estatal para suprir problemas de mercado. Porém, embora haja recursos para o setor, a maior parte do subsídio estatal ainda é destinado para a produção, o que não resolve a crise na distribuição e exibição do audiovisual brasileiro, ou seja, não há alterações na demanda.

No que toca à exibição, pode-se destacar alguns programas criados no âmbito de políticas públicas, em vigor de 2012 a 2018, que buscaram democratizar o acesso dos espectadores e ampliar os espaços de exibição, até à extinção, no ano seguinte, do Ministério da Cultura e precarização da ANCINE, com a sua suposta autonomia ainda mais relativizada e cerceada. Programas do Ministério da Cultura, via Secretaria do Audiovisual (SAv/MinC), como o *Cine Mais Cultura*, permitiam o acesso e difusão de obras brasileiras.<sup>8</sup> Por meio de editais, o programa fomentava exibições cineclubistas, fornecendo um *kit* com telão, aparelho de DVD, projetor, mesa de som, caixas de som, amplificador, microfones sem fios e filmes brasileiros, desde curtas, médias e longas-metragens de ficção, documentários e animações, selecionados pela *Programadora Brasil*.<sup>9</sup> Já a ANCINE possui o programa ‘Cinema Perto de Você’, do Fundo Setorial do Audiovisual (FSA), lançado em 2012, que busca fortalecer empresas do setor e estimular a atualização tecnológica, “facilitando o acesso da população às obras audiovisuais por meio da abertura de salas em cidades de porte médio e bairros populares das grandes cidades” (Ancine 2022d). Atualmente, só é possível encontrar informações sobre o programa no site do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), que

<sup>8</sup> O link de acesso à página governamental com informações do projeto *Cine Mais Cultura* não está mais habilitado. Costumava estar disponível em <http://www.cultura.gov.br/cine-mais-cultura>.

<sup>9</sup> A *Programadora Brasil* funcionou de 2007 a 2010, lançando DVDs com filmes brasileiros licenciados para sessões sem fins lucrativos. O catálogo possuía 700 títulos e circulou por diversos pontos de exibição, como cineclubes de todo o Brasil.

menciona informações sobre financiamento com prazo previsto até junho de 2019.<sup>10</sup>

Há ainda a chamada Cota de Tela, que, desde 2001, assegura a presença de filmes nacionais nas telas comerciais do cinema brasileiro. O número de títulos varia conforme o número de salas disponíveis nos complexos, mas, em 2016, por exemplo, ano com boas audiências, foram exibidos de 3 a 24 filmes nacionais por sala, que permaneceram em cartaz entre 28 e 63 dias. A Cota de Tela era uma forma de reservar vagas no mercado cinematográfico diante do domínio estrangeiro, que, porém, perdeu sua validade no início de 2022 e ainda não foi renovada pelo Congresso. Deverá ser pauta encarada na nova gestão do governo de Luiz Inácio Lula da Silva. Em termos de televisão, foi implementada, em 2011, a Lei da TV Paga, que prevê cotas para a exibição de conteúdos audiovisuais produzidos no Brasil. Entre as principais determinações está a obrigação de canais de espaço qualificado dedicarem 3h30min semanais do seu horário nobre à exibição de obras nacionais.<sup>11</sup> Desse montante, no mínimo, metade do conteúdo deve ser produzido por produtoras independentes brasileiras. Débora Ivanov, diretora da ANCINE entre os anos de 2015 e 2019, considera ridícula a cota de 2,8% de conteúdo nacional nos canais por assinatura, sendo que somente metade disso é direcionado para conteúdo independente. Ela comenta que na Europa a porcentagem nacional é de 50% e que cada país define a sua cota para independentes (Carmelo 2021).

Esses subsídios foram avanços que fomentaram a circulação da produção audiovisual do país, mas que precisam ser retomados e aprimorados depois das crises dos últimos anos. Por exemplo, a Cota de Tela precisa ser ainda mais fortalecida, porque também pode abrir caminhos para uma discussão sobre espaço nos cinemas para a exibição de curtas e médias-metragens, que possuem hoje um número expressivo de produção no país, e cujo financiamento advém também de subsídios para a produção audiovisual. Porém, ao assegurar uma reserva de mercado para o cinema nacional, é necessário resolver um outro problema, que é o do estímulo para que o público assista às produções nacionais,

<sup>10</sup> Informações disponíveis em <https://www.bnDES.gov.br/wps/portal/site/home/financiamento/produto/cinema-perto-de-voce>.

<sup>11</sup> O artigo 2 da Lei 12.485/2011 define canais de espaço qualificado e está disponível em [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2011/lei/l12485.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12485.htm). O “horário nobre” corresponde ao período da grade de programação com maior índice de audiência.

provocado pela falta de uma cultura para tal ou até mesmo pelos horários reservados para as produções, que, na maioria, costumam ser no início ou meio da tarde. Outra questão é o acesso aos cinemas, em que grande parte da população é excluída em função do valor dos ingressos, o que Filleolini (1989) chama, em termos econômicos, de “catraca”, e que gera exclusão. No caso do documentário, mesmo que seja de longa-metragem, ele enfrenta mais dificuldades para chegar à telona do que um filme de ficção, isso porque historicamente não atrai tanto público quanto a ficção. Ainda, o investimento necessário para entrar em um circuito cinematográfico é alto.

Já a Lei da TV Paga movimenta a economia da cultura brasileira e permite a exibição de curtas e médias-metragens, mas o público ainda é seletivo, pois só tem acesso quem possui capital financeiro para assinar uma TV a cabo ou encontra um desvio para fazer uma ligação clandestina. Uma proposta interessante seria ter regulamentações dessa natureza para a TV aberta. Também, por mais que a iniciativa busque democratizar a produção, abrindo espaço para novos produtores, há conglomerados que criam e gerenciam pequenas produtoras, isto é, há um *lobby* corporativo que ainda comanda parte das produtoras e abocanha essa porcentagem irrisória frente a toda potência da produção nacional. Valério Brittos (2022) fala a respeito da necessidade de uma regulação democrática do aparato tecnológico contemporâneo, principalmente, no que se refere ao conteúdo audiovisual, uma vez que há, conforme o autor aponta, uma hegemonia sobre os processos midiáticos. É claro que a Lei da TV Paga permitiu descentralizar parte das produções, já que a demanda das emissoras por conteúdo aumentou significativamente. Mas ainda há muitas produtoras, principalmente as de pequeno porte, localizadas fora dos grandes centros ou capitais vinculadas à produção audiovisual, que enfrentam dificuldades para se inserir neste circuito.

Se pensarmos os espaços de exibição e difusão de obras nacionais pelo ponto de vista do documentário, precisamos pensar também nas formas autônomas de circulação, isto é, nos desvios que são criados para estas produções. De acordo com a pesquisa realizada pela tese da autora deste artigo (Mombelli 2017), que entrevistou produtores de documentários da região sul do Brasil, os desvios são os cineclubes, os festivais, as sessões itinerantes e a internet. As televisões públicas e educativas também possuem um caráter de desvio ao se inserirem como opções para ampliar o público deste tipo de cinema, por ainda possuírem uma audiência restrita e por não integrarem necessariamente a rota, isto é,

não se produz documentários pensando em exibi-los nesses canais. Por outro lado, há editais que preveem a liberação dos direitos autorais das obras a serem produzidas para TVs públicas, como é o caso de editais do Fundo de Apoio à Cultura do Rio Grande do Sul (FAC/RS), que cedia os direitos de exibição para a TVE-RS (emissora pública de televisão do Rio Grande do Sul) por um ano. Neste caso, ao instituir esse direcionamento, elas vão se transformando em rotas, mesmo que tenham ainda um caráter desviante.

Como o próprio documentário pode ser considerado um desvio dentro da produção cinematográfica e audiovisual, o que chamamos de desvios na circulação também poderia ser entendido como as rotas do documentário, já que esse tipo de filme enfrenta dificuldades na sua relação com o circuito cinematográfico. As salas de cinema poderiam ser os desvios, e os festivais as rotas. Assim como a televisão comercial aberta e fechada são rotas institucionalizadas sobretudo a partir da Lei da TV paga. Aliás, os festivais carregam, mais que as outras formas, essa dualidade de rota e desvio, pois eles são rota, enquanto uma janela de exibição, isto é, são a possibilidade de colocar o documentário em circulação, principalmente se o festival for de grande prestígio, pela possibilidade de abrir muitas portas, mas podem ser desvio, na medida em que se torna um espaço de exibição que não dá necessariamente retornos de audiência, por ter um público restrito, nem retornos financeiros, mas continua sendo um espaço para trocas culturais e com vocação para o social.

Assim, dentro dos estudos da indústria cinematográfica brasileira, é preciso prever esse pensamento, que não se guia somente pela lógica da economia macro, mas também de como se dão os arranjos das obras cujas produção e circulação são perpassadas por outras lógicas. É como se no campo do cinema o documentário criasse a sua própria lógica para existir, isto é, como expressa Martín-Barbero, ao citar o vídeo independente na América Latina, “funcionando em circuitos paralelos e abrindo caminho nas brechas deixadas pelos circuitos do mercado” (Martín-Barbero 2004, 310). Como categorizar é sempre uma ação limitadora, já que as categorias não costumam prever o esmaecimento das bordas que as restringem, o que queremos dizer é que, embora essa relação entre desvio e rota possa parecer uma espécie de circuito alternado, conforme o ponto de vista, nossa mirada é de que os cineclubes, os festivais, as sessões itinerantes e a internet (pelo menos até 2018) são desvios para os produtos audiovisuais.

## O desvio como gênese econômica, política, social e cultural

A partir da ideia de desvio, temos os cineclubes, que acabam se tornando um caminho alternativo para democratizar o acesso à produção audiovisual brasileira. As atividades cineclubistas são desenvolvidas sem fins lucrativos e vão na contramão da indústria cultural, de forma a fomentar o pensamento crítico, a formação de público e a experiência coletiva, isto é, em sua maioria, difundem a fruição das obras pelo viés cultural e não pelo mero entretenimento. É por essas características que tratamos os cineclubes como um desvio na cadeia produtiva cinematográfica e audiovisual. Contudo, é preciso fazer uma ressalva de que o gênero ficção também é preponderante nas sessões de cineclubes comparado à exibição de documentários.

Já falar dos festivais de cinema e vídeo no Brasil é um tanto desafiador, pois, quando falamos na cadeia produtiva desviante, faltam registros de dados e pesquisas que se debrucem sobre esse assunto. Os perfis dos festivais de cinema e vídeo são dos mais variados possíveis. Há os festivais para a grande produção, mas também há os voltados para produções de baixo orçamento, audiovisuais periféricos, cinema fantástico, universitário, estudantil, de diversidade sexual, ambiental, rural, afirmativo, enfim, uma infinidade de gêneros, abrangência, temas e formatos. Em 2015, o Guia Kinoforum, da Associação Cultural Kinoforum, apresentava 275 festivais audiovisuais mapeados pelo Brasil. Em 2017, a busca no Guia mostrava apenas 100 festivais, mas em 2023 constavam já 138 festivais<sup>12</sup>. Segundo o Guia Kinoforum, as informações sobre os festivais são atualizadas pelos organizadores dos eventos, o que também explica a discrepância de informações que encontramos em 2015 ao mapearmos os festivais e mostras na região sul do Brasil, quando nos deparamos com alguns eventos que não constavam no catálogo do Guia, e outros que constavam, mas não estavam em atividade. Embora haja limitações nos registros, esses números dão uma dimensão da oscilação dos eventos, o que pode ser resultado da falta de políticas públicas que permitam continuidade para esse tipo de atividade do setor.

Outro aspecto a ser observado é a dimensão da força desses eventos, pois, como lembram Tetê Mattos e Antonio Leal, há festivais que são organizados em cidades onde não há salas de cinema, assim, eles acabam sendo “a única possibilidade para que a população mantenha contato

<sup>12</sup> Disponível em <http://www.kinoforum.org.br/guia/festival/resultadoBusca/>.

com o cinema” (Mattos e Leal 2009, 212). Os autores salientam também que as mostras e festivais desempenham diversos papéis importantes, pois muitos deles, além de realizarem exibições, promovem debates, palestras, oficinas de realização audiovisual, proporcionando reflexão, articulando o setor e formando plateias. Para Mattos e Leal os festivais estão em sintonia com as práticas culturais e, acrescentamos, desenvolvem um importante papel social:

Ou seja: realizar exibições sem cobrança de ingresso; promover oportunidades de inserção no mercado de trabalho por meio das oficinas; estimular a produção audiovisual oriunda de comunidades periféricas; gerar empregos; disponibilizar transporte e alimentação para a presença do público infantil nas sessões; fazer projeções em comunidades de periferia; investir em infraestrutura para exibição pública e gratuita; e estimular, absorver e difundir projetos sociais são também consideradas ações de caráter cultural independentemente do impacto social que proporcionam. Essa perspectiva de interconexão entre cultura e social proporcionada pelos festivais gera um estimulante processo de inclusão. (Mattos e Leal 2009, 219)

A natureza dos festivais é diversa. Alguns são realizados por grupos que se formam em função do evento e voluntariamente, já outra sobrevive da captação de recursos por meio de leis de incentivo e editais de fomento direto. São também espaços que precisaram se reinventar com a crise sanitária. Algumas mostras e festivais foram cancelados, outros foram realizados exclusivamente *online*, outros tiveram formato híbrido. E, novamente, veio outra discussão com as exibições *online*, pois alguns filmes foram pirateados durante a disponibilização *online* nos festivais. Com certeza essa crise deverá deixar marcas que irão reverberar nas edições que virão.

As itinerâncias, por sua vez, são exibições de filmes realizadas de forma irregular, isto é, não há uma continuidade das exibições, pois elas são sempre organizadas em lugares diferentes, com horários e datas que se modificam. Elas eram comuns no início da história do cinema, por não haver espaços físicos constituídos para a exibição de filmes, até surgirem as primeiras salas de cinema. As sessões itinerantes são importantes na medida em que levam filmes para periferias de grandes centros urbanos e para municípios que não possuem salas para esse efeito. É mais uma forma de democratizar e descentralizar o acesso, uma vez que as sessões costumam ser gratuitas e a lista de filmes costuma ser variada, desde produções locais, a obras nacionais e filmes estrangeiros. Elas

caracterizam-se por ser um ambiente de recepção diferente do dito convencional, como as salas de cinema comercial ou do ambiente familiar, pois “a recepção pode ser ruidosa, repleta de conversas, comentários e diálogos com os próprios personagens dos filmes” (Silva 2009, 16). Isso porque elas não possuem um lugar fixo e necessariamente fechado para serem realizadas e ocorrem em espaços públicos como praças, ruas, centros comunitários, associações, escolas, igrejas, entidades culturais, entre outros. É uma experiência coletiva, de sociabilidade, que se difere da recepção em uma sala de cinema, por exemplo.

E, por fim, temos a internet, inicialmente tida como desvio e que, com o passar do tempo, devido às crises no setor, sobretudo à grande influência da pandemia de covid-19 no consumo de audiovisual, tem se tornado rota. A internet abre cada vez mais portas para produção e distribuição de conteúdos. A partir do mundo virtual, há potência para atingir qualquer tipo de público, exceto se considerarmos as limitações de acesso, mas não há uma estratificação clara via internet, a não ser pelo acesso à banda larga em si. Essa capacidade se expande ao pensarmos a internet como uma mídia para distribuir audiovisuais. Assim como há conteúdos que são produzidos especificamente para a Internet, também há os que são disponibilizados na rede, mas que foram produzidos para outras plataformas. Essa distribuição se dá desde vídeos amadores até vídeos profissionais. Há espaço para todos na web, com diferentes tipos de custos, incluindo conteúdos gratuitos.

Rose Santini e Juan Calvi (2013) colocam que as principais características ligadas ao consumo do audiovisual na internet se dão devido ao fato de poder ser realizado em ambiente doméstico, o que diminui possíveis constrangimentos sobre o que é consumido, em função da gratuidade dos conteúdos, que os autores denominam de “cultura da Internet”:

Entretanto, diante desta correlação de forças sociais, até o momento tem prevalecido a lógica do compartilhamento gratuito em detrimento da economia de mercado. Ainda que os grandes grupos multimídia tentem implementar plataformas para que se pague por seus conteúdos, estes não podem competir com as redes e portais de acesso livre que reproduzem a cultura constitutiva da Internet. (Santini e Calvi 2013, 178).

Há diversos canais dedicados somente ao compartilhamento de vídeos. O YouTube é o mais conhecido e mais acessado. De acordo com o site, em 2015, todos os meses, mais de um bilhão de usuários visitavam a plataforma no mundo todo. Em 2022, o número dobrou, chegando a dois bilhões de usuários mensalmente. São mais de seis bilhões de horas de vídeo assistidas por mês, o que representa, segundo o YouTube, quase uma hora para cada pessoa no planeta. E se, em 2015, a cada minuto eram enviadas 100 horas de vídeo, esse número quintuplicou em 2022: são mais de 500 horas de conteúdos publicados a cada minuto. Ainda, em dados de 2016, mais da metade das visualizações da plataforma eram realizadas em dispositivos móveis e o tempo de exibição havia aumentado 50% anualmente nos três últimos anos. A sessão de visualização média durava mais de 40 minutos.<sup>13</sup> Já em 2019, o tempo média gasto diariamente no site era de 11 minutos (Abreu 2019). Ou seja, isso diz muito sobre o que se está consumindo de conteúdo audiovisual, cada vez mais curtos. Outra plataforma é o Vimeo, também dedicado ao compartilhamento de vídeos. A diferença é que o Vimeo é mais usado por profissionais do audiovisual e por apresentar vídeos com maior qualidade de imagem e estética diferenciada. Quanto aos motores de busca, o YouTube se destaca, uma vez que o Vimeo dificilmente aparece nesse tipo de pesquisa.<sup>14</sup> Por fim, há também canais como o Porta Curtas, que conta com 1616 filmes e episódios de séries cadastrados, 615 deles são documentários.<sup>15</sup> O Curta o Curta disponibiliza 1195 audiovisuais em seu catálogo.<sup>16</sup> O Curta Agora disponibiliza mais de 4 mil curtas e médias-metragens em seu acervo, sendo 1933 documentários.<sup>17</sup> Esses são alguns dos exemplos que existem pela internet como forma de disponibilizar obras audiovisuais.

Essa ampliação de audiências, “independentemente se as empresas envolvidas conseguirão capitalizar comercialmente estes novos usos e usuários”, como colocam Santini e Calvi (2013, 179), promove intercâmbios, envolve processos de sociabilidade e permite que

<sup>13</sup> <https://www.youtube.com/yt/press/pt-BR/statistics.html>, último acesso em janeiro de 2023. Os dados, consultados nos anos de 2015, 2016 e 2023, foram retirados do campo “estatísticas” disponível no menu “imprensa” e posteriormente compilados.

<sup>14</sup> Os motores de busca permitem a pesquisa por conteúdo por meio de palavras-chave na web. É uma importante ferramenta para distribuir conteúdo.

<sup>15</sup> Disponível em [www.portacurtas.org.br](http://www.portacurtas.org.br).

<sup>16</sup> Disponível em [www.curtaocurta.com.br](http://www.curtaocurta.com.br).

<sup>17</sup> Disponível em [www.curtagora.com](http://www.curtagora.com).

questões locais alcancem projeções globais, que sessões itinerantes, cineclubs e festivais não conseguiriam. Contudo, também é preciso chamar a atenção para a mudança no consumo, já que ele se transforma em algo de cunho muito mais doméstico e privado, alterando a prática cultural característica de ir ao cinema. Também, a internet permite a possibilidade de criar remixagens, adaptações, edições e realizar distribuição de obras conforme as licenças Creative Commons.<sup>18</sup> A proposta desse tipo de licença é para facilitar o compartilhamento e a recombinação de conteúdos.

Há ainda outras formações como o Taturana Mobilização Social, uma plataforma *online* para cadastro de obras audiovisuais e de pessoas que estejam interessadas em articular exibições onde vivem.<sup>19</sup> O Taturana faz a intermediação para fomentar o circuito de difusão audiovisual em escolas, coletivos, universidades, cineclubs, organizações sociais, enfim, espaços que democratizem o acesso às produções. De 2015 a 2021, o Videocamp também foi uma plataforma que abrigou e exibiu diversos filmes de impacto, inclusive no período de quarentena. A ideia da plataforma foi fruto da produtora Maria Farinha com o Instituto Alana, depois que a produtora teve dificuldades de distribuição no mercado de filmes brasileiros, conforme a sócia Luana Lobo (Gomes 2016). Com a experiência, que buscava organizar sessões gratuitas do filme a partir do interesse de uma pessoa em organizar uma exibição pública, ela percebeu que isso alavancou a venda das obras nas plataformas VOD.

Hoje, a internet é rota e desvio. Rota devido à profusão de plataformas OTT e suas diferentes possibilidades de oferta, como VOD por assinatura, como a Netflix e a Apple TV+; VOD por assinatura e gratuito como a Globoplay, Looke (ambas exclusivamente brasileiras) e Mubi; VOD por assinatura e transacional (aluguel ou compra de título) como a Amazon Prime Video e a Now; tem ainda opções de VOD por assinatura e TV Everywhere (assinante de TV a cabo) como a Paramount Plus ou HBO Max, por exemplo, que também contempla VOD gratuito e validado (assinatura prévia de outro serviço que permite acesso ao conteúdo), entre tantas outras plataformas, cujas produções podem ou

<sup>18</sup> Para saber mais sobre esse tipo de licença: [www.creativecommons.org/licenses/?lang=pt\\_BR](http://www.creativecommons.org/licenses/?lang=pt_BR).

<sup>19</sup> Disponível em <https://taturanamobi.com.br/>.

não ser realizadas exclusivamente para veiculação nessas janelas de circulação.

Cabe salientar que, segundo relatório do Observatório Brasileiro do Cinema e Audiovisual (OCA) da ANCINE, publicado em 2023, apenas 10,9% das obras, considerando as obras e plataformas que fazem parte da amostra da pesquisa, são de origem brasileira (ANCINE 2023). Ainda, a pesquisa traz que o Brasil é quem mais possui opções de plataforma VOD dentre os 20 países da América Latina mapeados e com a menor média de preços por assinaturas mensais. São 59 plataformas disponíveis. A pesquisa identificou três plataformas, todas brasileiras, que dão ênfase ao conteúdo nacional. O Box Brasil Play possui 91% do seu conteúdo formado por obras brasileiras, na segunda posição está o serviço dos canais Globo, que corresponde a 57% e, na sequência, a plataforma Globoplay com 30% do conteúdo nacional. Mas a internet ainda possui seu espaço de desvio, porque dela surgem possibilidades de contato com filmes que conseguem contornar a escassez do acesso e de recursos.

Mostras e festivais também possuem o elemento dicotômico a partir da leitura de rotas e desvios. A dicotomia está porque, ao mesmo tempo em que esses eventos podem ser vistos como rota para a circulação de uma grande produção, como uma janela de exibição dentro das rotas institucionalizadas do cinema, que também compreendem as salas de cinema e a televisão comercial (aberta ou paga), as mostras e festivais também assumem o sentido de desvio na medida em que são uma janela para as produções fora do circuito de mercado, por encontrar outros públicos ligados aos lugares em que ocorrem e porque há mostras e/ou festivais dos mais diversos *status* para os mais diversos tipos de obras, desde os que são uma chancela para o mercado audiovisual, como o Festival de Gramado, no Rio Grande do Sul, por exemplo, ou como os que buscam valorizar a produção estadual, como o Catavídeo, em Santa Catarina. São desvio também porque é onde há espaço para curtas e médias-metragens, formatos produzidos em larga escala no país.

Em pesquisa realizada por Cássio dos Santos Tomaim sobre a produção de documentários de 1995 a 2010 na região sul, o caminho da circulação pensado pelos produtores de curtas e médias-metragens indicava festivais e mostras, apontando 58% em Santa Catarina (SC), 36% no Rio Grande do Sul (RS), 59% no Paraná (PR) (Tomaim 2015). Contudo, na pesquisa da tese realizada (Mombelli 2017), cujo recorte vai de 2012 a 2016, os dados já apontavam o YouTube e o Vimeo como *locus* de

circulação das produções dos realizadores entrevistados nos três Estados. Em segundo lugar, em SC e PR, estavam as sessões itinerantes e em terceiro os cineclubes. Já no RS figurava em segundo lugar a televisão pública e/ou educativa e as sessões itinerantes em terceiro. Esses dados mostram que a circulação do documentário, considerando este recorte, se dá sobretudo através de desvios. A circulação encontra espaço crescente no mundo virtual, mas também está nos espaços reais na forma mais inicial de exibir uma obra audiovisual.

### **Considerações finais**

Refletir sobre a circulação, a partir da conjuntura apresentada, é uma tarefa complexa, mais do que a produção, pois esta última encontra autonomias relativas que permitem que um documentário saia do plano das ideias e torne-se um produto audiovisual. Entretanto, a autonomia relativa na circulação está muito conectada com as regulações. Elas se manifestam em diversos momentos, como no público-alvo (que também afeta a produção), nos critérios para ser aceito num festival, na linguagem e no formato para gerar interesse em um canal de TV que dê retorno financeiro e no investimento necessário para se chegar a uma sala de cinema. Assim, a internet, os cineclubes, as exibições itinerantes e os canais educativos e públicos tornam-se os desvios para que as obras circulem e onde as “catracas” de regulação são menores. O que chamamos de desvios geralmente não dão retorno financeiro, mas rendem retorno de público, o que é um dos desejos de qualquer realizador audiovisual – o de que seu filme seja visto, e nesse sentido entendemos como uma das autonomias relativas do documentário enquanto tipo de filme, que exerce papel político e social, na medida em que também vai formando público para esse tipo de obra.

A internet tem se transformado na janela de projeção do documentário. Hoje ela é um espaço para disponibilizar as obras na íntegra com acesso liberado, embora haja muitas plataformas OTT se popularizando, com preços acessíveis, e canais de distribuição que encurtam os caminhos de acesso. É claro que, para pensar numa democratização desse conteúdo, também precisamos discutir o acesso à internet, que ainda não chega para todos, muito menos de forma igual. Ainda há um gargalo nesse tipo de distribuição, mas que tem se mostrado um meio mais barato e que pode se tornar eficiente para atingir públicos sem restrições de fronteiras geográficas. Fato é que documentário é um nicho ao mesmo

tempo em que tem se expandido e atraído público com a crescente produção de séries para as diferentes plataformas mundo afora, transformando, mais uma vez, as práticas culturais de exibição e acesso.

## Referências

Abreu, Leandro. 2019. “23 estatísticas do Youtube que comprovam por que a plataforma é uma das maiores redes sociais.” *Rock Content*, 19 de dezembro. <https://rockcontent.com/br/blog/estatisticas-do-youtube/> Acessado em janeiro de 2023.

ANCINE – Agência Nacional do Cinema. 2022a. *Anuário Estatístico do Cinema Brasileiro 2022*. s/l: Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual. <https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/publicacoes/arquivos.pdf/anuario-2021.pdf> Acessado em abril de 2023.

\_\_\_\_\_. 2022b. *Dados Gerais do Mercado Audiovisual Brasileiro 2002 a 2021*. s/l: Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual.

\_\_\_\_\_. 2022c. *Listagem dos Filmes Brasileiros Lançados Comercialmente em Salas de Exibição 1995 a 2021*. s/l: Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual. <https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/cinema/arquivos-pdf/listagem-de-filmes-brasileiros-lancados-1995-a-2021-1.pdf> Acessado em janeiro de 2023.

\_\_\_\_\_. 2022d. “Conheça o programa Cinema Perto de Você”. <https://www.gov.br/ancine/pt-br/assuntos/noticias/conheca-o-programa-cinema-perto-de-voce>. Acessado em maio de 2023.

\_\_\_\_\_. 2023. *Panorama do Mercado de Vídeo por Demanda no Brasil 2022*. s/l: Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual. <https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/publicacoes/arquivos.pdf/informe-vod-pos-revisao-28-fev-2023.pdf> Acessado em abril de 2023.

Appadurai, Arjun. 1991. *La Vida Social de las Cosas: Perspectiva cultural de las mercancías*. México D. F.: Editorial Grijalbo.

Bolaño, Cézar R. S., Dominguez, José M. M., e Santos, Cristina A. 2006. “A indústria cinematográfica no Mercosul: economia, cultura e integração”. *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*: 21-34 <https://eptic.com.br/wp-aniki>

[content/uploads/2015/01/Revista-EPTIC\\_CulturaePensamento\\_vol-1.pdf](content/uploads/2015/01/Revista-EPTIC_CulturaePensamento_vol-1.pdf)

Brittos, Valério Cruz. 2022. “Digitalização e Democratização: Produção de conteúdo nacional e padrão tecno-estético alternativo.” Em *Estudos Culturais, Economia Política da Comunicação e o Mercado Brasileiro de Televisão*, organizado por César Bolaño, 177-190. Buenos Aires: CLACSO <https://www.clacso.org/wp-content/uploads/2022/07/Estudos-culturais.pdf> Acessado em maio de 2023.

Canclini, Néstor García. 1999. *Consumidores e Cidadãos: Conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.

Carmelo, Bruno. 2021. “O Que Esperar de 2021: Parte 4 – Políticas Públicas.” *Papo de Cinema*, 13 de fevereiro. <https://www.papodecinema.com.br/especiais/o-que-esperar-de-2021-parte-4-politicas-publicas/>. Acessado em janeiro de 2023.

Filellini, Alfredo. 1989. *Economia do Setor Público*. São Paulo: Atlas.

Freire-Medeiros, Bianca e Cavalcanti, Mariana. 2010. “Entrevista com Arjun Appadurai.” *Revista Estudos Históricos: Modernidade e Modernização* 23 (45): 187-198. <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/2915/1836>

Gomes, Fábio. 2016. “Produtora fala sobre Videocamp e convida a repensar janelas de lançamento.” *Exibidor*. <https://www.exibidor.com.br/noticias/mercado/5653-produtora-fala-sobre-videocamp-e-convida-a-repensar-janelas-de-lancamento>. Acessado em janeiro de 2023.

Kusumoto, Meire. 2014. “‘A TV e o cinema vão ser uma coisa só – na internet’, diz guru dos roteiristas americanos.” *Veja*, 9 de fevereiro. <https://veja.abril.com.br/noticia/entretenimento/a-tv-e-o-cinema-vao-ser-uma-coisa-so-na-internet-diz-guru-dos-roteiristas-americanos>. Acessado em fevereiro de 2015.

Martín-Barbero, Jesús. 2004. *Ofício de Cartógrafo: Travessias latino-americanas da comunicação na cultura*. São Paulo: Edições Loyola.

Mattos, Tetê e Leal, Antonio. 2009. “Festivais Audiovisuais Brasileiros: Um diagnóstico do setor.” Em *Políticas Culturais: Reflexões e ações*, editado por Lia Calabre, 201-223. São Paulo/Rio de Janeiro: Itaú Cultural/Fundação Casa Rui de Barbosa.

Mombelli, Neli Fabiane. 2017. *Cartografia do Documentário no Sul do Brasil. Identidades e Transversalidades no Processo de Produção e Circulação*. Tese de doutorado em Comunicação Midiática. Universidade Federal de Santa Maria – UFSM.

Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR – NIC.br. 2018. “71% dos internautas brasileiros têm hábito de assistir filmes e vídeos online”, 27 de julho. <https://www.nic.br/noticia/na-midia/71-dos-internautas-brasileiros-tem-habito-de-assistir-filmes-e-videos-online/>. Acessado em janeiro de 2023.

\_\_\_\_\_. 2022. *Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos Domicílios Brasileiros: TIC Domicílios 2021*. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil. [https://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/20221121125504/tic\\_domiciliros\\_2021\\_livro\\_eletronico.pdf](https://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/20221121125504/tic_domiciliros_2021_livro_eletronico.pdf) Acessado em janeiro de 2023.

Santini, Rose Marie e Calvi, Juan C. 2013. “O Consumo Audiovisual e Suas Lógicas Sociais na Rede.” *Comunicação, Mídia e Consumo* 10 (27): 159-182. <https://doi.org/10.18568/cmc.v10i27.531>.

Santos, Milton. 2001. *Por uma Outra Globalização: Do pensamento único à consciência universal*. Rio de Janeiro: Record.

Silva, Dafne Reis Pedroso da. 2009. *Hoje Tem Cinema: A recepção de mostras itinerantes organizadas pelo Cineclube Lanterninha Aurélio*. Dissertação de mestrado em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS.

Tomaim, Cássio dos Santos. 2015. “A ‘Retomada’ do Documentário no Sul do Brasil: Apontamentos sobre a produção de 1995 a 2010.” *Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura* 17 (3): 226-245. [https://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/4312/pdf\\_1](https://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/4312/pdf_1).

Turner, Graeme. 1997. *Cinema como Prática Social*. São Paulo: Summus.

Valiati, Leandro. 2010. *Economia da Cultura e Cinema: Notas empíricas sobre o Rio Grande do Sul*. São Paulo: Ecofalante.

## Paths and Diversions in Spaces for Audiovisual Exhibition and Dissemination in Brazil: Festivals, film societies and the internet

**ABSTRACT** This article discusses the crisis that has affected the spaces of audiovisual exhibition in the last decade. The objective is to discuss the flow and circulation of works, with a focus on documentary cinema, based on Appadurai's (1991) concepts of *path* and *diversion*. I will address the transformations in the modes of exhibition and dissemination, differentiate between documentary and fictional cinema dynamics, and reflect on film exhibition as a cultural practice. Up to around 2017, the spaces of exhibition and dissemination sought to circumvent historical structural crisis through public policies. After this period, a substantial change took place, with the internet becoming an important vector of cinema exhibition and dissemination. From being a *diversion*, the internet has now also become a *path* and transforms the social practices of cinema. Yet, the sector's structural crisis prevails.

**KEY WORDS** Exhibition spaces; cinema; documentary; internet; paths and diversions.

Recebido a 15-01-2023. Aceite para publicação a 09-05-2023.