



# **Querem tirar Bacurau do Mapa — Reflexões sobre o cinema brasileiro em 2019**

**Elisa Kobi Ghil**

Mestrado em Multimédia da Universidade do Porto

Orientador: Vitor Almeida (Professor Auxiliar da Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto)

Junho de 2021



**Querem tirar Bacurau do Mapa —  
Reflexões sobre o cinema brasileiro em 2019**

**Elisa Kobi Ghil**

Mestrado em Multimédia da Universidade do Porto

Aprovado em provas públicas pelo Júri:

Presidente: José Manuel da Silva Fernandes de Carvalho Carneiro, Professor Auxiliar ,  
Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto

Vogal Externo: Tânia Lúcia Leão Martins de Sousa e Silva, Investigadora, Faculdade de Letras  
da Universidade do Porto

Orientador: Vitor António dos Reis de Almeida, Professor Auxiliar, Faculdade de Belas Artes da  
Universidade do Porto

“Diante de um filme estrangeiro, o crítico tem, em geral, a responsabilidade de ser um bom crítico, nada mais; diante de um filme nacional, tem a responsabilidade de um homem que participa ativamente da elaboração de uma cultura. A atitude do crítico de cinema de seu país é obrigatoriamente combativa, e sua responsabilidade é direta, não só diante dos filmes, mas também diante da realidade abordada, diante do público e dos cineastas.”

Jean-Claude Bernardet

## Resumo

Desde a retomada do cinema brasileiro, em meados da década de 1990, 2019 revelou-se um ano de tensões e contrastes acentuados, tanto no cenário internacional quanto nacional para a cinematografia brasileira. Enquanto obras do país ganhavam prêmios inéditos e participavam com grande destaque da seleção oficial dos principais festivais de cinema ao redor do mundo, Cannes, Berlim, Veneza, Toronto, entre outros, 2019 também foi o ano de posse do governo Bolsonaro, em que a perseguição à classe artística e aos produtores culturais tornou-se prática institucional. Nesse contexto, Bacurau tornou-se o principal título a encapsular todas essas tensões: de um lado, o Prêmio do Júri no Festival de Cannes, do outro a perseguição conservadora contra o diretor, o filme e o audiovisual brasileiro em geral.

A presente pesquisa pretende apresentar o panorama e os contrastes do cinema brasileiro em 2019, a partir de análises de mercado e de políticas públicas que contribuíram para o maior ano de aclamação internacional do cinema brasileiro até o presente momento, tendo como foco principal a repercussão do filme Bacurau no Twitter e sua influência no desempenho da distribuição do filme em território brasileiro. Para isto, pretende-se levantar hipóteses para investigar quais motivos contribuíram para o desempenho da distribuição de Bacurau, dirigido por Kleber Mendonça Filho e Juliano Dornelles, e depois testá-las por meio de entrevistas e análise de conteúdo de tweets coletados entre agosto e dezembro de 2019.

# Abstract

Since the Brazilian Cinema *Retomada*, a movement that happened in the middle of the 1990s, 2019 was an interesting year of accentuated tensions and contrasts, both in the foreign reception of Brazilian cinema and internally. While Brazilian films were winning very prestigious awards and being part of the official selection of festivals like Cannes, Berlin, Venice, Toronto, and others, 2019 was also the year when Bolsonaro took office as the President of Brazil, institutionalizing the persecution of artists and cultural producers. In this context, *Bacurau* became a synthesis of all these tensions: on one side, the Jury Award from the Festival of Cannes, on another side, the conservative persecution against the director, the film, and Brazilian cinema in general.

From market and public policies analysis that helped shape the most critically acclaimed year of Brazilian cinema in the international aspects, this research intends to present a panorama of the contrasts of Film in Brazil during 2019, focused on the distribution of *Bacurau*. For that, it will be raised four hypotheses that helped the movie get mainstream recognition, and furthermore, analyze these hypotheses through interviews and virtual word-of-mouth it had on Twitter.

# Agradecimentos

Inicialmente, eu gostaria de agradecer a Deus, por todas as bênçãos até aqui.

Aos meus pais, por terem acreditado e apoiado meu sonho desde o início, até quando nem eu acreditava. Ao resto da minha família: irmãs, primos, primas, tios e tias, que se fizeram presentes mesmo a um oceano de distância.

Aos amigos do Brasil: Will, Maíra, Natália, Bárbara, Aline, Suelen e tantos outros que torceram por mim a todo instante. E aos novos amigos do lado de cá: Rebecca, Karina, Flávia, Iago, Chiara, Nicki, Lika e Giulia, que sempre estiveram disponíveis para ouvir minhas angústias, com muita comida e vinho, e para dançar quando era preciso.

Ao meu orientador, Vitor Almeida, por ser sempre solícito, encorajador, compreensivo e guiar-me pelo mar de questionamentos e confusões que envolvem a pesquisa acadêmica.

Ao Emanuelle por ter me ajudado com a programação.

Por fim, gostaria de agradecer a mim mesma. Escrever uma dissertação sobre um período político que envolve a interrupção de um sonho já era por si só um grande desafio, fazê-la durante uma pandemia e o mandato de um presidente genocida é algo inimaginável. Quero me agradecer por não ter desistido de mim.

# Sumário

Resumo .....	5
Abstract .....	6
Agradecimentos .....	7
Lista de Figuras .....	9
Lista de Tabelas .....	10
Abreviaturas e Símbolos .....	11
<b>1. Introdução</b> .....	<b>1</b>
<b>2. Redes Sociais e a Esfera Pública</b> .....	<b>4</b>
<b>3. Hipóteses</b> .....	<b>7</b>
<b>3. 1. Herança de políticas de estruturação da indústria audiovisual brasileira</b> .....	<b>8</b>
<u>3. 1. 1. Retomada, Ancine, FSA, CONNE, Internacionalização</u> .....	<u>8</u>
<u>3. 1. 2. Especificidade de Pernambuco</u> .....	<u>18</u>
<u>3. 1. 3. Cinema Brasileiro em 2019</u> .....	<u>20</u>
<u>3. 2. Vitrine Filmes</u> .....	<u>22</u>
<u>3. 2. 1. Da rua ao shopping center</u> .....	<u>23</u>
<u>3. 2. 2. Super-heróis de pernas pro ar</u> .....	<u>26</u>
<u>3. 2. 3. Vitrine</u> .....	<u>29</u>
<u>3. 3. Kleber Mendonça Filho</u> .....	<u>36</u>
<u>3. 3. 1. “O dever das pessoas de bem é boicotar Aquarius”</u> .....	<u>37</u>
<u>3. 3. 2. Um pequeno entreato: cinema brasileiro como uma sequência de ensaios</u> .....	<u>40</u>
<u>3. 4. Brasil em ebulição</u> .....	<u>44</u>
<u>3. 4. 1. “Isso é coisa de vagabundo!”</u> .....	<u>44</u>
<u>3. 4. 2. 2019: um ano de cinema em luto e luta</u> .....	<u>47</u>
<b>4. Análise</b> .....	<b>50</b>
<b>4. 1. Análise de conteúdo</b> .....	<b>55</b>
<b>4. 2. Análise final</b> .....	<b>60</b>
<b>5. Conclusão e Trabalhos Futuros</b> .....	<b>61</b>
<b>Bibliografia e Webgrafia</b> .....	<b>63</b>
<b>Anexos</b> .....	<b>68</b>
<b>Entrevista com Felipe Lopes</b> .....	<b>68</b>
<b>Entrevista Carlos Proença</b> .....	<b>71</b>
<b>Entrevista com Wanderley de Mattos Teixeira Netto</b> .....	<b>73</b>

## Lista de Figuras

Figura 1: Capa da revista francesa Cahiers du Cinéma, de Setembro de 2019 .....	22
Figura 2: Longevidade do filme em salas de cinema .....	25
Figura 3: Sequência de tweets de novembro de 2019 ironizando sobre a solidão de ainda não ter assistido a Bacurau. ....	35
Figura 4: Da esquerda para a direita: Maeve Jinkings, Sonia Braga, Carla Ribas, Kleber Mendonça Filho e Humberto Carrão protestam contra o impeachment da presidente Dilma no Festival de Cannes (Foto: REUTERS/Jean-Paul Pelissier) .....	38
Figura 5: Cartaz do filme Aquarius. ....	39
Figura 6: Etapas da análise de conteúdo .....	51
Figura 7: Processo de redução de dados da programação qualitativa (Adu, 2019, p. 26) .....	51
Figura 8: Nuvem de palavras — tweets coletados entre agosto e dezembro .....	55
Figura 9: Nuvem de palavras da categoria Expectativa .....	56
Figura 10: Nuvem de palavras da categoria Política .....	57
Figura 11: Nuvem de palavras da categoria Mercado .....	58
Figura 12: Nuvem de palavras da categoria Elogios .....	59
Figura 13: Nuvem de palavras da categoria Regionalismo .....	59

## Lista de Tabelas

Tabela 1: Evolução Do Número De Cinemas No Brasil Por Quantidade De Salas .....	23
Tabela 2: Distribuição De Número De Salas Por Regiões .....	24
Tabela 3: Média De Habitantes Por Sala Relacionados Por Região .....	24
Tabela 4: 10 Maiores Bilheteria De Filmes Brasileiros Em 2019 .....	26
Tabela 5: Ranking Dos 10 Títulos Com Maior Público Em 2019 .....	28
Tabela 6: Evolução De Salas De Bacurau Em 2019 .....	32
Tabela 7: Exemplos da categoria expectativa .....	52
Tabela 8: Exemplos da categoria mercado .....	52
Tabela 9: Exemplos da categoria mídia .....	52
Tabela 10: Exemplos da categoria Regionalismo .....	53
Tabela 11: Exemplos da categoria memes .....	53
Tabela 12: Exemplos da categoria política .....	53
Tabela 13: Exemplo de elogios .....	54
Tabela 14: Exemplo de críticas negativas .....	54
Tabela 15: Exemplo da categoria Outros .....	54
Tabela 16: Categorias e Suas Respectivas Quantidades De Tweets .....	55

## Abreviaturas e Símbolos

Ancine	Agência Nacional do Cinema e Audiovisual
ABD	Associação Brasileira de Documentaristas
CONNE	Conexão Audiovisual Norte, Nordeste e Centro-Oeste
CNC	Conselho Nacional de Cinema
CSC	Conselho Superior de Cinema
Condecine	Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica
Embrafilme	Empresa Brasileira de Filmes
FSA	Fundo Setorial do Audiovisual
MP	Medida provisória
MinC	Ministério da Cultura
OCA	Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual
PT	Partido dos Trabalhadores
PNC	Plano Nacional de Cultura
RJ	Rio de Janeiro
SP	São Paulo
SaV	Secretaria do Audiovisual

# 1. Introdução

Segundo o jornalista Jonathan Romney, da revista de cinema britânica *Sight&Sound*, 2019 foi simultaneamente *annus mirabilis* e um pesadelo para o cinema brasileiro. Isso se dá porque, enquanto as obras do país ganhavam prêmios inéditos e participavam da seleção oficial dos principais festivais de cinema ao redor do mundo, Cannes, Berlim, Veneza, Toronto, entre outros, 2019 também foi o ano de posse do governo Bolsonaro, em que a desconfiança e a perseguição à classe artística e aos produtores culturais se tornou prática institucional.

Internamente, os profissionais do cinema brasileiro sofreram retaliações por parte do governo federal e com o descaso das instituições de financiamento e apoio da atividade audiovisual. Ao mesmo tempo, o cinema nacional alcançava marcos inéditos como o prêmio *UnCertainRegard* para o filme *A Vida Invisível* de Eurídice Gusmão, no Festival de Cannes.

Um exemplo desta dicotomia é o filme *Marighella*: exibido no Festival de Berlim de 2019, o filme de estreia de Wagner Moura, cinebiografia do guerrilheiro comunista que lutou contra a ditadura civil-militar, teve seu lançamento em território brasileiro cancelado a partir de uma medida arbitrária da Agência Nacional de Cinema (Ancine). O fato levantou fortes suspeitas de censura, principalmente quando inseridas no contexto político à época e aliadas a outras declarações do presidente Jair Messias Bolsonaro sobre a produção cinematográfica brasileira e aos mecanismos de incentivo.

As conquistas do cinema brasileiro no ano de 2019 são, enfim, herança de décadas de políticas de financiamento estruturadas e que englobam toda a cadeia audiovisual, passando pela formação de profissionais, o desenvolvimento de projetos, até o apoio à participação em festivais internacionais, distribuição e exibição em janelas variadas. Em setembro de 2019, o cinema brasileiro na era Bolsonaro foi tema de capa e mais de 20 páginas da revista francesa *Cahiers duCinéma*, onde o jornalista Ariel Schweitzer escreveu

Nos últimos anos foi difícil ignorar a presença do cinema brasileiro nos grandes festivais, tendo seu auge este ano em Berlim (surpreendentes nove filmes em todas as mostras) e em Cannes, onde saiu com dois prêmios, o do júri por *Bacurau* de Kleber Mendonça Filho e Juliano Dornelles, e o prêmio *uncertainregard* por *A vida Invisível* de Eurídice Gusmão, de Karim Ainouz. E isto, no momento em que o Brasil veio a sofrer um golpe da extrema-direita com a eleição de Jair Bolsonaro em outubro de 2018. Com isso ficamos a pensar, como um país vai mal enquanto seu cinema vai bem? (Schweitzer, 2019, p. 80)

A obra de principal destaque durante esse período, considerando recepção da crítica e público, participação em festivais, presença em veículos de mídia e repercussão em redes sociais foi *Bacurau*. De acordo com dados fornecidos pelo Observatório Brasileiro do Cinema e Audiovisual (OCA) da Ancine, *Bacurau* foi o 9º filme brasileiro de maior bilheteria em 2019. Lançado em 247 salas apenas na primeira semana de exibição, até o final de 2019 totalizou

735.191 bilhetes vendidos e uma renda de R\$11.284.729,00, aproximadamente €1.880.790,00. Além disso, o filme destaca-se pela distribuição descentralizada e permanência prolongada em parques exibidores onde o cinema brasileiro tem fortes problemas de aceitação. Bacurau apresenta a síntese dos embates de 2019: um filme com aclamação da crítica internacional, vencedor do Prêmio do Júri no Festival de Cannes, ao mesmo tempo que é uma distopia futurista em um pequeno vilarejo que resiste à pressão de seu prefeito e da influência estrangeira.

No seguimento do questionamento feito pela revista Cahiers duCinéma, a presente pesquisa pretende apresentar o panorama e os contrastes do cinema brasileiro em 2019, a partir de análises de mercado e de políticas públicas que contribuíram para o maior ano de aclamação internacional do cinema brasileiro até o presente momento, tendo como foco principal a repercussão do filme Bacurau no Twitter e como a plataforma relaciona-se com o desempenho da distribuição do filme em território brasileiro. O aprofundamento no mercado cinematográfico brasileiro se dará a partir de análise documental: legislações, anuários, informes de mercado da Ancine e análise bibliográfica de demais pesquisadores como Marcelo Ikeda (2015) e Lia Bahia (2012). Pretende-se, contudo, inserir Bacurau em seu contexto histórico e sociopolítico de lançamento, pois além de sua sinopse e direção, demais fatores influenciaram na sua recepção por parte do público.

Para tanto, a metodologia se dará na e compilação de tweets feitos entre agosto e dezembro de 2019, separados em categorias para uma análise de conteúdo posterior. Além disso, foram entrevistados profissionais do audiovisual e pesquisadores. As análises de tweets e entrevistas foram conduzidas a partir de quatro hipóteses levantadas que se sobrepõem, tendo como objetivo final investigar como cada uma delas contribuiu para o desempenho da distribuição do filme. A primeira é propondo 2019 como um ano singular para a historiografia do cinema brasileiro, em que o sucesso internacional é resultado de décadas de estruturação de políticas públicas de financiamento audiovisual. A segunda parte da consideração da figura do co-diretor, Kleber Mendonça Filho, já conhecido pelo público brasileiro como um realizador polêmico e provocador, principalmente após o protesto no tapete vermelho no Festival de Cannes em 2016, durante o lançamento de Aquarius. A terceira hipótese é investigar até que ponto o trabalho da distribuidora Vitrine Filmes colaborou nas estratégias de divulgação e distribuição do filme. E em último, como o cenário sociopolítico protagonizado pela posse do governo Bolsonaro e a sequente perseguição aos setores culturais, às universidades, pesquisadores, ativistas, movimentos LGBTQ+, entre outros, colaboraram para tensões que se refletiram no forte apelo à compra de bilhetes do filme Bacurau.

Optou-se por uma análise de conteúdo de tweets pois entende-se que o espaço digital reflete o comportamento e a opinião pública dos espaços presenciais, visto que durante a década de 2010 foi marcada pela eclosão de diversos protestos e movimentos sociais que tiveram o Twitter e Facebook como sua principal ferramenta agregadora — Primavera Árabe, Occupy Wall Street, Jornadas de Junho, #BlackLivesMatter, #MeToo, #EleNão.

Esta dissertação pretende, enfim, contribuir para o estudo da história recente do cinema brasileiro, analisando todos os avanços ocorridos após a Retomada, desde a estruturação de mecanismos de financiamento e apoio ao audiovisual independente após a promulgação da MP 2.228/01, até o ano *annus mirabilis* de 2019.

## 2. Redes Sociais e a Esfera Pública

Criada em 2006, a rede social Twitter tornou-se uma das principais ferramentas de comunicação da Web 2.0. A partir da lógica de microblogging, onde cada usuário poderia escrever, inicialmente, até 140 caracteres e com uma *timeline* dinâmica, o Twitter tornou-se o espaço ideal para buscar informações rapidamente, entretenimento e formar comunidades virtuais com pessoas de diversos países.

No entanto, essas comunidades digitais, seja no Twitter ou no Facebook, são reflexos do mundo físico, ou seja, as discussões que ocorrem na esfera pública cotidianamente permutam-se entre espaços de diálogo presenciais e digitais. A adição da internet na esfera pública foi responsável por uma grande mudança de comportamento, seja na maneira que os cidadãos expressam-se politicamente, seja no modo de consumo.

Essas comunidades digitais podem ser relacionadas ao conceito habermasiano de “esfera pública”, onde as ideias são expostas e debatidas em uma arena, reproduzidas e refutadas, constituindo o que se entende por “opinião pública”

A opinião pública, neste contexto, relaciona-se com uma orientação política produzida nesta esfera pública. A esfera pública, assim, constitui-se na sociedade em debate, ao mesmo tempo espaço, ambiente e debate, a partir de quatro requisitos: 1) a formação da opinião pública; 2) o acesso a todos os cidadãos; 3) a possibilidade de reunião e discussão de questões de interesse; 4) o debate sobre as regras que governam as relações. (Habermas, 1991 como citado em Recuero, 2016, p. 160)

Diferente da arena de debates inicialmente imaginada por Habermas, onde os participantes seriam majoritariamente homens, brancos, heterossexuais, cis e ocidentais (Fraser, 1985), a internet conseguiu dar espaço para vozes e pontos de vista mais diversos. E esse dinamismo, a falta de intermediários, anulação das distâncias geográficas e diversidade de opiniões facilitados por ferramentas como Twitter, Facebook, Instagram, Reddit, permitiram a eclosão de movimentos sociais que mudaram o rumo dos anos 2010. Entre eles a Primavera Árabe, que começou em países do Oriente Médio e Norte da África em dezembro de 2010, o Occupy Wall Street, nos Estados Unidos em setembro de 2011, e as Jornadas de Junho, que aconteceram no Brasil a partir de junho de 2013 e se desdobraram em protestos e movimentos sociais nos anos seguintes (Pinheiro-Machado, 2019).

As redes sociais tornaram-se, então, o plano de fundo dos principais debates do século presente, amplificando em nível global questões locais e pautando os debates da mídia tradicional. Assim, os movimentos sociais surgidos após as redes sociais, utilizaram-se da lógica de *hashtags* para ampliarem suas demandas e insatisfações para todo o mundo, como #BlackLivesMatter e #MeToo, nos Estados Unidos, e #EleNão no Brasil. O uso de *hashtags* também é importante, pois elas aglutinam os temas e informações, além de sugerir conteúdos relacionados, o que faz o acontecimento espalhar-se de maneira instantânea mais rapidamente. A

possibilidade de acessar e participar de debates sociopolíticos ao redor do mundo, resultou numa espécie de “ativismo de hashtags”, ou “o ato de lutar ou apoiar uma causa com o uso de hashtags como canal primário de despertar a consciência para o problema e encorajar o debate via redes sociais” (Tombleson & Wolf, 2017 como citado em Xiong, Cho, Boatwright, 2018, p. 11)

Além dos desdobramentos políticos, outra consequência da popularização das redes sociais foi uma mudança significativa na cultura de consumo, principalmente nas novas gerações economicamente ativas como os *millennials* e a geração Z<sup>1</sup>.

Os *millennials* cresceram com a transição do analógico para o digital, a popularização da internet, sendo assim, rejeitam a maneira tradicional de se fazer publicidade e mostram comportamentos de consumo diferentes das gerações anteriores. Os *millennials*, em uma perspectiva global, cresceram em um panorama geopolítico mais estável do que seus pais ou avós, após o fim de regimes ditatoriais, guerras, criação de tratados internacionais visando o fim da fome, miséria, desigualdade e paz mundial e a ascensão de movimentos sociais e políticos com pautas universais: direitos das mulheres, dos negros e da comunidade LGBTQ+, preservação ambiental, direito à saúde e educação. O início do século XXI foi marcado pela intensificação da Guerra ao Terror, motivado pelo ataque de 11 de setembro às Torres Gêmeas, em Nova Iorque nos Estados Unidos. A primeira década dos anos 2000, entretanto, foi o plano de fundo da implementação de muitos programas sociais que reduziram a desigualdade econômica e de gênero no mundo. No Brasil essas mudanças foram marcadas pela vitória do Partido dos Trabalhadores na eleição presidencial de 2002 e os oito anos de governo do presidente Luiz Inácio da Silva, que criou programas como Bolsa Família, Luz para Todos e Fome Zero. Enquanto isso, a Geração Z, é a primeira geração nativa digital, termo cunhado por Marc Prensky (2001), ou seja, já nasceu em um ambiente dominado por celulares, smartphones, popularização da internet e aplicativos.

Em consequência desse panorama sociopolítico e a popularização do acesso à internet banda larga, o comportamento de consumo dessas duas gerações, em geral, perpassa muitas outras questões além do preço e disponibilidade. Questões como o posicionamento social e político das marcas são levados em consideração, além do boca-a-boca virtual. O mesmo parâmetro é estendido para o consumo de cultura pop, como músicas, seriados e filmes. O espectador deixa de ser passivo e passa a compartilhar suas opiniões em tempo real com os demais participantes da audiência, através de *hashtags* e outros subprodutos criados por fãs. Essa mudança de consumo

Sinaliza um movimento na direção de um modelo mais participativo de cultura, em que o público não é mais visto como simplesmente um grupo de consumidores de mensagens pré-construídas, mas como pessoas que estão moldando, compartilhando, reconfigurando

---

<sup>1</sup>Millennials, ou Geração Y, são os nascidos entre 1981-1996, enquanto a Geração Z representa os nascidos entre 1997-2012.

e remixando conteúdos de mídia de maneiras que não poderiam ter sido imaginadas antes. E que estão fazendo isso não como indivíduos isolados, mas como integrantes de comunidades mais amplas e de redes que lhes permitem propagar conteúdos muito além de sua vizinhança geográfica. (Jenkins, Ford, & Green, 2015, p. 24)

Sendo assim, em certa medida, a repercussão de um filme nas redes sociais pode ser uma ferramenta de previsão da sua futura bilheteria, afinal é comum que os usuários aproveitem essas redes para dar e buscar opiniões antes de tomar decisões. Antes da Web 2.0 era uma prática comum indicar filmes entre círculos sociais de amigos, atualmente essa prática foi transferida para o ambiente digital e está nas redes sociais, fóruns de reddit, ou sites como RottenTomatoes, IMDB e Letterboxd (Oh, Roumani, Nwankpa, & Hu, 2017).

Após este breve apontamento sobre como a Web 2.0., e em especial as redes sociais, causaram uma significativa mudança nos hábitos de consumo e na emergência de movimentos sociais e políticos, no 4º capítulo, enfim, pretende-se fazer uma análise de como o boca-a-boca virtual no Twitter interferiu na distribuição de Bacurau, relacionando-o com seu contexto de lançamento.

### 3. Hipóteses

Para alcançar o objetivo central desta pesquisa, é necessário levantar hipóteses, que se sobrepõem ao invés de se anularem, dos motivos que colaboraram para o desempenho da distribuição de *Bacurau*, sem analisá-lo como um fenômeno isolado da cultura popular brasileira ou um caso de “milagre” para o cinema independente. Para tal estudo de caso, é necessário analisar sua recepção a partir de suas condições históricas específicas (Bordwell, 1991; Staiger, 2005).

O filme escolhido para esse estudo de caso é *Bacurau* pois ele reúne diversos fatores importantes para entender as contradições e tensões do ano de 2019 para o cinema nacional: a herança da estruturação de políticas de fomento audiovisual que permitiram a variedade narrativa e proeminência cinematográfica dos últimos anos, a especificidade de Pernambuco, a figura de um diretor já conhecido por ser provocador e autor de um cinema político, a confiança que a Vitrine Filmes passa para consumidor de cinema autoral brasileiro como uma empresa que preza pela qualidade dos filmes distribuídos, além de, narrativamente, *Bacurau* representar uma distopia neo-liberal de um povo que resiste a todas as tentativas de ser eliminado do mapa.

De acordo com dados fornecidos pelo Observatório Brasileiro do Cinema e Audiovisual (OCA), *Bacurau* foi o 9º filme brasileiro de maior bilheteria em 2019, totalizando 735.191 bilhetes vendidos e uma renda de R\$11.284.729,00, aproximadamente €1.880.790,00. Além disso, o filme destaca-se pela distribuição descentralizada e permanência prolongada em parques exibidores onde o cinema brasileiro tem fortes problemas de aceitação. O filme teve sua pré-estréia em várias cidades brasileiras em 17 de agosto de 2019, onde, em algumas sessões houve filas e esgotamento de bilhetes e poucas horas<sup>2</sup>. Além disso, *Bacurau* ficou 23 semanas em cartaz, mesmo após o seu período disponível em plataformas de *streaming*. O filme foi lançado em 247 salas em sua semana de estreia, marcado pela particularidade de ocupar salas onde existe um forte preconceito com o filme brasileiro (OCA/Ancine, 2020).

Por todos esses motivos, essa pesquisa reúne hipóteses que tentam explicar como um filme independente brasileiro, de médio orçamento, filmado fora do eixo RJ-SP, com uma temática aparentemente regional, conseguiu chegar a uma repercussão midiática *mainstream* ser tão falado nos espaços digitais quanto os lançamentos mais aguardados do ano como *Vingadores: Ultimato*<sup>3</sup>.

A primeira hipótese é analisar *Bacurau* como herança de um ano frutífero e particular do cinema nacional, em que, ao mesmo tempo que o Brasil alcançava marcos inéditos no cenário

<sup>2</sup> Pré-estreia de 'Bacurau' gera grande fila no Cinema São Luiz  
<https://jc.ne10.uol.com.br/canal/cultura/cinema/noticia/2019/08/13/pre-estreia-de-bacurau-gera-grande-fila-no-cinema-sao-luiz-385513.php>

<sup>3</sup> “Vingadores: Ultimato” e “Bacurau” estão entre os filmes mais buscados por brasileiros em 2019”  
<https://blogs.opovo.com.br/foradaordem/2019/12/11/vingadores-ultimato-e-bacurau-estao-entre-os-filmes-mais-buscados-por-brasileiros-em-2019/>

estrangeiro, colhendo frutos de décadas de estruturação de mecanismos de fomento e da cadeia produtiva audiovisual, internamente a classe artística estava sofrendo as perseguições do primeiro ano de governo do presidente Jair Bolsonaro.

A segunda hipótese é investigar o trabalho da Vitrine Filmes na distribuição de filmes independentes brasileiros e como ela se posiciona em um mercado marcado pela ocupação predatória de filmes blockbusters.

A terceira suposição é analisar como a figura do co-diretor Kleber Mendonça Filho, já conhecido por ser polêmico e provocador pelo público brasileiro, operou como um fator determinante para atrair curiosidade do público e, posteriormente, audiência.

A quarta e última hipótese é analisar Bacurau, e sua mensagem, como uma afronta ao governo autoritário durante o primeiro ano de governo Bolsonaro. Até que ponto o apelo criado pela resistência ao governo, em defesa da cultura nacional, colaborou para o desempenho de sua distribuição?

Posteriormente todas essas hipóteses serão testadas na fase de entrevistas e na análise de conteúdo dos tweets coletados.

### **3. 1. Herança de políticas de estruturação da indústria audiovisual brasileira**

O ano de 2019 foi um ano singular para a história política brasileira, assim como a história de sua cinematografia. Mesmo marcado por tensões internas e externas do primeiro ano de governo Bolsonaro, o cinema brasileiro esteve presente nos principais festivais internacionais e ganhou prêmios inéditos, tendo um de seus melhores anos no exterior desde o Cinema Novo, na década de 1960, ou da retomada, em meados da década de 1990.

Entretanto, nenhum desses momentos de prestígio foi incentivado pelo governo Bolsonaro, pelo contrário. Na presente hipótese eu pretendo mostrar como o ano de 2019 foi, na verdade, a herança da estruturação de diversas políticas de financiamento e apoio a complexa cadeia produtiva audiovisual, desde a Lei do Audiovisual, em 1993, até todos os mecanismos de fomento criados pelo tripé institucional da MP 2228/01, durante os anos de governo do Partido dos Trabalhadores.

#### **3. 1. 1. Retomada, Ancine, FSA, CONNE, Internacionalização**

Em março de 1990, o então presidente do Brasil, Fernando Collor de Mello, anunciou um pacote de medidas através da Medida Provisória 151/90 que pôs fim no Ministério da Cultura, na Empresa Brasileira de Filmes (Embrafilme), no Conselho Nacional de Cinema (CNC) e demais

órgãos culturais brasileiros. O resultado dessa medida foi imediato: enquanto no início da década de 1980 o cinema brasileiro ocupava mais de 30% de participação no mercado, em 1992 apenas 3 filmes nacionais foram lançados comercialmente.

Para tentar remediar a crise causada no setor cultural, em dezembro de 1991 foi promulgada a Lei nº 8.313/91, batizada em com o nome do então Ministro da Cultura, Sérgio Paulo Rouanet. A lei foi responsável pela criação do Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac), restabelecendo o apoio estatal à atividade cultural. A Lei Rouanet, entretanto, não tinha instrumentos suficientes para cobrir todas as demandas da atividade cinematográfica, com notável demanda de serviços variados e cadeia de produção complexa.

Em 1992, o novo presidente, Itamar Franco, restabeleceu o Ministério da Cultura e criou a Secretaria para o Desenvolvimento do Audiovisual (SDAv). No ano seguinte, o congresso aprovou a Lei nº 9.685/93, conhecida até hoje como Lei do Audiovisual, e que contemplava os artigos vetados pelo antigo presidente, Collor, da Lei 8.401/92 (Ikeda, 2015).

As leis de incentivo foram criadas para ter um caráter emergencial e provisório, cuja previsão era de vigorar por um período de dez anos. A ideia inicial dessas leis era impulsionar a formação de um mercado cultural, para que depois, com o tempo, ele se tornasse autossustentável, independente dos recursos do Estado. Ambas as leis permitem que as empresas que investem em cultura deduzam o valor aplicado de seus impostos de renda. Em suas abrangências, elas serviram também para estimular a produção cinematográfica, que naquele momento estava órfã de investimento. (Bahia, 2012, p. 61)

A Lei do Audiovisual, assim como a Lei Rouanet, funcionava através da lógica de mecenato, onde pessoas físicas tinham direito a aquisição de cotas de projetos culturais e/ou audiovisuais, através da renúncia fiscal de no máximo 3% do seu Imposto de Renda, enquanto pessoas jurídicas, 6%. A lei tornou-se um ótimo mecanismo para grandes empresas, pois passou a reduzir o volume de imposto a ser pago, além do abatimento de 100% da quantia investida em imposto de Renda e do valor intangível da divulgação da marca em um veículo de comunicação de massa. O patrocinador ainda poderia receber dividendos do faturamento, tudo isso à custa da queda da arrecadação do Estado (Puglia, 2016).

O sistema formado pela Lei do Audiovisual e pela Lei Rouanet, ao mesmo tempo que abriu portas, revelou-se também de tendências conservadoras. Boa parte da decisão sobre quais filmes estariam aptos a receber financiamentos transferiu-se para os departamentos de marketing das empresas e, como consequência lógica, os projetos de filmes – de forma até subentendida – passaram a se constituir de maneira a não ferir a imagem das marcas que se associariam a ele (Butcher apud Bahia, 2012, p. 64).

Essa escolha política de financiamento cultural, apoiada nas leis de incentivo e no mecenato, são resultados dos ideais liberais e individualistas de seu contexto histórico, também presentes nas constantes medidas de austeridade e intervenções estatais na cultura. Com esses mecanismos de fomento, o Estado concede o recurso financeiro, ao mesmo tempo que desloca

sua responsabilidade para a iniciativa privada. O recurso é garantido desde que haja renúncia fiscal por parte das empresas.

Esse mecanismo de apoio à cultura atendeu às duas demandas da época: por um lado o Estado se isentou de quaisquer interferências diretas nas produções culturais – ação que apavorou os agentes culturais durante a ditadura militar no Brasil –, por outro se inseriu no projeto de globalização neoliberal no início da década de 1990. (Bahia, 2012, p. 61) .

Em 1995, a partir do lançamento comercial de filmes como *Carlota Joaquina*, que atingiu a marca de 1,5 milhão de espectadores, e a indicação ao Oscar de melhor filme estrangeiro para *O Quatrilho*, iniciou-se um movimento conhecido como retomada do cinema brasileiro (Ikeda, 2015). Mesmo não sendo um termo unânime entre teóricos, a expressão retomada, por muitos interpretada apenas como uma breve interrupção após o fechamento da Embrafilme, denota um movimento político e cinematográfico de produções após a reestruturação de mecanismos de fomento cultural.

A retomada foi ganhando densidade e apenas a Lei do Audiovisual, como único mecanismo de fomento para a atividade cinematográfica, rapidamente tornou-se insuficiente. Para recuperar a cadeia produtiva audiovisual, outros instrumentos faziam-se necessários. Realizado entre 29 de junho e 1º de julho de 2000, o III Congresso Brasileiro de Cinema, reuniu em Porto Alegre-RS, diferentes entidades e associações representativas do audiovisual brasileiro, desde produtores independentes, exibidores, cineastas, até agentes econômicos da cadeia de cinema comercial (Ikeda, 2015). A partir dessa reunião foram discutidas pautas para a retomada de políticas de estruturação da indústria cinematográfica nacional, desde o desenvolvimento de roteiros de obras independentes até a sua distribuição em janelas de exibição.

Nesse mesmo ano, em dezembro, foi formado o Grupo Executivo para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica (Gedic), composto por ministros do governo à época (Casa Civil, Fazenda, Desenvolvimento, Indústria e Comércio, Comunicações, Cultura), além de membros representantes da classe cinematográfica como produtores, cineastas, pesquisadores, exibidores e executivos.

Em 2001, promulgada pelo então presidente Fernando Henrique Cardoso, a Medida Provisória 2228/01, possibilitou a criação da Agência Nacional de Cinema (Ancine), o Conselho Superior de Cinema e a Secretaria do Audiovisual. Este tripé institucional foi essencial para a estruturação de políticas públicas de financiamento e apoio à produção audiovisual nos âmbitos federal, estadual e municipal.

A Ancine surge como uma autarquia especial responsável pelo fomento, regulação e fiscalização da atividade cinematográfica e audiovisual em território brasileiro. Graças a essa estruturação, a Ancine recebeu independência administrativa e financeira, além de uma estabilidade jurídica maior, pois autarquias especiais podem ser criadas ou extintas unicamente por lei. Entretanto, a atividade cinematográfica tem características que tornam a Ancine uma agência reguladora diferente das demais.

Primeiro, o audiovisual não se estrutura como monopólio natural. Ao contrário, ele é deveras fragmentado, apresentando uma estrutura competitiva. Segundo, não se trata, diretamente, de um bem essencial, como energia elétrica ou telecomunicações, que funciona seja como insumo básico utilizado na produção de todos os demais setores da economia, seja para o cotidiano das famílias. Por fim, não constitui um setor privatizado, cujo funcionamento, antes realizado diretamente pelo Estado, passa a sê-lo também por empresas privadas (Ikeda, 2015, posição nº 991)

Com atividades complementares às da Ancine, a Secretaria do Audiovisual (SAV) surge como uma integrante do Ministério da Cultura, com as competências de:

- Produção de obras de curta e média-metragem;
- Formação de mão-de-obra;
- Difusão de acervos de obras cinematográficas e audiovisuais, incluindo mostras e festivais nacionais;
- Preservação de acervo cinematográfico.

Já o Conselho Superior de Cinema surge como um órgão subordinado à Casa Civil, responsável pela definição da política nacional de cinema, aprovação de políticas e diretrizes gerais para o desenvolvimento da indústria cinematográfica nacional, visando promover sua autossustentabilidade; estímulo a presença do conteúdo brasileiro nos diversos segmentos de mercado, além de estabelecer a distribuição da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica, Condecine, para cada destinação prevista em lei (Brasil, 2001).

Esse período marca um processo de proeminência e internacionalização muito importante para o cinema brasileiro, com o lançamento de filmes como *Central do Brasil* (1998), que deu à Fernanda Montenegro uma indicação ao Oscar de Melhor Atriz no ano seguinte, e *Cidade de Deus* (2002), que teve indicação a quatro categorias do Oscar em 2004. Além disso, a retomada de políticas de incentivo permitiu o lançamento de sucessos comerciais internamente, como *Lisbela e o Prisioneiro*, *Os Normais - O Filme* e *Carandiru*, todos de 2003.

Um ano após a criação da Ancine, em 2002, o cinema brasileiro atingiu uma participação de mercado recorde, com 21,4%, e no ano seguinte, 30%. Esse *boom* foi recebido com euforia por muitos, que previam um novo período de desenvolvimento e estruturação do cinema nacional como indústria.

Os expressivos resultados de 2003 geraram euforia, provocando a impressão de que a criação da agência fosse um passo decisivo na instalação de uma escalada sustentada de ocupação dos filmes nacionais no mercado interno. No entanto, esse expressivo aumento na participação de mercado na verdade não foi consequência da implementação das políticas previstas pela Ancine na regulação do mercado audiovisual. Recém-criada, com pouca autonomia para promover de fato uma política desenvolvimentista, ela simplesmente administrava as leis de incentivo, mais no sentido de coibir distorções do que de implementar uma política setorial definida.

Os níveis recordes de 2003 justificam-se por dois fatores básicos [...] a) as mudanças implementadas pela MP no 2.228-1/01 em um dos mecanismos de incentivo, o art. 3º da Lei do Audiovisual; e b) a atuação da Globo Filmes, possibilitando uma intensiva ação de marketing para os blockbusters brasileiros.

De fato, após a euforia de 2003, os anos seguintes mostraram que se tratava de uma exceção e não de uma tendência constante de aumento de participação de mercado. Apesar dos avanços obtidos com a articulação desses dois fatores, faltava uma política de ocupação do mercado interno, com a articulação dos elos da cadeia produtiva e de incentivo à ocupação dos diversos segmentos de mercado. (Ikeda, 2015, posição nº 1422)

Com a chegada do Partido dos Trabalhadores (PT) ao poder, através da posse do presidente Luiz Inácio “Lula” da Silva, o Ministério da Cultura e suas demais autarquias passaram a abordar questões culturais através de uma perspectiva mais democrática e diversa. Em seu discurso de posse, o então Ministro da Cultura, Gilberto Gil, afirmou

Não cabe ao Estado fazer cultura, mas, sim, criar condições de acesso universal aos bens simbólicos. Não cabe ao Estado fazer cultura, mas, sim, proporcionar condições necessárias para a criação e a produção de bens culturais, sejam eles artefatos ou mentefatos. Não cabe ao Estado fazer cultura, mas, sim, promover o desenvolvimento cultural geral da sociedade.

[...]

É preciso ter humildade, portanto. Mas, ao mesmo tempo, o Estado não deve deixar de agir. Não deve optar pela omissão. Não deve atirar fora de seus ombros a responsabilidade pela formulação e execução de políticas apostando todas as suas fichas em mecanismos fiscais e assim entregando a política cultural aos ventos, aos sabores e aos caprichos do deus-mercado. É claro que as leis e os mecanismos de incentivos fiscais são da maior importância. Mas o mercado não é tudo. Não será nunca. Sabemos muito bem que em matéria de cultura, assim como em saúde e educação, é preciso examinar e corrigir distorções inerentes à lógica do mercado que é sempre regida, em última análise, pela lei do mais forte. Sabemos que é preciso, em muitos casos, ir além do imediatismo, da visão de curto alcance, da estreiteza, das insuficiências e mesmo da ignorância dos agentes mercadológicos. Sabemos que é preciso suprir as nossas grandes e fundamentais carências.

O ministério não pode, portanto, ser apenas uma caixa de repasse de verbas para uma clientela preferencial. [...] Logo, não se trata somente de expressar, refletir, espelhar. As políticas públicas para a cultura devem ser encaradas, também, como intervenções, como estradas reais e vicinais, como caminhos necessários, como atalhos urgentes. Em suma, como intervenções criativas no campo do real histórico e social. Daí que a política cultural deste Ministério, a política cultural do Governo Lula, a partir deste momento, deste instante, passa a ser vista como parte do projeto geral de construção de uma nova

hegemonia em nosso País. Como parte do projeto geral de construção de uma nação realmente democrática, plural e tolerante. Como parte e essência de um projeto consistente e criativo de radicalidade social. Como parte e essência da construção de um Brasil de todos.

[....]

O Brasil não pode continuar sendo sinônimo de uma aventura generosa, mas sempre interrompida. Ou de uma aventura só nominalmente solidária. Não pode continuar sendo, como dizia Oswald de Andrade, um país de escravos que teimam em ser homens livres. Temos de completar a construção da nação. De incorporar os segmentos excluídos. De reduzir as desigualdades que nos atormentam. Ou não teremos como recuperar a nossa dignidade interna, nem como nos afirmar plenamente no mundo. (Gil, 2003)<sup>4</sup>

Durante os primeiros anos de Gestão Gil-Juca (Juca Ferreira, secretário-executivo do MinC) foram percebidas tentativas de dar suporte a iniciativas e projetos culturais fora do eixo RJ-SP, além de criar mecanismos de financiamento para além do mecenato.

Em 10 de agosto de 2005, através da emenda constitucional nº48, o Plano Nacional de Cultura, PNC, foi incluído na Constituição Federal. Essa inclusão permitiu a abertura de debates com diversos setores da sociedade civil, que buscavam a criação de uma política de cultura nacional plural, ao mesmo tempo que independente de interferências do mercado. O PNC destacava cinco estratégias e diretrizes gerais de atuação:

1. Fortalecer a ação do Estado no planejamento e na execução das políticas culturais;
2. Proteger e valorizar a diversidade artística e cultural brasileira;
3. Universalizar o acesso dos brasileiros à fruição e produção cultural;
4. Ampliar a participação da cultura no desenvolvimento socioeconômico sustentável;
5. Consolidar os sistemas de participação social na gestão das políticas culturais.

Percebemos, portanto, o reconhecimento do papel determinante do Estado na cultura nacional como mediador. Essas ações conformam as ideias de cultura e nação. A atuação do Estado no campo cultural deve fomentar a igualdade e o equilíbrio de produção e consumo de bens culturais entre as regiões e indivíduos

(Bahia, 2012, p. 117)

Além do amplo debate gerado pelo PNC, durante o mesmo período, o MinC dispôs em consulta pública um pré-projeto de lei que dava origem a Ancinav, que dentre as atribuições previstas, estavam a fiscalização e regulação de qualquer plataforma de transmissão de conteúdos audiovisuais e cinematográficos, além da articulação das políticas públicas para o setor. O texto ressaltava, ainda, a ampliação do conceito de audiovisual, a abrangência dos segmentos deste mercado e o combate à monopolização (Brasil, 2004).

---

<sup>4</sup> Íntegra do discurso de posse do ministro da cultura Gilberto Gil. <https://www.cartamaior.com.br/?/Editoria/Midia-e-Redes-Sociais/integra-do-discurso-de-posse-do-ministro-da-cultura-Gilberto-Gil/12/5623>

O projeto de lei foi mal-visto e duramente criticado como “autoritário” por grandes produtores e cineastas, empresas de radiodifusão, articulistas da mídia impressa, e entidades como a Motion Picture Association of America (MPA), ao mesmo tempo que recebeu apoio entre pequenos e médios produtores, intelectuais e associações independentes (Rocha, Argolo, 2015).

A proposta de criação da Ancinav foi fortemente perseguida mesmo entre ministros e aliados do governo Lula, e não conseguiu avançar. Porém, esse debate foi essencial para a criação de dois mecanismos chave para o financiamento do audiovisual independente brasileiro, a Lei n.º 11.437/2006, que determinou a criação do Fundo Setorial do Audiovisual (FSA), e, posteriormente, a Lei n.º 12.485/2011, conhecida como Lei da TV Paga ou Lei do SeAC.

Durante o primeiro mandato do governo Lula, o MinC, através da gestão Gil-Juca, também foi responsável pelo fortalecimento da SAV, sendo perceptível o desequilíbrio entre o tripé institucional (Ikeda, 2015).

Durante esse período, houve a continuação e a ampliação do escopo de políticas de fomento anteriores, como a publicação de editais de curta-metragem, de desenvolvimento de roteiro de longas-metragens de baixo orçamento. Foram criados, por exemplo, editais específicos para o desenvolvimento de roteiros de animação, ou obras de temática infanto-juvenil.

De 2003 a 2008, a SAV lançou um edital de fomento chamado DOCTV (Programa de Fomento à Produção e Teledifusão do Documentário Brasileiro) para a produção de média-metragens documentais independentes e sua difusão em canais de TV públicos. Com o sucesso deste edital, em 2007, o DOCTV ganhou uma versão internacional, através do DOCTV Ibero-América, e em 2008 a edição DOCTV CPLP, para países falantes de língua portuguesa. Além disso, em 2008 foram lançados os editais FicTV, que fomentaram a produção de três mini-séries compostas de 13 episódios “portadoras de uma visão original sobre a juventude brasileira das classes C, D e E”, e do edital AnimaTV, que financiou a produção de duas séries de animação voltadas para o público infanto-juvenil.

No mesmo período também houve incentivo à produção de conteúdo multiplataforma. Em 2004, por exemplo, foi publicado o edital Jogos BR, que estimulou a produção de jogos eletrônicos para computadores, consoles, celulares e outras plataformas. Em 2009, a SAV desenvolveu dois projetos: o Programa de Fomento à Produção e Exportação de Jogos Eletrônicos Brasileiros (BRGames), assim como o concurso Laboratório de Experimentação e Pesquisa em Tecnologias Audiovisuais (XPTA.LAB).

Dentro dos fomentos de cinema, a SAV os programas Revelando Brasil, em parceria com a ONG Marlin Azul e patrocinado pela Petrobrás, e o Nós na Tela, em parceria com a Associação Brasileira dos Canais Comunitários (ABCCOM). No âmbito da infraestrutura, a SAV criou, em 2006, o programa Olhar Brasil, que estimulou uma política de regionalização da produção independente, montando núcleos de produção digital. Já a Programadora Brasil, uma espécie de distribuidora sem fins lucrativos, licenciava os direitos de exibição de obras audiovisuais de seu acervo para o circuito de exibição não comercial (cineclubes, mostras, etc).

Em 2009, a Programadora Brasil foi incorporada pelo Cine Mais Cultura, responsável pela instalação de pontos de exibição em DVDs (Ikeda, 2015).

Visando o fortalecimento da participação de mercado do cinema brasileiro no parque exibidor, no período de 2004 até 2015, o Estado brasileiro publicou dez decretos que estabeleciam uma cota de obrigatoriedade de exibição de filmes nacionais em salas de cinema comerciais. Em 2005, através do decreto nº 5.648/05, ficava estabelecido que

Empresas proprietárias locatárias ou arrendatárias de salas, espaços ou locais de exibição pública comercial devem apresentar à Ancine relatório enumerando as obras cinematográficas brasileiras e estrangeiras exibidas pelos cinemas de sua rede de exibição, demonstrando o número de dias de exibição, número de espectadores e renda de bilheteria, entre outras informações necessárias, conforme formato e periodicidade definidos pela Agência. Tais relatórios são fundamentais, não só como instrumento de fiscalização do cumprimento da cota de tela para filmes nacionais, mas também para a geração de indicadores sobre o mercado de cinema no Brasil, especialmente sobre a participação dos filmes nacionais neste mercado. (Santos, 2017, p. 58)

No âmbito de financiamento cinematográfico, três mecanismos de incentivo foram implantados durante o mesmo período: os Funcines, regulamentados em 2003, através da IN nº 17 da Ancine, o Prêmio Adicional de Renda (PAR), criado pela IN nº 44 de 2005, e o Fundo Setorial do Audiovisual, FSA, uma das principais políticas de financiamento audiovisual independente e, posteriormente, responsável pela descentralização da produção cinematográfica nacional.

Enquanto os Funcines são caracterizados por fundos de investimento privados, formados a partir de recursos incentivados ou não, o PAR é um prêmio referenciado no desempenho comercial de obras cinematográficas de longa-metragem brasileiras, tornando-se o principal mecanismo de incentivo para distribuidoras nacionais.

Criado em 2006, o FSA é composto pelos recursos arrecadados pela Condecine a administrado por um comitê gestor com representantes do MinC, Ancine, uma instituição financeira, um agente do setor audiovisual, e, a partir do decreto 8.281/14, um representante da Casa Civil e do Ministério da Educação. A partir da arrecadação da Condecine, o FSA organiza chamadas públicas para o desenvolvimento de atividades audiovisuais em três frentes de produção diferentes: TV (Prodav), cinema (Prodecine) e infraestrutura (Proinfra).

A viabilidade de novas linhas de investimentos para produção de filmes e distribuição e comercialização de conteúdos audiovisuais para salas de cinema e para televisão inaugurou um novo momento do cinema brasileiro em 2008. Os programas como o Prodecine e o Prodav, criados para fomentar a cadeia produtiva do audiovisual, proporcionaram uma nova realidade para o mercado brasileiro de filmes. Foram mais de 50 milhões de reais em 2008, sendo que esse valor em 2009 ficou estimado em 90 milhões. Vale lembrar que até aquele momento os investimentos em cinema e televisão

eram feitos por meio das leis de incentivo e na maioria das vezes atendiam apenas às demandas da produção de filmes. Com as leis de incentivo o mercado de cinema brasileiro chegou a arrecadar em média 150 milhões anuais para produção de filmes. Hoje o FSA formula e fomenta programas em parceria com agentes financeiros credenciados na Ancine, com disponibilidade para atuar em cinco diferentes modalidades de financiamento, com orçamento proveniente de contribuições da própria cadeia produtiva que ultrapassam hoje a cifra de 1 bilhão de reais por ano. (Santos, 2017, p. 105)

Apesar do sucesso de políticas de fomento audiovisual dentro dos principais pólos econômicos do país, e da estruturação de mecanismos de distribuição e desenvolvimento de obras independentes, o MinC não conseguiu reformar o modelo de financiamento a produções culturais que tem como principal fonte de recursos o fomento indireto (Ikeda, 2015; Bahia, 2012). A partir dessa queixa, associações de trabalhadores do audiovisual de outras regiões do país, fora do eixo RJ-SP, organizaram-se para questionar a má distribuição de recursos e a concentração de incentivos na mesma região. A partir de 2013, durante o governo Dilma Rousseff, com a implantação da Lei do SeAC, a descentralização da produção audiovisual em território brasileiro foi catalisada, assim como o aumento de recursos e diversificação dos meios de financiamento de obras cinematográficas. Com a determinação de que 30% das receitas da Condecine fossem destinadas a produtoras independentes localizadas nas regiões norte, nordeste e centro-oeste, foi possibilitada a diversificação da produção audiovisual, ampliando as narrativas e abordagens estéticas (Gomes, 2018).

Os anos de governo PT foram, então, marcados por políticas públicas que buscavam oferecer à produção cinematográfica nacional meios de financiamento para além do mecenato e instrumentos como a lei 8.685/93, e a estruturação de um complexo cinematográfico industrial. Ademais, foi incentivada a diversificação de narrativas e produção de obras audiovisuais fora do eixo RJ-SP, e com temáticas que abordavam questões da população negra, LGBTQ+, indígenas, periféricas, mulheres, entre outros. Em 2013, durante o governo Dilma Rousseff, foi publicado pela Ancine, sob a gestão de Manoel Rangel, o Plano de Diretrizes e Metas para o Audiovisual até 2020. O documento tinha como objetivo central desenvolver cadeia produtiva audiovisual, através do apoio à produção nacional e da circulação de conteúdos brasileiros independentes, com narrativas e linguagens diversas, de forma competitiva, sustentável e inovadora. As principais diretrizes do documento eram:

1. Ampliar e diversificar a oferta de serviços de exibição e facilitar o acesso da população ao cinema;
2. Desenvolver e qualificar os serviços de TV por assinatura e de vídeo por demanda, oferecidos em todos os ambientes, e ampliar a participação das programadoras nacionais e do conteúdo brasileiro nestes segmentos de mercado;
3. Fortalecer as empresas distribuidoras brasileiras e a distribuição de filmes brasileiros;

4. Dinamizar e diversificar a produção independente, integrar os segmentos do mercado audiovisual, fortalecer as produtoras e ampliar a circulação das obras brasileiras em todas as plataformas;
  5. Capacitar os agentes do setor audiovisual para a qualificação de métodos, serviços, produtos e tecnologias;
  6. Construir um ambiente regulatório caracterizado pela garantia da liberdade de expressão, a defesa da competição, a proteção às minorias, aos consumidores e aos direitos individuais, o fortalecimento das empresas brasileiras, a promoção das obras brasileiras, em especial as independentes, a garantia de livre circulação das obras e a promoção da diversidade cultural;
  7. Aprimorar os mecanismos de financiamento da atividade audiovisual e incentivar o investimento privado;
  8. Aumentar a competitividade e a inserção brasileira no mercado internacional de obras e serviços audiovisuais;
  9. Promover a preservação, difusão, reconhecimento e cultura crítica do audiovisual brasileiro;
  10. Estimular a inovação da linguagem, dos formatos, da organização e dos modelos de negócio do audiovisual;
  11. Desenvolver centros e arranjos regionais de produção e circulação de conteúdo audiovisual e fortalecer suas capacidades, organização e diversidade;
  12. Ampliar a participação do audiovisual nos assuntos educacionais.
- (Brasil, 2013)

Considerando todas as iniciativas citadas anteriormente, além de outras tentativas governamentais a fim de reparar as disparidades de distribuição de recursos e produção audiovisual, o cinema brasileiro começou a sair do eixo RJ-SP, renovar-se em linguagem e estética, e tornou-se uma presença proeminente em festivais e premiações internacionais. Além disso, o processo de internacionalização do cinema brasileiro também foi catalisado pelos acordos de coprodução assinados entre a Ancine e agências cinematográficas de outros países, principalmente entre a América Latina e Europa. De 2009 a 2017, mais de 65 coproduções internacionais foram realizadas, entre Portugal (19), Argentina (16), França (10), Estados Unidos (8), Alemanha (6), Espanha (6) (Ancine, 2018).

Com a globalização, o cinema admitiu e incorporou em suas narrativas a pluralidade da identidade brasileira e desenvolveu sinais de reconhecimento dessa multifacetada identidade, em que cabem até os americanos, nossos “inimigos culturais históricos”. A cultura se desprende das amarras do espaço local-nacional, que eram as bases de seu tecido próprio, para avançar no mundo global. (Bahia, 2012)

É nesse contexto de expansão da produção, do bom andamento de políticas públicas e mecanismos de fomento audiovisual, e expansão da cadeia produtiva cinematográfica que o

Brasil chega ao final da segunda década dos anos 2000 com uma participação de mercado expressiva, tanto internamente quanto no exterior. Enquanto em 2010 o Brasil teve 74 títulos nacionais lançados, em 2018 esse número chegou a 184 títulos em salas de cinema comerciais, ocupando 38,54% dos lançamentos do ano. Ainda no mesmo período, o valor adicionado pelo setor audiovisual ao PIB brasileiro foi de R \$26,7 bilhões (Ancine, 2020).

### **3. 1. 2. Especificidade de Pernambuco**

Apesar da distância geográfica do eixo RJ-SP, além da condição econômica menos favorável, o estado de Pernambuco já se destacava pela proeminente atividade cinematográfica mesmo antes da criação da Ancine. O estado, na verdade, mesmo sem o amparo de políticas audiovisuais já tinha uma certa produção audiovisual desde o século passado. Durante o início da década de 1920, por exemplo, Pernambuco viveu um movimento pioneiro, marcado pela produção de treze filmes de cinema mudo em aproximadamente oito anos. Esse período foi conhecido como Ciclo de Recife.

Apesar das dificuldades financeiras enfrentadas pelos cineastas, os filmes se tornavam um sucesso, atraindo um bom público às salas de exibição da cidade em suas estreias. Um dos principais espaços a receber as produções locais era o Cine Royal, localizado na Rua Nova. As estreias eram importantes acontecimentos da vida social recifense. Composta por uma grande recepção em clima de festa com ornamentação na fachada e banda de música para os convidados. Os filmes do Ciclo do Recife tornaram os cinemas da cidade importantes cenários de lazer e sociabilidade (Nascimento, 2013, p. 2).

O Ciclo de Recife foi interrompido após a chegada do cinema sonoro, onde as produções locais passaram a sofrer com a concorrência desleal das produções hollywoodianas.

Um outro movimento cinematográfico importante de Pernambuco aconteceu décadas depois, com o aparecimento da câmera Super-8, um equipamento barato e fácil de manipular. O Ciclo Super-8 reuniu jovens ligados pela idade, amizade, cultura, ideologias e política. Entre 1973 e 1983, o Ciclo possibilitou o renascimento do cinema pernambucano, que havia tido um período fértil na década de 1920 com o Ciclo do Recife, mas que estava praticamente adormecido desde então. A temática das obras variava entre: documentários sobre a vida no sertão nordestino, denúncias sobre injustiças sociais, assim como a crítica e reflexões de dilemas da juventude urbana. Os principais realizadores desse período são: Jomard Muniz de Brito, Geneton Moraes Neto, Fernando Spencer, Celso Marconi, Walderes Soares, Paulo Menelau, entre outros (Correia, 2018).

Durante os últimos suspiros do Ciclo Super-8, um jovem cineasta chamado Paulo Caldas resolveu revitalizar a principal entidade de classe audiovisual do estado, ABD/APECI - Associação Brasileira de Documentaristas/Associação Pernambucana de Cineastas, em parceria

com outro realizador contemporâneo, Cláudio Barroso. Em reuniões frequentes na Fundação Joaquim Nabuco, em Recife, os dois passaram a dedicar-se ao fortalecimento da entidade e na atração de novos associados.

Durante o encontro da ABD nacional, no Festival de Brasília, em 1983, os dois sugeriram que o evento se tornasse itinerante, com a sua primeira edição em Olinda. Proposta aceita, de 24 a 27 de maio do mesmo ano, cerca de 20 membros do Conselho Nacional da entidade reuniram-se em Pernambuco para discutir questões relativas ao cinema nacional e a distribuição de recursos da Embrafilme. Delegados dos estados do Ceará, Pará, Minas Gerais, Alagoas e Paraná, uniram-se ao coro pernambucano na demanda pela descentralização de recursos. No último dia de debates foi aprovada a Carta de Olinda, ou seja, a instituição de cotas na divisão de recursos da Embrafilme. Rio e São Paulo, ambos receberiam 33%, enquanto o restante do país passou a receber 34% de verbas (Puglia, 2016).

A decisão não foi bem-recebida com unanimidade e alguns associados ficaram insatisfeitos com apenas 34% para todas as outras unidades federativas, entretanto, esse recurso teve uma enorme contribuição na diversificação da produção nacional até o início dos anos 1990, antes do fim da Embrafilme. Graças a essa conquista, em Pernambuco foram realizados 15 filmes, de curtas e longas-metragens, entre 1983 e 1988.

Em 1993, o governo do estado pernambucano, inspirado pela promulgação das leis federais Rouanet e do Audiovisual, decidiu criar mecanismos de financiamento locais. Em dezembro do mesmo ano foi aprovada a Lei nº 11.005, dando origem ao Sistema de Incentivo à Cultura. Graças ao SIC, Pernambuco também se fez presente com as suas produções durante a retomada do cinema brasileiro, entre elas, *Baile Perfumado*, de 1996, dirigido por Lírio Ferreira e Paulo Caldas, *O Rap do Pequeno Príncipe Contra as Almas Sebosas*, de 2000, dirigido por Paulo Caldas e Marcelo Luna, e *Amarelo Manga*, 2003, de Cláudio Assis.

Em 1998, estimulado pelo sucesso de produções locais em festivais nacionais e internacionais, o então governador, Miguel Arraes, decidiu aprimorar a Lei de Incentivo à Cultura, aumentando o volume disponível para dedução de ICMS. Desse período até o presente momento, o estado de Pernambuco aprimorou seus mecanismos de fomento de diversas maneiras, passando a investir em variados setores da cadeia de produção audiovisual, desde a formação de mão-de-obra, até a exibição e internacionalização de obras locais.

Os editais do Funcultura, por exemplo, entre 2007 até 2013, foram responsáveis pela distribuição de R\$43,1 milhões entre 435 projetos audiovisuais. A união dos esforços nacionais, possibilitados principalmente pela estruturação da Ancine e do FSA, juntamente à vontade política local de incentivo à cultura, permitiu que Pernambuco se tornasse um caso específico fora do eixo RJ-SP. Desde então, independente das transições políticas e mudanças de modelos de financiamento, o estado manteve sua notoriedade na produção audiovisual. Em 2013 foi responsável por 6,2% dos lançamentos comerciais no país, ficando apenas atrás do Rio de Janeiro (36,4%) e São Paulo (35,7%). Além disso, o cinema pernambucano tem uma forte

presença no circuito de festivais internacionais, somando 83 prêmios entre 2011 e 2013, considerando apenas as obras *A Febre do Rato* (2011), *O Som ao Redor* (2012), *Tatuagem* (2013) e *A História da Eternidade* (2013), fortalecendo a sua importância e inventividade no cenário global e interno (Puglia, 2016).

### 3. 1. 3. Cinema Brasileiro em 2019

Após o breve panorama histórico de políticas públicas pós-retomada do cinema brasileiro até o segundo mandato interrompido da presidenta Dilma Rousseff, e o destaque de questões específicas do estado pernambucano, chegamos ao ano do estudo de caso da presente pesquisa: 2019.

A união destas e outras políticas, permitiu que no ano de 2019 filmes como *Divino Amor* (Gabriel Mascaro), *A Vida Invisível* de Eurídice Gusmão (Karim Ainouz), *Greta* (Armando Praça), *Bacurau* (Juliano Dornelles e Kleber Mendonça Filho), *Marighella* (Wagner Moura), *No Coração do Mundo* (Maurílio Martins e Gabriel Martins), *Inferninho* (Pedro Diógenes e Guto Parente), *Azougue Nazaré* (Tiago Melo), entre outros, fossem não apenas exibidos e premiados em circuitos de festivais internacionais como Cannes, Berlim, Veneza e Nova York, como também o lançamento comercial em salas de cinema e contratos de licenciamento com serviços de *streaming* internacionais como MUBI<sup>5</sup> e Amazon Prime<sup>6</sup>. Além disso, a estruturação de políticas de financiamento e o incentivo à descentralização permitiu uma pluralidade na produção cinematográfica, tanto em questões estéticas, quanto de gênero, sexualidade ou raça.

Além disso, produções brasileiras originais do Netflix, ou seja, sem fomento direto ou indireto, ganharam aclamação da crítica e indicação às principais premiações estadunidenses. *Democracia em Vertigem*, documentário dirigido por Petra Costa, recebeu indicação ao Oscar de Melhor Documentário em 2020, enquanto *Dois Papas*, dirigido por Fernando Meirelles, foi indicado a diversas categorias no Globo de Ouro e Oscar do mesmo ano. Nos festivais, revistas, e premiações internacionais, era impossível escapar do cinema brasileiro de 2019.

O ano de 2019 torna-se um objeto de pesquisa interessante não apenas por ser o ano de lançamento de *Bacurau*, mas porque desde a retomada do cinema brasileiro, é o ano que apresenta mais contrastes e tensões entre o cenário nacional e internacional. Enquanto obras audiovisuais brasileiras ganhavam prêmios inéditos e participavam com grande destaque da seleção oficial dos principais festivais de cinema ao redor do mundo, também foi o ano de posse do governo Bolsonaro, em que a perseguição à classe artística e aos produtores culturais tornou-

<sup>5</sup>MUBI x Sessão Vitrine [https://www.youtube.com/watch?v=AR5DXQrcWbc&ab\\_channel=MUBI](https://www.youtube.com/watch?v=AR5DXQrcWbc&ab_channel=MUBI)

<sup>6</sup> Filme 'A vida invisível' chega a plataforma Amazon Prime Vídeo neste ano [https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2019/10/25/interna\\_diversao\\_arte,800940/a-vida-invisivel-chega-a-plataforma-amazon-prime-video-neste-ano.shtml](https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2019/10/25/interna_diversao_arte,800940/a-vida-invisivel-chega-a-plataforma-amazon-prime-video-neste-ano.shtml)

se prática institucional. Mais adiante pretendo explicar a ascensão do bolsonarismo e como ela se relaciona com a perseguição aos instrumentos culturais e, em especial, o setor audiovisual.

Exibido no Festival de Berlim de 2019, o filme *Marighella*, de Wagner Moura, cinebiografia do guerrilheiro comunista que lutou contra a ditadura civil-militar, teve seu lançamento em território brasileiro cancelado a partir de uma medida arbitrária da Ancine<sup>7</sup>. O fato levantou fortes suspeitas de censura, principalmente quando inseridas no contexto político à época e aliadas a outras declarações do presidente Jair Messias Bolsonaro sobre a produção cinematográfica brasileira e aos mecanismos de incentivo.

A partir de uma medida autoritária, em julho de 2019, o presidente transferiu o Conselho Superior de Cinema, até então ligado ao extinto Ministério da Cultura, para órgão submisso à Casa Civil em Brasília. Ao justificar sua decisão, Bolsonaro demonstrou interesse em controlar quais obras seriam financiadas em seu governo “Não posso admitir que, com dinheiro público, se façam filmes como o da Bruna Surfistinha. Não dá (Bolsonaro, 2019)”<sup>8</sup>. Em agosto do mesmo ano, o presidente também interferiu em editais de financiamento de programas de cidadania para TVs públicas e atacou quatro obras aprovadas para financiamento nas categorias de “diversidade de gênero” e “sexualidade”.

As conquistas do cinema brasileiro no ano de 2019 são, enfim, herança de décadas de políticas de financiamento estruturadas e que englobam toda a cadeia audiovisual, passando pela formação de profissionais, o desenvolvimento de projetos, até o apoio à participação em festivais internacionais, distribuição e exibição em janelas variadas. Em setembro de 2019, o cinema brasileiro na era Bolsonaro foi tema de capa e mais de 20.

---

<sup>7</sup>Marighella tem estreia cancelada no Brasil. <https://www.omelete.com.br/filmes/marighella-estreia-cancelada>

<sup>8</sup>Séries LGBT atacadas por Bolsonaro perdem edital da TV pública. <https://oglobo.globo.com/cultura/series-lgbt-atacadas-por-bolsonaro-perdem-edital-da-tv-publica-24202727>



Figura 1: Capa da revista francesa Cahiers du Cinéma, de Setembro de 2019

### 3. 2. Vitrine Filmes

A segunda hipótese para investigar o desempenho de bilheteria de Bacurau, passa pela análise da distribuidora Vitrine Filmes e como ela se posiciona no mercado exibidor brasileiro. Criada em 2010 por Silvia Cruz, a Vitrine é uma empresa distribuidora independente brasileira responsável pela difusão de títulos como *O Processo* (2018), documentário dirigido por Maria Augusta Ramos, *Branco Sai, Preto Fica* (2015), de Adirley Queiroz, e *Hoje eu Quero Voltar Sozinho* (2014), longa-metragem de estreia de Daniel Ribeiro.

Um outro projeto importante da distribuidora é o Sessão Vitrine, voltado para formação de público de cinema independente brasileiro, através da venda de ingressos mais baratos e sessões acompanhadas de debates. Em 2019 a empresa também fez uma parceria com o serviço de streaming MUBI, reconhecido pela curadoria de cinema de autor e independente de diversos países.

Neste subcapítulo pretende-se fazer um breve panorama de como funciona o parque exibidor brasileiro, desde sua transição dos cinemas de rua para os cinemas multiplex, até o ano de 2019, onde os filmes evento, principalmente *Vingadores: Ultimato*, ocuparam praticamente todas as salas brasileiras.

### 3. 2. 1. Da rua ao shopping center

A distribuição de filmes brasileiros sempre foi um dos principais desafios da cadeia produtiva audiovisual, isso dá-se por motivos variados como a concentração de salas em sistemas multiplex, a dominação de *majors* norte-americanas, a discrepância da média do número de salas por habitantes em estados fora do eixo RJ-SP, a dominação da Globo Filmes no cenário nacional a partir do final da década de 1990, a competição desleal por salas contra as grandes franquias cinematográficas, e outros motivos.

No final dos anos 90, início dos anos 2000, é possível notar o surgimento de um fenômeno cultural mundial: a popularização dos multiplex. Esses cinemas são conjuntos de salas que compartilham um hall de entrada único, na maioria das vezes em shoppings centers, e em média seis salas com 250 poltronas cada (da Silva, 2010). O primeiro multiplex aberto no Brasil foi o Cinemark Colinas, em São José dos Campos, 1997. Na tabela a seguir, organizada por Rodrigo Saturnino Braga (2010), é possível perceber a mudança dos cinemas de rua para a concentração de salas em sistemas multiplex.

**TABELA 1: Evolução Do Número De Cinemas No Brasil Por Quantidade De Salas**

CINEMA	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	%
<b>1 SALA</b>	380	369	349	362	392	334	365	313	229	232	-38,9
<b>2 A 5 SALAS</b>	222	255	253	283	280	300	301	291	275	277	+24,7
<b>6+ SALAS</b>	59	62	68	77	81	92	99	115	122	124	+110,1

Fonte: Rodrigo Saturnino Braga

A lógica por trás do multiplex reside, sobretudo, nos seguintes fatores: primeiro, com o oferecimento de mais títulos e horários, ele aumenta o fluxo de consumidores. Além disso, há um melhor aproveitamento de mão de obra e do espaço físico (salas menores, mas com ocupação maior), resultando em ganhos de escala. Por fim, o próprio complexo proporciona uma experiência distinta, pautada na flexibilidade e na comodidade. Nesse sentido, não é de se estranhar a primazia de sua instalação em shopping centers. Esses centros agregam pessoas inclinadas ao consumo, além de garantirem segurança e serviços como estacionamento - um forte diferencial no caso de várias cidades. (Lopes, 2014, p. 22)

A partir dessa transição, uma outra mudança foi juntamente percebida: a dominação das *majors* norte-americanas no *market-share* brasileiro (Walt Disney Studio Motion Pictures, Sony Pictures Entertainment Inc., Paramount Pictures Corporation, 20th Century Fox Film

Corporation, Universal City Studios LLLP, Warner Bros. Entertainment Inc). De 1995 a 2004, as majors foram responsáveis pelo lançamento de 79 filmes, que totalizaram 72,16% do público nas salas de cinema brasileiras (Chalupe da Silva apud Ancine, 2010).

Um outro desafio para a distribuição de cinema no Brasil é a concentração das salas do parque exibidor na região sudeste, em especial nos estados do Rio de Janeiro e São Paulo. A partir de um mapeamento feito pelo OCA-Ancine em 2010, foi constatado que

**TABELA 2: Distribuição De Número De Salas Por Regiões**

<b>REGIÃO</b>	Nº de municípios sem salas	Nº de municípios com salas	Nº de salas
<b>NORTE</b>	430	20	71
<b>NORDESTE</b>	1.758	36	243
<b>CENTRO-OESTE</b>	440	26	198
<b>SUDESTE</b>	1.450	218	1.270
<b>SUL</b>	1.101	87	370

Fonte: Mapeamento de Salas de Exibição (2010) - OCA/Ancine

Durante esse mesmo contexto, através de políticas sociais realizadas pelo PT, algumas citadas anteriormente, o Governo Federal, através da Lei 12.599/12, instituiu o programa Cinema Perto de Você, visando descentralizar o parque exibidor e diminuindo a média de número de salas para número de habitantes. Através do Anuário de Exibição de 2019 é possível perceber uma sutil melhora nos números.

**TABELA 3: Média De Habitantes Por Sala Relacionados Por Região**

<b>REGIÃO</b>	<b>Média habitantes por sala em 2010</b>	<b>Média habitantes por sala em 2019</b>
<b>NORTE</b>	161.882	78.430
<b>NORDESTE</b>	196.600	97.392
<b>CENTRO-OESTE</b>	71.00	56.983
<b>SUDESTE</b>	63.279	47.872
<b>SUL</b>	74.019	54.108
<b>BRASIL</b>	86.471	59.922

Fonte: Anuário Estatístico do Cinema Brasileiro em 2019

A partir desses dados é possível perceber como a implementação do Cinema Perto de Você, aliado a outras medidas políticas, permitiram a diminuição da diferença média entre número de salas para habitantes em todas as regiões do Brasil durante a década de 2010.

Entretanto, com o fechamento dos cinemas de rua e abertura de salas *multiplex* no Brasil, a exibição de filmes independentes, de cinema de autor e com estéticas não-comerciais foram prejudicadas, já que a negociação da distribuidora com os setores de exibição passou a ser entre grandes cadeias multinacionais que visavam apenas questões puramente financeiras. Além disso, distribuidoras internacionais operam a partir do calendário de filmes estrangeiros, da alta oferta e rotatividade, então a bilheteria, principalmente do primeiro final de semana, tornou-se métrica essencial para a permanência do filme em cartaz. Nessa disputa por salas, o cinema independente nacional sai mais uma vez em desvantagem pois, muitas vezes, sem acesso a uma ampla campanha de marketing, ele apoia-se no boca-a-boca, então os dados de bilheteria acabam melhorando nas semanas seguintes, após o primeiro final de semana.

Podemos dizer que essa característica é específica do nosso cinema, que foge da regra do lançamento praticado pelas *majors* norte-americanas, que prevê um amplo investimento em marketing e uma “invasão” das salas pelas cópias dos filmes (que são no mínimo cem) seguindo a lógica de maior número de espectadores (consequentemente, de renda) num menor espaço de tempo. Podemos visualizar essa diferença a partir do gráfico abaixo:

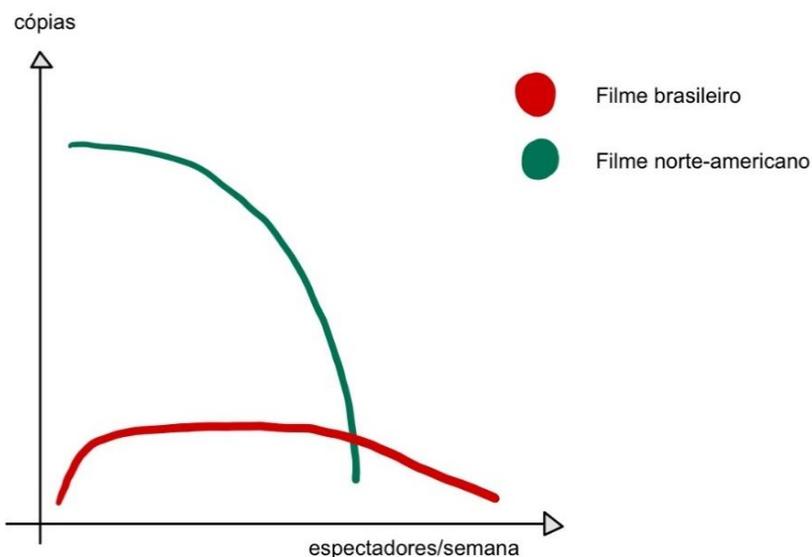


Figura 2: Longevidade do filme em salas de cinema

(da Silva, 2010, p. 129)

### 3. 2. 2. Super-heróis de pernas pro ar

Com a criação da Lei do Audiovisual, em especial a partir do art. 3º, *majors* norte-americanas tornaram-se as principais financiadoras do cinema comercial brasileiro, co-produzindo os principais títulos nacionais todos os anos<sup>9</sup>. Ademais, a co-produção e co-distribuição, tornaram-se os principais meios de financiamento do cinema brasileiro comercial, com destaque para empresas como Paris Filmes, Downtown e Globo Filmes.

40% dos filmes brasileiros de maior bilheteria nesse período [entre 2009 e 2015] chegaram ao mercado por meio de parcerias entre duas ou mais empresas. São 60 filmes co-distribuídos entre os de maior bilheteria, o que significa 44,44% do total de filmes co-distribuídos entre 2009 e 2015. (Gimenez e Rocha, 2018, p. 104)

De acordo com o Anuário Estatístico do Cinema Brasileiro em 2019, os filmes brasileiros de maior bilheteria foram:

**TABELA 4: 10 Maiores Bilheterias De Filmes Brasileiros Em 2019**

#	Filme	Distribuidora	Produtora	Público em 2019	Renda em 2019 (R\$) <sup>10</sup>
1	Nada a Perder 2	Downtown/Paris	Paris Filmes/Record Filmes	6.189.465	59.750.402,00
2	Minha Vida em Marte	Downtown/Paris	A Fábrica/Capri Produções/Downtown Filmes/Globo Filmes/Paris Filmes	4.309.790	66.396.078,00
3	Minha mãe é uma Peça 3	Downtown/Paris	Downtown Filmes/Paris Filmes/Globo Filmes/Telecine	2.419.335	38.002.653,00

<sup>9</sup>Art. 3º da Lei 8.685/93 Art. 3o Os contribuintes do Imposto de Renda incidente nos termos do art. 13 do Decreto-Lei nº 1.089, de 1970, alterado pelo art. 2o desta Lei, poderão beneficiar-se de abatimento de 70% (setenta por cento) do imposto devido, desde que invistam no desenvolvimento de projetos de produção de obras cinematográficas brasileiras de longa-metragem de produção independente, e na co-produção de telefilmes e minisséries brasileiros de produção independente e de obras cinematográficas brasileiras de produção independente. (Redação dada pela Lei nº 10.454, de 13.5.2002)

<sup>10</sup>A renda dos filmes varia pois o Preço Médio do Ingresso, PMI, varia dependendo da região e do valor do bilhete nas salas distribuídas. Isso explica a renda superior de Minha Vida em Marte (PMI: R\$15,41) em comparação a Nada a Perder 2 (PMI: R\$9,65).

			/ Paramount/ Universal		
4	Turma da Mônica - Laços	Paris	Paris Entretenimento/ Paramount Pictures/Globo Filmes/Biônica Filmes/Quintal Digital/Latina Estúdio/Maurici o de Sousa Produções	2.125.813	30.391.984,00
5	De Pernas pro Ar 3	Downtown/Pari s	Morena Films/ Paris Filmes/ Downtown Filmes/Globo Filmes/Duas Mãos Produções/ Twogether	1.838.298	28.463.297,00
6	Os Parças 2	Paris	Formata Produções/ Telecine/Fox	1.305.768	18.510.213,00
7	Vai que Cola 2 - O Começo	H2O Films	Multishow/ Conspiração Filmes	803.483	11.894.966,00
8	Kardec	Sony	Conspiração Filmes	749.256	11.849.901,00
9	Bacurau	Vitrine Filmes	SBS Productions/ CinemaScópio/ Globo Filmes	735.191	11.284.729,00
10	Cinderela POP	Vitrine Filmes	Panorâmica	476.714	6.433.928,00

Fonte: Anuário Estatístico do Cinema Brasileiro em 2019 (OCA/Ancine)

Através dessa tabela é possível comprovar como a co-produção e co-distribuição tornaram-se o principal mecanismo para a captação de recursos do cinema comercial brasileiro. Além disso, a Rede Globo e suas subsidiárias (Globo Filmes, Telecine, Multishow) aproveitam-

se do seu portfólio, alcance midiático *estar system* para atrair cada vez mais recursos e bilheteria. O próximo subcapítulo busca aprofundar-se um pouco mais na questão da Globo Filmes, pois a partir da chegada da televisão no Brasil, escrever sobre cinema nacional sem relacioná-lo aos canais de TV, em especial a hegemonia da Globo, converte-se em uma atividade impossível.

O ano de 2019 no contexto da exibição cinematográfica também é marcado pela dominação de grandes franquias cinematográficas e filmes-eventos:

**TABELA 5: Ranking Dos 10 Títulos Com Maior Público Em 2019**

#	Filme	Distribuidora	Produtora	Público em 2019	Renda em 2019 (R\$)
1	Vingadores: Ultimato	Disney	Marvel (Disney)	19.656.467	338.624.881,00
2	O Rei Leão	Disney	Walt Disney Pictures	16.242.804	265.786.968,00
3	Coringa	Warner	Village Roadshow Pictures/ DC Films/ Sikelia Productions/ Joint Effort Productions/ Green Hat Films	9.746.101	156.781.766,00
4	Capitão Marvel	Disney	Marvel (Disney)	8.991.777	146.759.329,00
5	Toy Story 4	Disney	Pixar Animation Studios (Disney)	7.955.544	124.444.046,00
6	Homem-Aranha Longe de Casa	Sony	Columbia Pictures Marvel Studios (Disney) Parker/Peters Enterprises	6.555.353	106.552.456,00

7	Nada a Perder 2	Downtown/ Paris	Paris Filmes/ Record Filmes	6.189.465	59.750.402,00
8	Malévola: Dona do Mal	Disney	Walt Disney Pictures/ Roth Films	5.786.301	91.400.055,00
9	Alladin	Disney	Walt Disney/ Pictures Rideback	4.788.803	80.060.751,00
10	Wifi-Ralph	Disney	Walt Disney Pictures	4.399.733	64.838.207,00

Fonte: Anuário Estatístico do Cinema Brasileiro em 2019 (OCA/Ancine)

Através dessa tabela é possível perceber a extrema dominância da mesma *major* no parque exibidor brasileiro. Dos 10 filmes de maior bilheteria, apenas três não são distribuídos pela Disney e somente um título é brasileiro. Vingadores: Ultimato estreou em 3.139 salas, em 25 de abril, e protagonizou um grande entrave entre os lançamentos comerciais brasileiros, pois este número representa 89,5% do parque exibidor.

Três semanas antes da estreia do filme de heróis mais aguardado do ano, De Pernas pro Ar 3 estreou em 1.070 salas e passou para 800 na sua segunda semana, em 14 dias o filme somou 1.180.000 ingressos vendidos. Uma das principais franquias de bilheteria nacional, para sua surpresa, se deparou com o descumprimento do Decreto de Cota de Tela, mais especificamente com a “regra da dobra”, quando, na sua terceira semana, pessoas que tinham comprado ingressos antecipadamente depararam-se com a sessão trocada para o filme Vingadores:Ultimato. O filme passou a ocupar apenas 546 salas, quando outras 110 deveriam continuar com De Pernas pro Ar 3 em exibição, trocaram o filme brasileiro pela produção da Marvel. A diretora Mariza Leão, juntamente aos produtores e demais trabalhadores da categoria audiovisual, uniram-se reivindicando uma atitude da Ancine contra a ocupação descontrolada de apenas um único título estrangeiro<sup>11</sup>.

### 3. 2. 3. Vitrine

Após o breve panorama dos desafios da distribuição no Brasil, passando pela concentração de salas em sistemas multiplex, principalmente no eixo RJ-SP, até o modelo de

<sup>11</sup>De pernas pro ar X 'Vingadores': a briga que resume o problema de distribuição do cinema nacional <https://oglobo.globo.com/cultura/filmes/de-pernas-pro-ar-vingadores-briga-que-resume-problema-de-distribuicao-do-cinema-nacional-23647029>

negócios de produção de cinema comercial brasileiro e a ocupação predatória de *majors* no parque exibidor, tendo Vingadores: Ultimato como seu principal exemplo, este subcapítulo pretende explicar como a Vitrine Filmes tornou-se uma referência em distribuição de filmes independentes brasileiros em menos de 10 anos.

A distribuição de filmes é feita a partir de uma lógica de janelas de exibição onde, tradicionalmente, o cinema é considerado a primeira janela. Para tanto, é organizado um plano de distribuição onde são presumidas três expectativas de público: a pessimista, a realista e a otimista. Essas métricas são determinadas em comparação com a bilheteria de outros filmes do mesmo porte, dos outros filmes que serão lançados no mesmo período, com o desempenho dos demais filmes do diretor, os “elementos de prestígio” da obra, entre outros fatores. A partir dessas estimativas é feito o plano de distribuição, que envolve a negociação com as salas de exibição, número de cópias disponíveis, materiais gráficos, quanto será gasto em publicidade e como se dará o marketing do filme (da Silva, 2010; Kerrigan, 2010). Para Bacurau, a Vitrine Filmes determinou 500.000 como público pessimista, 700.000 como público realista e 1.000.000 como otimista (OCA/Ancine)<sup>12</sup>.

Em menos de 10 anos de funcionamento a Vitrine apresentou-se para o espectador como uma das principais apoiadoras do cinema autoral brasileiro, lançando filmes de diversos estados, linguagens e estéticas diferentes, da ficção ao documentário. Um dos principais cases de sucesso da distribuidora é Hoje Eu Quero Voltar Sozinho, originado pela popularidade do curta-metragem, Hoje Eu Não Quero Voltar Sozinho, de 2010. O *coming of age* gay estreou em apenas 38 salas, mas através do boca-a-boca e da mobilização dos fãs do curta-metragem, o filme foi exibido em 74 cidades brasileiras e mais de 20 países, como Alemanha, França, Taiwan, Inglaterra e etc. O filme terminou 2014 com a marca de 204.748 ingressos vendidos e foi o 17º filme brasileiro de maior bilheteria daquele ano (OCA/Ancine, 2015). Outro case da Vitrine foi a distribuição do filme O Processo, de Maria Augusta Ramos, documentário que cobriu o andamento do processo de *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff em Brasília. Vencedor do prêmio no festival suíço VisionsduRéel, o documentário estreou em 58 salas brasileiras, vendeu 65.918 ingressos e terminou 2018 como o 16º filme brasileiro mais assistido de 2018, marco raro para filmes documentários (OCA/Ancine, 2019).

Visando a criação de público e aumento do interesse pelo cinema brasileiro em suas variadas estéticas e linguagens, seja por documentários ou ficção, com diretores negros, LGBTQ+, mulheres, fora do eixo RJ-SP, a Vitrine, através do projeto Sessão Vitrine, conseguiu levar para salas fora do sistema multiplex filmes como Temporada (2018), produzido em Minas Gerais, Estou Me Guardando Para Quando o Carnaval Chegar (2019), documentário gravado em Toritama, Agreste pernambucano, e Lembro Mais dos Corvos (2018), dirigido por Gustavo

---

<sup>12</sup> Dados fornecidos pela Ancine através da Lei de Acesso à Informação nº 12.527/2011.

Vinagre. Em 2019 a Sessão Vitrine se tornou uma mostra especial no serviço de streaming MUBI.

Com essa trajetória, a distribuidora conseguiu formar uma relação de confiança com o consumidor de cinema autoral brasileiro e estrangeiro, que buscava algo diferente das narrativas dominantes nas salas de multiplex. Essa relação de confiança facilita na expectativa para novos lançamentos, mesmo quando são de diretores estreantes, e reforça o boca-a-boca. De acordo com Kerrigan

Confiança é um fator importante no relacionamento entre consumidores de filmes. Consumidores podem desenvolver confiança em um ator, diretor, distribuidor ou cinema, ou até mesmo na recomendação de amigos em particular ou críticos de cinema. [...] O marketing do filme pode criar a sensação de “quero ver” através da campanha de publicidade. Entretanto, o objetivo final é alcançar a aprovação da audiência e consequentemente o bom boca-a-boca, a fim de sustentar o filme nas salas (Kerrigan, 2010, p. 112).

E no caso de Bacurau, a confiança já estabelecida com o público consumidor, o planejamento de distribuição, a expectativa criada após o Prêmio do Júri em Cannes e a presença do diretor Kleber Mendonça Filho no Twitter, foram fatores essenciais para o bom desempenho da bilheteria nas primeiras semanas.

No dia 25 de maio de 2019, na Riviera francesa, Bacurau recebeu o Prêmio do Júri no Festival de Cannes, e essa conquista gerou uma grande expectativa pela estreia do filme. O festival teve um saldo extremamente positivo para o Brasil pois no dia anterior o filme *A Vida Invisível* de Eurídice Gusmão, de Karim Aïnouz, foi laureado com o prêmio *Un Certain Regard*, uma conquista inédita para o cinema brasileiro. Essa junção de fatores, trouxe mídia espontânea para os filmes e em 4 de julho do mesmo ano, os diretores Karim Aïnouz, João Dornelles e Kleber Mendonça Filho foram convidados ao programa da Rede Globo, *Conversa com Bial*, para conversarem sobre os filmes e o desmonte das políticas culturais no Brasil seguidos pelo governo Bolsonaro. Na ocasião, os diretores confessaram, por exemplo, que não foram congratulados pelo presidente ou por qualquer membro da equipe presidencial.

A participação do filme nos circuitos de festival é essencial, principalmente para filmes independentes. Muitas vezes, os festivais são pensados como uma prévia da distribuição cinematográfica, entretanto o circuito de festivais faz parte do planejamento de distribuição, como discorre Iodorvana

No sistema tradicional dominado pelo distribuidor, o festival de cinema estava fora da cadeia de distribuição e era visto como um precursor da mesma: um filme seria exibido em festivais na esperança de conseguir contratos melhores de distribuição em outros territórios. Neste novo sistema sem intermediários, entretanto, o circuito de festivais tornou-se um elemento-chave para a circulação de filmes. Uma vez que se tornou um lugar da exibição direta de filmes, o festival também se tornou um lugar para a

negociação com outros festivais, um desdobramento facilitado e melhorado pelo aparecimento de tecnologias que permitem a difusão do mesmo conteúdo em múltiplos festivais.

(Iordanova, 2012, posição nº 546)

O Twitter oficial do filme, entre maio e agosto, postava fotos de sessões lotadas em festivais, como Neuchâtel na Suíça, Melbourne na Austrália, e Nova York nos Estados Unidos. Em 16 de julho, foi divulgado o primeiro e com ele as primeiras prévias de como se daria o filme. Os corpos sujos de sangue e frases como “você quer viver ou morrer?” e “a gente tá sendo atacado” só serviram para aumentar a expectativa pelo filme cada vez mais.

A ansiedade era tamanha que às 06h da manhã do dia 13 de agosto, em frente ao Cinema São Luiz, em Pernambuco, começou a formar-se uma fila para a venda de ingressos para a pré-estreia do filme<sup>13</sup>. E no dia seguinte, devido à enorme demanda, a Vitrine Filmes organizou sessões de pré-estreia em mais 22 cidades. E desde a pré-estreia, no dia 17 de agosto, as redes sociais, em especial o Twitter, foram tomadas de memes e frases como “quem nasce em Bacurau é o que?” passaram a ser repetidas diariamente.

A partir da seguinte tabela é possível identificar como o boca-a-boca foi essencial para estabilidade do filme nas salas de cinema, além da sua difusão no parque exibidor brasileiro, ocupando salas em todas as Unidades Federativas (UFs). Devido a repercussão das filas na pré-estreia, mais estados foram inclusos na segunda semana e o número de salas mais do que dobrou (de 40 para 83). A partir da semana de estreia, em 29 de agosto, é possível perceber uma estabilidade na evolução de salas e público similar ao gráfico feito por Hadija Chalupe mencionado anteriormente. Bacurau, mesmo tendo sido lançado em plataformas de Vídeo por Demanda (V.O.D) no final de dezembro, continuou em cartaz nos cinemas até 12 de março de 2020.

**TABELA 6: Evolução De Salas De Bacurau Em 2019**

<b>PRIMEIRO DIA DA SEMANA</b>	<b>SOMA DE PÚBLICO</b>	<b>Nº DE SALAS NA SEMANA</b>	<b>UFs COM EXIBIÇÃO</b>
<b>15/08/2019</b>	3.735	40	AL, BA, CE, DF, GO, MA, MG, PB, PE, PI, RJ, RN, RS, SP
<b>22/08/2019</b>	7.959	83	AL, AM, BA, CE, DF, ES, GO, MA, MG, PA, PB, PE, PI,

<sup>13</sup> Fila longa para prestigiar nosso cinema | Viver  
<https://www.diariodepernambuco.com.br/noticia/viver/2019/08/fila-longa-para-prestigiar-nosso-cinema.html>

			PR, RJ, RN, RS, SC, SP, TO
<b>29/08/2019</b>	136.150	313	AC, AL, AM, AP, BA, CE, DF, ES, GO, MA, MG, MS, MT, PA, PB, PE, PI, PR, RJ, RN, RO, RR, RS, SC, SE, SP, TO
<b>05/09/2019</b>	121.487	239	AL, AM, AP, BA, CE, DF, ES, GO, MA, MG, MS, MT, PA, PB, PE, PI, PR, RJ, RN, RR, RS, SC, SE, SP, TO
<b>12/09/2019</b>	95.723	175	AL, AM, BA, CE, DF, ES, GO, MA, MG, MS, PA, PB, PE, PI, PR, RJ, RN, RS, SC, SE, SP, TO
<b>19/09/2019</b>	78.204	173	AL, AM, BA, CE, DF, ES, GO, MA, MG, MS, PA, PB, PE, PI, PR, RJ, RN, RS, SC, SE, SP, TO
<b>26/09/2019</b>	54.268	138	AL, AM, BA, CE, DF, ES, GO, MA, MG, PA, PB, PE, PI, PR, RJ, RN, RS, SC, SE, SP, TO
<b>03/10/2019</b>	33.504	101	AL, AM, BA, CE, DF, ES, GO, MG, PB, PE, PI, PR, RJ, RN, RS, SC, SE, SP, TO
<b>10/10/2019</b>	30.153	87	AL, AM, BA, CE, DF, ES, GO, MG, PA, PB, PE, PI, PR, RJ, RN, RS, SC, SE,

<b>17/10/2019</b>	17.619	55	SP, TO AL, AM, BA, CE, DF, MG, PB, PE, PI, PR, RJ, RS, SE, SP, TO
<b>24/10/2019</b>	13.503	57	AL, AM, BA, CE, DF, MG, PB, PE, PI, PR, RJ, RS, SE, SP, TO
<b>31/10/2019</b>	7.840	34	AL, AM, BA, CE, DF, MG, PB, PE, PR, RJ, SE, SP, TO
<b>07/11/2019</b>	12.333	57	AM, BA, CE, DF, MG, MT, PB, PE, PR, RJ, SC, SE, SP
<b>14/11/2019</b>	5.114	26	AM, BA, CE, MG, PB, PR, RJ, SC, SE, SP
<b>21/11/2019</b>	3.453	23	BA, MG, MS, PB, PE, PR, RJ, SC, SE, SP
<b>28/11/2019</b>	3.291	25	BA, CE, MG, MS, PB, RJ, SC, SE, SP, TO
<b>05/12/2019</b>	1.950	17	BA, MG, MS, PB, RJ, SC, SP
<b>12/12/2019</b>	1.174	16	BA, MG, MS, PB, PR, RJ, SC, SP
<b>19/12/2019</b>	747	11	BA, MS, PB, PI, RJ, RS, SP
<b>26/12/2019</b>	768	6	BA, PB, RJ, SP

Fonte: OCA/Ancine<sup>14</sup>

Bacurau tornou-se um fenômeno cultural brasileiro e tópico de conversa em espaços físicos e digitais, ao ponto que era possível encontrar pessoas na internet ironicamente

<sup>14</sup>Dados fornecidos pela Ancine através da Lei de Acesso à Informação nº 12.527/2011.

reclamando que não tinham mais assunto com os seus amigos e estavam sentindo-se a parte de um grande evento.



Figura 3: Sequência de tweets de novembro de 2019 ironizando sobre a solidão de ainda não ter assistido a *Bacurau*.

Em um ano tomado por grandes franquias hollywoodianas e comédias Globo Filmes, com grandes orçamentos de campanha publicitária e *star-system*, *Bacurau* destacou-se pelo seu diferencial e foi impulsionado pelo apelo sociopolítico de seu período de lançamento, a mídia espontânea gerada após o Prêmio do Júri em Cannes, a agilidade da Vitrine Filmes em abrir mais sessões de pré-estreia, e a figura polêmica e assertiva do Kleber Mendonça nas redes sociais.

Bacurau encerrou o ano de 2019 com 735.191 ingressos vendidos em salas brasileiras e o 9º filme brasileiro mais assistido do ano (OCA/Ancine, 2020).

### 3. 3. Kleber Mendonça Filho

O diretor pernambucano Kleber Mendonça Filho estreou seu primeiro longa-metragem, *O Som ao Redor*, em 2013, e com ele passou a encabeçar uma geração de realizadores pernambucanos, como Gabriel Mascaro, Marcelo Pedroso e Marcelo Lordello, que subvertem a narrativa até então produzida no, e sobre, o nordeste, trazendo dilemas urbanos de Recife e afastando-se da visão do sertão, da pobreza e de estereótipos regionalistas (Mena, 2013).

Seu filme de estreia teve uma ótima recepção por parte da crítica e festivais, foi selecionado pelo *New York Times* como um dos 10 melhores do ano, e o escolhido do *MinC* para representar o Brasil no Oscar na categoria de Melhor Filme Estrangeiro.

Desde seus curtas-metragens, Mendonça já era conhecido por fazer um cinema político e provocador, e com o *Som ao Redor* ele faz sua estreia com uma crítica à elite tradicional pernambucana, à herança colonial e as medidas de segurança assumidas pela classe média. Kleber Mendonça, entretanto, aproveitou o caso de seu filme de estreia para criticar o monopólio de distribuição formado pelas Organizações Globo, em especial a Globo Filmes. Em entrevista à *Folha de São Paulo*, ele afirma: “minha tese é a seguinte: se meu vizinho lançar o vídeo do churrasco dele no esquema da Globo Filmes, ele fará 200 mil espectadores no primeiro final de semana.” Tal declaração teve uma reação imediata do então executivo da Globo Filmes, que respondeu

Desafio o cineasta Kleber Mendonça Filho a produzir e dirigir um filme e fazer 200 mil espectadores com todo o apoio da Globo Filmes! Se fizer, nada do nosso trabalho será cobrado do filme dele. Se não fizer os 200 mil, assume publicamente que, como diretor, ele talvez seja um bom crítico (Rodrigues, 2013)<sup>15</sup>

Para finalizar a discussão, o diretor postou em seu Facebook

Preciso lhe agradecer pelo desafio, mas sua proposta associa a não obtenção de uma meta comercial (200 mil espectadores) como prova irrefutável de que eu não seria um cineasta. Isso não me parece correto, pois o valor de um filme, ou de um artista, não deveria residir única e exclusivamente nos números. Sobre ser crítico ou cineasta, atuei como ambos e meu discurso permanece o mesmo, e sempre foi colocado publicamente, e não apenas em mesas de bar: o sistema Globo Filmes faz mal à ideia de cultura no Brasil, atrofia o

---

<sup>15</sup>Executivo da Globo desafia diretor de *O Som ao Redor* a fazer sucesso comercial

<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2013/02/1234030-executivo-da-globo-filmes-desafia-diretor-de-o-som-ao-redor-a-fazer-sucesso-comercial.shtml>

conceito de diversidade no cinema brasileiro e adestra um público cada vez mais dopado para reagir a um cinema institucional e morto. (Mendonça Filho, 2013)<sup>16</sup>

Por ser um filme de nicho, com distribuição independente, a provocação não teve uma repercussão midiática muito grande, além disso, as críticas ao sistema Globo já são frequentes entre profissionais independentes do audiovisual. Entretanto, em 2016, com a estreia de seu segundo filme em Cannes, *Aquarius*, o diretor ocupou as páginas de toda a mídia internacional e conquistou o ódio de parte da população brasileira.

### 3.3.1. “O dever das pessoas de bem é boicotar *Aquarius*”

Durante o primeiro semestre de 2016, o Brasil estava passando por uma ebulição política causada por uma grave crise econômica e institucional entre o legislativo, as elites tradicionais e a gestão do governo PT. O andamento da operação lava-jato levantava suspeitas acerca da sua condução legal e imparcial, ao mesmo tempo que os protestos de rua contra a presidenta Dilma aumentavam cada vez mais.

No domingo de 17 de abril, o Congresso Federal abriu a votação no plenário para decidir o encaminhamento do processo de *impeachment* da presidenta para o Senado. Após uma longa tarde e noite de votos em favor da família tradicional e discursos inflamados anticorrupção, e outros poucos que denunciavam a tentativa de um golpe de Estado, a sessão terminou com 367 a favor e 137 contra. O processo de *impeachment* da presidenta Dilma foi encaminhado ao Senado Federal e Michel Temer tornou-se presidente interino do Brasil.

Exatamente um mês após a votação, na Riviera francesa, no tapete vermelho de um dos principais festivais de cinema do mundo, Kleber Mendonça Filho e o elenco de *Aquarius* resolveu denunciar a toda imprensa internacional o atentado à democracia brasileira. Com cartazes em inglês e francês, o diretor e os atores manifestaram-se: no Brasil, 54.501.118 foram ateados no fogo, o país está experienciando um golpe de Estado.

---

<sup>16</sup>Globo Filmes faz mal à cultura e adestra público, diz diretor de "O Som ao Redor" - 21/02/2013 - Ilustrada - Folha de S.Paulo <https://m.folha.uol.com.br/ilustrada/2013/02/1234345-globo-filmes-faz-mal-a-cultura-e-adestra-publico-diz-diretor-de-o-som-ao-redor.shtml>



Figura 4: Da esquerda para a direita: Maeve Jinkings, Sonia Braga, Carla Ribas, Kleber Mendonça Filho e Humberto Carrão protestam contra o impeachment da presidente Dilma no Festival de Cannes (Foto: REUTERS/Jean-Paul Pelissier)

A manifestação recebeu uma reação imediata. Em seu Twitter oficial, Dilma Rousseff escreveu: "Obrigada, Kleber Mendonça Filho (@kmendoncafilho), Sonia Braga (@bragasonia) e MaeveJinkings - o talento do Brasil em Cannes."<sup>17</sup>, ao mesmo tempo que formadores de opinião, jornalistas e outros políticos convocaram um boicote ao filme. O jornalista Reinaldo Azevedo, por exemplo, à época conhecido como um grande perseguidor ao governo PT, escreveu como título de sua coluna no site da revista Veja "Assim que 'Aquarius' estrear no Brasil, o dever das pessoas de bem é boicotá-lo. Que os esquerdistas garantam a bilheteria"<sup>18</sup>.

Kleber Mendonça, que antes era um diretor conhecido apenas por uma pequena parcela de cinéfilos brasileiros, devido seu filme de estreia, ganhou notoriedade nacional após o protesto no tapete vermelho em Cannes, e com a reputação, perseguições institucionais e na mídia. Em novembro do mesmo ano, por exemplo, o Ministério Público de Pernambuco abriu investigação contra o diretor questionando se ele não descumpriu sua obrigação de dedicação exclusiva enquanto funcionário público.

Em setembro, outra polêmica envolvendo o filme e o diretor. Durante o período de escolha do filme que representaria o Brasil na categoria de Melhor Filme Estrangeiro, diretores como Anna Muylaert e Aly Muritiba tiraram seus filmes da competição em apoio a Aquarius. Mesmo assim, o MinC selecionou "Pequeno Segredo" como representante nacional daquele ano,

<sup>17</sup> <https://twitter.com/dilmabr/status/732593516543631363>

<sup>18</sup> Assim que "Aquarius" estrear no Brasil, o dever das pessoas de bem é boicotá-lo. Que os esquerdistas garantam a bilheteria | Reinaldo Azevedo <https://veja.abril.com.br/blog/reinaldo/assim-que-aquarius-estrear-no-brasil-o-dever-das-pessoas-de-bem-e-boicota-lo-que-os-esquerdistas-garantam-a-bilheteria/>

escolha que gerou insatisfação e surpresa entre representantes do audiovisual brasileiro, já que o filme selecionado não teve um desempenho artístico e comercial para tal indicação. Após a decisão, o diretor Jorge Furtado escreveu

Não vi o filme indicado, nem tenho nada contra, até porque ninguém viu, então é impossível ter algo contra, mas me parece óbvio que a não indicação de Aquarius é um absurdo, um erro grosseiro [...] É um filme que representou o Brasil em Cannes, ganhou vários festivais, levou muita gente para o cinema, tem uma crítica excelente, tem a Sonia Braga, que é famosa internacionalmente, já tem data de distribuição nos Estados Unidos. Foi, obviamente, um erro. (Furtado, 2016)<sup>19</sup>

Apesar das represálias, Kleber Mendonça não se retraiu e aproveitou a situação para promover o seu filme. Em um dos cartazes, por exemplo, o diretor usou a frase do jornalista Reinaldo Azevedo como uma das aspas da crítica elogiando o filme.



Figura 5: Cartaz do filme Aquarius.

<sup>19</sup> Cineastas questionam "Pequeno segredo" como representante brasileiro no Oscar  
<https://gauchazh.clicrbs.com.br/cultura-e-lazer/cinema/noticia/2016/09/cineastas-questionam-pequeno-segredo-como-representante-brasileiro-no-oscar-7436584.html>

Além da estreia oficial em Cannes, *Aquarius* teve uma extensa participação em festivais internacionais, foi selecionado como um dos melhores filmes do ano em listas publicadas pelo *New York Times*<sup>20</sup>, *SightandSound*<sup>21</sup> e *Cahiers duCinéma*<sup>22</sup>, ao mesmo tempo que no Brasil teve uma recepção superior ao filme de estreia do diretor. Com estreia no dia 1º de setembro em 110 salas brasileiras, o filme teve um público total de 355.085 pessoas e arrecadou R\$5.252.844,11 de renda (Ancine, 2017). Apesar das polêmicas e perseguições políticas, o filme foi apoiado por parte da esquerda brasileira e, em algumas sessões, terminou aos gritos de “Fora Temer!”<sup>23</sup>.

Embora tenha ganhado notoriedade nacional com o protesto no tapete vermelho em Cannes, o diretor já era conhecido entre cineastas brasileiros pela produção audiovisual política e provocadora. Kleber Mendonça iniciou sua carreira no cinema como crítico e coordenador da Fundação Joaquim Nabuco, em Recife, e assim passou a conhecer o circuito de festivais e outros diretores, produtores e demais trabalhadores do audiovisual. Seus curtas-metragens, como *Recife Frio* (2009), *A Copa do Mundo em Recife* (2015), já continham uma mensagem política e questionadora, principalmente contra a elite tradicional pernambucana.

Como dito anteriormente, a partir do lançamento de *O Som ao Redor*, e da nova geração de realizadores pernambucanos que passa a despontar em festivais nacionais e internacionais, há uma mudança significativa nos filmes feitos no, e sobre, o Nordeste. O longa-metragem foi lançado em um contexto de saturação do público em relação à *favelamovie*<sup>24</sup>, e à *cosmética da fome*, vastamente explorados na cinematografia brasileira durante a primeira década do século XXI, juntamente às comédias lançadas pela Globo Filmes.

Kleber Mendonça Filho se categoriza como um cineasta que em seus filmes dá vazão a seus anseios pessoais e entende esta característica como um elemento caro ao campo cinematográfico brasileiro, marcado por fórmulas narrativas disseminadas sobretudo pela Globo Filmes em gêneros estandardizados como a comédia (Teixeira Neto, 2016, p. 8).

### 3. 3. 2. Um pequeno entreato: cinema brasileiro como uma sequência de ensaios

O cinema no Brasil, em seus mais de cem anos de história, não conseguiu tornar-se uma atividade econômica sustentável e permanente, ou organizar-se como uma indústria. O cinema

<sup>20</sup> The New York Times's Best Movies of 2016 <https://www.nytimes.com/2016/12/07/movies/the-best-movies-of-2016.html>

<sup>21</sup> The best films of 2016 | Sight & Sound <https://www2.bfi.org.uk/best-films-2016>

<sup>22</sup> Top Ten 2016 des Cahiers du cinéma <https://www.cahiersducinema.com/produit/top-ten-2016/>

<sup>23</sup> "Aquarius" se torna símbolo da resistência contra Michel Temer <https://www.correiodopovo.com.br/artegenda/aquarius-se-torna-s%C3%ADmbolo-da-resist%C3%A2ncia-contra-michel-temer-1.211607>

<sup>24</sup> *Favela movie* é a definição dada aos filmes com narrativas que tem como cenário as comunidades. A pobreza é um ponto em comum destas obras, e, com o advento e a projeção internacional de películas com esta temática, o termo “favela” passa a ser utilizado como gênero cinematográfico – inicialmente com produções brasileiras e depois se expandindo para demais nacionalidades (Luna e Ribeiro, 2015).

nacional teve ciclos de produção comerciais importantes, muitas vezes em sistema de estúdio e reproduzindo uma estética e linguagem hegemônica, como a Cinédia (década de 1930), as chanchadas da Atlântida (1940-1950), Vera Cruz (1950-1960), até mesmo durante a vigência da Embrafilme (1969-1990), entretanto, todos esses ciclos foram interrompidos por momentos de instabilidade política.

Ao mesmo tempo que uma tentativa de cinema industrial era posta em curso, no Brasil também houve movimentos de contracultura que buscavam produzir um cinema político, inovador, assumindo a sua condição terceiro-mundista e tropical. Durante a década de 1960, o país foi marcado pelo surgimento de dois movimentos muito importantes: o Cinema Marginal, protagonizado por diretores como, Rogério Sganzerla, Júlio Bressane e Ozualdo Candeias, e anteriormente, o Cinema Novo, fundado por diretores como Cacá Diegues, Nelson Pereira dos Santos e Glauber Rocha, autor do lema “uma câmera na mão e uma ideia na cabeça”, que definiu a estética cinemanovista.

Apesar dos dois movimentos se tangenciarem em um fazer audiovisual de baixo orçamento e contra-hegemônico, havia uma distância estética e política. O cinema marginalizado buscava a realização de um cinema paródico, absurdo e grotesco, enquanto os cinemanovistas defendiam a estética da fome e tinham uma preocupação com a utilização de elementos da cultura popular para comunicar-se diretamente com o povo e provocar um despertar político acerca de sua condição como subdesenvolvido e herdeiro de um Estado colonial.

No início a oposição era bem menos efetiva do que costumamos acreditar, tanto entre as pessoas quanto entre os filmes. Quando começaram suas carreiras, Rogério Sganzerla e Júlio Bressane não escondiam o seu interesse e admiração pela obra de Paulo Cesar Saraceni e Glauber Rocha. Por outro lado, Glauber Rocha, Nelson Pereira dos Santos, Leon Hirzman e Walter Lima fizeram um pouco mais do que namorar o cinema marginal - "Câncer", "Fome de Amor", "Pretoria" e "Na Boca da Noite", respectivamente. "Cara a Cara" foi recebido pela imprensa como um filme da nova geração do cinema novo. No entanto acabou ficando assim: cinema novo e cinema marginal, talvez mesmo cinema novo versus cinema marginal.

É claro que críticos e cineastas já destacaram pontos de contato entre os dois movimentos. Por exemplo, os baixos orçamentos na fase inicial do cinema novo e do cinema marginal. Ou a noção de autor, introduzida no Brasil pelo cinema novo e herdada pelo cinema marginal (Bernardet, 2001).

Inspirado também pelos cineastas da *nouvelle vague* e neorealismo italiano, o Cinema Novo foi bem recebido pela crítica internacional. Deus e o Diabo na Terra do Sol, por exemplo, conquistou o Grande Prêmio no Festival de Cinema Livre da Itália e o Prêmio da Crítica no Festival Internacional de Cinema de Acapulco. Do mesmo diretor, Terra em Transe concorreu à Palma de Ouro em 1967 e saiu de Cannes com o Prêmio da Crítica. Além disso, o filme levou o

Prêmio Luis Buñuel na Espanha e o Grande Prêmio do Júri da Juventude de Melhor Filme do Festival Internacional de Cinema de Locarno.

Os diretores cinemanovistas, entretanto, manifestavam-se frequentemente contra certas políticas do Instituto Nacional de Cinema, INC, as quais julgavam heranças de uma mentalidade colonial e temiam o financiamento exclusivo de obras comerciais e com uma estética hegemônica.

A luta do grupo do Cinema Novo contra o INC não foi simplesmente ideológica; ela se opunha à ideia de uma arte industrial voltada para o consumo. Enquanto os representantes do órgão advogavam uma política estatal de industrialização do cinema, percebendo o filme como um bem de consumo, os cinemanovistas concebiam o cinema como meio de reflexão estética e política. É importante ressaltar que havia desejo de industrialização por parte do Cinema Novo, mas o grupo entendia isso de forma diferente da compreendida pelos setores que penetraram no Estado. (Bahia, 2012, p. 44)

Em 1969, foi criada no Brasil a Embrafilme, empresa estatal que visava o fortalecimento do cinema nacional e com uma visão política e estética oposta à dos cinemanovistas. Após a instauração do AI-5 e aumento da censura no Brasil, diversos intelectuais e artistas exilaram-se na Europa, entre eles Glauber Rocha, em 1971. Com o exílio, a repressão e a dificuldade de financiamento dos filmes, o Cinema Novo foi enfraquecido e terminou em 1972.

Como dito anteriormente, a industrialização do cinema no Brasil sempre foi uma tentativa impermanente, e ao mesmo tempo que há produção de obras comerciais, há uma demanda para produção de obras independentes, de cinema de autor. Além disso, é uma tarefa difícil isolar a produção de cinema no Brasil dos demais meios audiovisuais, especialmente da televisão, e do principal monopólio de mídia do país, a Rede Globo.

O Estado atuou de modo mais complexo em relação à televisão: construiu a infraestrutura necessária para a formação de uma rede nacional e garantiu a concessão pública às emissoras. O projeto de governo para a televisão beneficiou a cadeia como um todo, diferentemente da atuação do Estado na atividade cinematográfica, que privilegiou o produto fílmico. Assim, no Brasil, a televisão se desenvolveu como negócio híbrido entre o privado e o público, enquanto o cinema se tornou dependente de uma política de Estado (Bahia, 2012, p. 146)

Nascida em 1965, a Rede Globo foi a principal beneficiária das políticas governamentais vigentes e da formação dessa infraestrutura por parte do regime militar. A empresa inseriu-se no projeto nacionalista e autoritário pós-64, enquanto a produção cinematográfica não recebia a mesma estrutura.

A limitação de concessões a emissoras no Brasil e a devoção ao projeto militar permitiram à Rede Globo se consolidar como oligopólio altamente concentrado, presente em todo o país. Um único grupo midiático concentrou a produção audiovisual nacional, conquistando grande poder político, econômico e cultural. Por consequência, ao entrar e

ocupar espaço central da produção audiovisual brasileira, a Rede Globo tomou para si o papel de escultora da “identidade nacional”. Ela buscou referência em modelos já consolidados da televisão nacional que apresentaram narrativas de fundo nacionalista. A emissora se apropriou de experiências já consagradas para desenvolver seu próprio modelo de nação. As telenovelas dos anos 1950 e 1960 da Excelsior, da Record e da Tupi e os festivais de música popular brasileira da Record dos anos 1960 guiaram o projeto nacionalista da Rede Globo.

O adensamento do protagonismo da Rede Globo na produção de conteúdo e no imaginário nacional e o espaço híbrido ocupado pela televisão no Brasil – entre o público e o privado – geraram um meio desigual, dominado pelo capital privado e pelo consumo, no qual a diversidade jamais se estabeleceu por completo. O processo de estruturação da televisão foi acompanhado por uma concentração de capital e conteúdo que enfraqueceu as diversas possibilidades da multiplicidade de expressões culturais do país. (Bahia, 2012, p. 155).

Em 1998, quando a Globo anunciou a abertura de uma divisão voltada para a coprodução de filmes, foi iniciada uma nova etapa do cinema comercial brasileiro e que marcaria a sua dominação de mercado nas décadas seguintes, principalmente após os instrumentos de fomento da Lei do Audiovisual. Além de controle da audiência televisiva, a Globo, através da Globo Filmes, passou a ocupar a maior parte das salas de cinema do parque exibidor. Criado pelo diretor Guilherme Prado, o termo *globochanchada* passou a definir o cinema mais popular e comercial feito no Brasil. Comédias, despreocupadas com questões sérias ou gerarem debates intelectuais, protagonizadas por atores famosos, com linguagem e estética que lembram a TV ou o cinema publicitário. Como demonstrado em tabelas anteriormente, a dominação de mercado da Globo Filmes ainda é visível no ano de 2019.

Então, em 2013, quando Kleber Mendonça Filho em entrevista à Folha de São Paulo critica a dominação do modelo de negócios Globo Filmes, ele critica a produção hegemônica do cinema brasileiro. O *Som ao Redor* chega às salas de cinema em um contexto em que as políticas públicas de financiamento audiovisual começam a capilarizar seus recursos para fora do eixo RJ-SP, e o cinema autoral brasileiro começa a ser impulsionado por uma geração jovem, de fora dos grandes centros econômicos, feminina, LGBTQ+, negra, e parte de outras parcelas não-formadoras do cinema comercial hegemônico. Entre os diretores é possível encontrar Karim Ainouz, Marcelo Gomes, Sergio Machado, André Novais, Gabriel Martins, Aly Muritiba, Gustavo Vinagre, Juliana Rojas, Gabriela Amaral, Anita Silveira, Rodrigo Aragão, Gabriel Mascaro, Marcelo Pedroso e Marcelo Lordello. Com tantas produções nacionais querendo ocupar as salas comerciais do parque exibidor, torna-se irremediável a crítica ao sistema Globo Filmes de distribuição.

Por ter esse posicionamento combativo e provocador, Kleber torna-se uma figura-chave entre seus diretores contemporâneos e mesmo tendo, política e esteticamente, ambições

diferentes às dos cinemanovistas e de Glauber Rocha, as comparações são inevitáveis, principalmente nos espaços digitais. No capítulo 4 pretendemos investigar se essas comparações e o caráter provocador do diretor, principalmente após o protesto de 2016 com o lançamento de *Aquarius*, colaboraram para a recepção do filme no Twitter.

### 3. 4. Brasil em ebulição

Em sua sinopse oficial, o filme *Bacurau* começa sua história

Pouco após a morte de dona Carmelita, aos 94 anos, os moradores de um pequeno povoado localizado no sertão brasileiro, chamado Bacurau, descobrem que a comunidade não consta mais em qualquer mapa. Aos poucos, percebem algo estranho na região: enquanto drones passeiam pelos céus, estrangeiros chegam à cidade pela primeira vez. Quando carros se tornam vítimas de tiros e cadáveres começam a aparecer, Teresa (Bárbara Colen), Domingas (Sônia Braga), Acácio (Thomas Aquino), Plínio (Wilson Rabelo), Lunga (Silvero Pereira) e outros habitantes chegam à conclusão de que estão sendo atacados. Falta identificar o inimigo e criar coletivamente um meio de defesa<sup>25</sup>.

O filme apresenta-se como uma distopia em um futuro não tão distante no sertão nordestino, e a sua temática conseguiu mobilizar um forte apelo social para a compra de ingressos, afinal não são muitos filmes brasileiros que mostram o conflito de classes dessa maneira. Além disso, com as medidas do primeiro ano de governo Bolsonaro e o prêmio em Cannes, *Bacurau* caiu como uma bomba-relógio nas salas de cinema e tornou-se um fenômeno cultural. Esse capítulo pretende explicar como o bolsonarismo relaciona-se com o entusiasmo do lançamento de *Bacurau*.

#### 3. 4. 1. “Isso é coisa de vagabundo!”

Como citado anteriormente, os anos de governo do Partido dos Trabalhadores foram marcados por políticas de distribuição de renda, o *boom das commodities*, a expansão de investimentos, e consequentemente a ascensão de uma nova classe economicamente ativa, conhecida como Classe C (Carvalho, 2018). Entretanto, em junho de 2013, o processo de estabilidade política institucional brasileiro, possibilitado pela governabilidade petista, começou a ruir. Inicialmente milhares de pessoas ocuparam as ruas em São Paulo protestando contra o aumento de vinte centavos do preço da passagem, mas devido a forte repressão policial, as manifestações começaram a crescer em solidariedade e espalharam-se para o resto do Brasil. O governo estadual recuou contra o aumento da passagem, entretanto os protestos continuaram, e

---

<sup>25</sup> Adoro Cinema — Bacurau <https://www.adorocinema.com/filmes/filme-247818/>

com pautas diluídas e diversas. Era possível ver cartazes contra a recepção da Copa do Mundo e dos Jogos Olímpicos no Brasil, pela liberdade de Rafael Braga, com a hashtag #OndeEstãoAmarildo?, contra o então deputado federal Marco Feliciano e seu discurso de caráter homofóbico, e principalmente, contra a corrupção. As Jornadas de Junho tornaram-se um ponto de virada central para explicar a crise político-econômica brasileira atual (Pinheiro-Machado, 2019).

Inicialmente, os protestos da Jornada de Junho foram marcados pela reivindicação de mais democracia e menos medidas neoliberais, entretanto nas grandes capitais era possível notar a insurgência de um sentimento antipetista e contra a presidenta Dilma Rousseff. A realidade é que, embora os anos de governo PT tenham representado um significativo avanço social, os apoiadores do partido desde sua fundação sentiram-se traídos pelas medidas governistas adotadas desde o primeiro mandato do governo Lula, além do escândalo de corrupção do Mensalão. Segundo a antropóloga Rosana Pinheiro-Machado, nos protestos subsequentes as Jornadas de Junho

O que houve no Brasil foi a ascensão de uma geração jovem que não conheceu o passado petista e que cresceu em uma era em que o PT simbolizava ordem, *establishment*, governo de coalizão. Essa geração foi para as ruas em junho de 2016, nas ocupações secundaristas, mas não defendeu Dilma Rousseff com unhas e dentes. Segundo uma pesquisa da Fundação Friedrich Ebert conduzida na marcha da maconha e nos atos estudantis do mesmo ano, os jovens demonstravam descrença generalizada nas instituições, achavam o PT corrupto (mas o *impeachment* injusto) e consideravam que os movimentos sociais deveriam ser autônomos em relação a partidos. Os estudantes não fizeram uma defesa aguerrida do governo do PT, e não por falta de capacitação política, mas porque a identidade política formada em torno do petismo é peculiar a uma geração mais velha. O jogo da governabilidade e o fato de ser parte do sistema eram frustrantes para os jovens.

(Pinheiro-Machado, 2019, posição nº 31).

Essa insatisfação com o governo petista e com demais instituições, além da manipulação midiática para enquadrar o PT como o principal responsável dos maiores esquemas de corrupção do país, principalmente após a eclosão da Operação Lava-Jato, em 2014, deram início à ascensão de um movimento autoritário e conservador no Brasil. Em entrevista ao jornalista Juca Kfourri, a antropóloga Isabela Kalil, responsável pela pesquisa de mapeamento de 16 perfis de eleitores de Jair Bolsonaro, discorre que o movimento bolsonarista é maior do que o Bolsonaro (Kalil, 2019)<sup>26</sup>. Isso se dá pois, a partir do momento que ele ganha popularidade na internet e surge como uma figura de liderança, ele legitima discursos e anseios que já existiam antes, mesmo que timidamente. Através da figura do então candidato, essa parcela da sociedade ganhou apoio e

---

<sup>26</sup> Entre Vistas com a antropóloga Isabela Kalil <https://youtu.be/EKLIvWa11f4>

respaldo para expressar seus pontos de vista, mesmo que fundados em ódio, conservadorismo e autoritarismo. E esse sentimento supera o antipetismo, pois está relacionado com a aversão ao avanço de pautas feministas, LGBTQ+, do movimento negro e indígena, dos militantes de esquerda, além da ascensão social de uma nova classe economicamente ativa, provocando um desconforto entre a elite brasileira (Carvalho, 2018; Pinheiro-Machado, 2019).

É possível notar o acentuamento desse sentimento no dia 17 de abril de 2016, quando os 367 votos a favor da aprovação do processo de impeachment da presidenta Dilma foram respaldados por clamores em defesa da família tradicional brasileira, pela inocência das crianças, a manutenção da Operação Lava-Jato e contra a corrupção, pela volta da ordem, e com destaque ao voto do então deputado federal, Jair Bolsonaro, em homenagem ao Coronel Carlos Brillante Ustra, um dos maiores torturadores do regime militar brasileiro.

Durante esse processo de radicalização política, originada num sentimento reacionário, é possível notar a herança de termos do período colonial, como o “vadio”, o “marginal”, transformados em *vagabundo* — termo amplamente repetido por Bolsonaro e seus apoiadores.

Vagabundo é sempre o “outro”. “Nós” somos humanos, do bem, inteligentes, realizadores e dotados da moral cristã. Tudo que temos é mérito do nosso suor, e o que não temos é porque os “vagabundos” recebem privilégios e mamatas. Quando “nós” morremos, a dor é imensa, porque nossas vidas importam. “Eles”, os vagabundos, são menos humanos. São lesados, preguiçosos e perversos. Tudo o que eles possuem vêm de vida fácil. Quando “eles” morrem, não há dor e, muitas vezes, há até comemoração, pois vagabundo bom é vagabundo morto.

“Vagabundo” é um significante vazio que pode abarcar muita gente: ambulantes, desempregados, pessoas em situação de rua, pobres, nordestinos, putas, LGBTQ+s, ativistas, bandidos. O que define o vagabundo não é seu trabalho, honestidade ou esforço, mas relações de poder estruturadas no eixo raça, classe e ideologia. (Pinheiro-Machado, 2019, posição nº 140).

Bacurau, entretanto, é a celebração do “vagabundo”. Um povo que resiste ao plano de governo do prefeito, às tentativas de ser retirado do mapa, às invasões estrangeiras. Bacurau é um povoado composto por negros, pobres, professores, LGBTQ+s, pessoas questionadoras, tudo que o bolsonarismo classifica como “vagabundos”.

Ao propor uma distopia neoliberal do Estado mínimo, Bacurau se afirma em meio à crítica especializada como uma vigorosa polêmica, que sustenta mais um pretexto para o embate político brasileiro. Na obra, o encontro das reflexões teóricas sobre o país se materializa em forma de um debate que atualiza dissonâncias sobre os caminhos de uma nação (Sena & Gusman, 2020, p. 175).

### 3. 4. 2. 2019: um ano de cinema em luto e luta

Com a posse de Jair Bolsonaro, em 1º de janeiro de 2019, então, houve uma continuidade de medidas de austeridade iniciadas por Michel Temer, após o *impeachment* da presidenta Dilma, e uma radicalização em outros aspectos. Temer, por exemplo, no início de seu mandato encerrou o Ministério da Cultura, entretanto, com a forte reprovação de artistas e até mesmo da Rede Globo, o então presidente acabou recuando da decisão. Enquanto isso, Jair Bolsonaro teve com uma de suas primeiras medidas a reforma ministerial, fechando sete ministérios, entre eles o MinC, que tornou-se uma secretaria subordinada ao Ministério da Cidadania.

A forte perseguição ao MinC, mesmo sendo uma pasta de governo com um orçamento irrisório se comparada às outras, dá-se pois no processo de radicalização de uma parcela da população, os artistas foram encaixados no grupo de “vagabundos”, pessoas que querem o dinheiro público (Lei Rouanet) para criar obras contra o “cidadão de bem”. Logo no primeiro semestre de governo, o presidente deu diversas declarações que explicitavam o novo rumo da política de financiamento audiovisual nacional. Em julho, após interferência no Conselho Superior de Cinema, Bolsonaro declarou: “Não posso admitir que, com dinheiro público, se façam filmes como o da Bruna Surfistinha. Não dá.” em agosto, o presidente também interferiu em editais de financiamento de programas de cidadania para TVs públicas e atacou quatro obras aprovadas para financiamento nas categorias de “diversidade de gênero” e “sexualidade”<sup>27</sup>.

O primeiro ano de governo Bolsonaro foi marcado por uma forte perseguição aos pesquisadores e professores da universidade pública, os quais foram classificados como “baderneiros”, assim como uma perseguição generalizada à classe artística e aos mecanismos de fomento cultural. No caso do audiovisual, o que houve foi uma forte interferência institucional para o desmonte dos mecanismos da MP 2.228/01, ou seja, a Ancine, a SaV, e o CSC. Em março o governo interrompeu o programa Cinema do Brasil, que facilitava a presença de filmes brasileiros em festivais internacionais, assim como a coprodução internacional de obras audiovisuais. Além disso, o governo atrasou o repasse de verbas do FSA e cortou em 43% os recursos do fundo para os editais do ano seguinte<sup>28</sup>. No segundo semestre a Ancine passou por mais polêmicas, como o afastamento do então presidente da autarquia, Christian de Castro<sup>29</sup>, e

<sup>27</sup>Niklas, J. (2019). Séries LGBT atacadas por Bolsonaro perdem edital da TV pública. O Globo. <https://oglobo.globo.com/cultura/series-lgbt-atacadas-por-bolsonaro-perdem-edital-da-tv-publica-24202727>

<sup>28</sup>Em ofensiva contra Ancine, Bolsonaro corta 43% de fundo do audiovisual <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2019/09/em-ofensiva-contrancine-bolsonaro-corta-43-de-fundo-do-audiovisual.shtml>

<sup>29</sup>Entenda por que Christian de Castro foi afastado da presidência da Ancine <https://oglobo.globo.com/cultura/entenda-por-que-christian-de-castro-foi-afastado-da-presidencia-da-ancine-23918501>

em dezembro, a retirada de mais de 100 cartazes de filmes que estavam expostos na sede da agência no Rio de Janeiro<sup>30</sup>.

Além do fechamento do MinC e tentativas de desmonte, o filme *Marighella*, dirigido por Wagner Moura, teve seu lançamento oficial em salas de cinema cancelado a partir de uma medida arbitrária da Ancine. Com estreia no Festival de Berlim de 2019, o cancelamento da exibição da cinebiografia do guerrilheiro comunista que lutou contra a ditadura civil-militar levantou fortes suspeitas de censura, principalmente quando inseridas no contexto político da época. Em reportagem sobre a crise do audiovisual brasileiro, a revista britânica *Sight&Sound* afirmou

Sim, 2019 foi um *annus mirabilis* para o cinema brasileiro — mas também foi um ano de pesadelos, e medo do pior que está por vir. No dia 1º de janeiro, o político de extrema-direita Jair Bolsonaro tomou posse como presidente. Um dos aspectos-chave de sua política — um virulento desprezo pela preservação da floresta Amazônica e seus povos nativos — é um presságio para o futuro doentio do planeta como um todo. Porém, Bolsonaro lançou um ataque coordenado contra a cultura, incluindo a indústria do cinema nacional e o financiamento público dos filmes. Ele quer que o cinema nacional promova valores familiares através de uma pauta hiper-conservadora, e pretende executá-la através da introdução de “filtros de conteúdo”, o que excluirá o que é entendido por ele como o tipo errado de cinema — uma atitude que segundo Padilha “é o retorno à censura no cinema brasileiro”<sup>31</sup> (Romney, 2020, n.p.)

Como dito pelo jornalista da *Sight&Sound*, assim como o jornalista da *Cahiers Du Cinéma*, 2019 foi um ano de contradições para o cinema brasileiro. Ao mesmo tempo que no cenário internacional, o audiovisual brasileiro colheu frutos de décadas de estruturação de investimentos e políticas públicas, internamente sofreu com a interrupção desses fomentos, passando por uma crise similar à causada pelo fim da Embrafilme.

Devido ao contexto político-social de 2019, além do caráter provocador já conhecido do diretor Kleber Mendonça Filho, *Bacurau* foi recebido com um grande entusiasmo do público quando começou a ser promovido, principalmente pela parcela da população anti-bolsonarista, a que era constantemente classificada como “vagabunda” e se identificava com os personagens do

---

<sup>30</sup>Ancine retira cartazes de filmes de sua sede e dados sobre filmes de site <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2019/12/ancine-retira-cartazes-de-filmes-de-sua-sede-e-dados-sobre-filmes-de-site.shtml>

<sup>31</sup>Yes, 2019 was an *annus mirabilis* for Brazilian cinema – but it has also been a year of nightmares, with fears of worse to come. On 1 January, extreme-right politician Jair Bolsonaro assumed his duties as president. One key aspect of his policy – a virulent contempt for the preservation of the Amazon rainforest and its peoples – bodes very ill for the planet as a whole. But Bolsonaro has also launched a concerted assault on culture, including the national film industry and public funding for cinema. He wants a national cinema that promotes family values and a hyper-conservative agenda, and intends to make it happen through the introduction of ‘content filters’, which will exclude what he sees as the wrong sort of cinema – a move that, Padilha has commented, represents “a return to censorship for Brazilian cinema”. <https://www.bfi.org.uk/sight-and-sound/features/brazilian-cinema-crisis-bolsonaro-repression>

filme. O apelo por trás da compra do bilhete de Bacurau, envolvia, então, não só a curiosidade pelo filme, mas tornou-se um posicionamento político, o desejo de fazer parte de um grupo que resistia aos ideais totalitaristas do bolsonarismo.

Através de julgamentos e da distinção oriunda naturalmente dele é como se os agentes dos espaços de discussões sobre as obras em circulação deixassem claro, através de suas práticas e valorações, suas identidades e as posições que ocupam ou pretendem ocupar. Os discursos das instâncias valorativas expressam quem os sujeitos são ou quem eles não são, quem eles desejam ser, o que eles representam e o que não representam, a que grupos estão vinculados, que perspectivas querem introduzir ou manter nesses espaços socialmente construídos, enfim, os agentes desejam se distinguir de outros através de práticas que afirmam suas posições sociais, suas identidades.

(Teixeira Neto, 2016, p. 5).

Além de um fenômeno cultural brasileiro, o filme tornou-se um símbolo de resistência política. A sessão de estreia do filme no Festival de Gramado terminou com gritos de “fora, Bolsonaro!” e em outubro de 2019, visando frear o desmonte da Ancine e demais órgãos culturais, foi criada a frente parlamentar “Bacurau” com a participação de deputados federais e senadores<sup>32</sup>.

A partir das quatro hipóteses levantadas buscou-se inserir Bacurau no seu contexto histórico de produção, lançamento e período político, para que a sua repercussão midiática, recepção de crítica e público, além de seus números de bilheteria possam ser percebidos de uma maneira mais ampla, sem tratar o filme como um milagre ou um caso inesperado do cinema independente brasileiro.

No próximo capítulo pretendemos mostrar como essas hipóteses se relacionam com os tweets levantados, juntamente a percepção dos entrevistados, além de outros fatores não discorridos nesta pesquisa.

---

<sup>32</sup>Frente parlamentar em defesa do cinema brasileiro será lançada hoje - Notícias  
<https://www.camara.leg.br/noticias/598450-frente-parlamentar-em-defesa-do-cinema-brasileiro-sera-lancada-hoje/>

## 4. Análise

Como dito previamente, o conteúdo gerado nas redes sociais, em especial o Twitter, Facebook e Instagram, são reflexos de comportamentos e pautas presentes nos espaços físicos. Ou seja, se há uma grande expectativa para a estreia de um filme, como Vingadores: Ultimato por exemplo, certamente esse entusiasmo estará presente no ambiente digital, com hashtags, comentários, likes e conteúdos feitos por fãs.

Sendo assim, para analisar o desempenho de distribuição de Bacurau, decidiu-se fazer uma coleta de tweets de agosto a dezembro de 2019, que continham o termo ou a *hashtag* do filme, e depois fazer uma análise de conteúdo através das palavras mais frequentes.

Além da coleta de tweets, foi realizada a entrevista com três diferentes profissionais do audiovisual brasileiro: Felipe Lopes, de Diretor de Distribuição na Vitrine Filmes, Carlos Proença, produtor audiovisual, e Wanderley Teixeira Neto, Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas na linha Culturas da Imagem e do Som (UFBA) com pesquisa na área de Recepção Cinematográfica. Esses profissionais foram escolhidos para abranger diferentes pontos de vista da cadeia produtiva audiovisual.

A pesquisa optou em utilizar o termo desempenho ao invés de sucesso, pois, em fatores mercadológicos, Bacurau não foi o maior êxito econômico do ano, apesar de ser a maior bilheteria do cinema independente em seu ano de lançamento. Mas apesar disso, Bacurau conseguiu atingir o *mainstream* e superar o patamar de muitos filmes equivalentes, em termos de produção. Além disso, o filme teve uma permanência estável em salas de cinema, foi distribuído em todos os estados do parque exibidor, sua renda conseguiu superar o custo de produção e sua bilheteria conseguiu superar a expectativa otimista idealizada pela distribuidora Vitrine Filmes. Em entrevista, Felipe Lopes, diretor de distribuição da Vitrine atribui o desempenho da bilheteria de Bacurau a

Um ótimo filme é o primeiro deles, mas tem muitos filmes bons que não alcançam sucesso. Aí entra uma boa estratégia de comercialização por nossa parte na Vitrine, o esforço de toda a equipe de distribuição, a sinergia com produção e elenco que estiveram 100% dentro do lançamento, investimento financeiro para poder trabalhar um marketing eficaz para que a campanha chegasse às pessoas, parcerias estratégicas fundamentais desde a produção com Globo Filmes, Telecine e Canal Brasil que apoiaram também na mídia do filme. Conseguimos, com tudo isso, romper uma barreira entre o circuito de arte e o multiplex, com diferentes abordagens para cada público e isso trouxe o resultado acima do que esperávamos inicialmente (Lopes, 2021<sup>33</sup>).

Além do marketing realizado pela Vitrine e das parcerias com a Globo Filmes, Kleber Mendonça Filho tem uma fã-base engajada na internet, e seu comportamento provocador consegue provocar um boca-a-boca espontâneo. Segundo Wanderley Teixeira Neto

A temática por si só não traria o público que trouxe não fosse um boca-a-boca muito eficiente em torno da obra e essa verve pop de "Bacurau". Outros longas nacionais têm

---

<sup>33</sup>Anexo: Entrevista com Felipe Lopes

uma crítica tão pontual e certa para a nossa realidade, mas seguem desconhecidos por parte do público. Esse caráter iconográfico de "Bacurau" somado à publicidade do boca-a-boca sempre muito presente na história da recepção das obras do Kleber, fomentados pelo prestígio do diretor, a repercussão do filme nos festivais, depois com a crítica e a recomendação espontânea do público são ingredientes sempre certos no caso da carreira do diretor. Com "Bacurau", somado a isso, teve o contexto político do Brasil que criou território para que o público visse naquela obra uma forma de expurgar toda a sua insatisfação e usasse parte dos seus elementos como símbolo de resistência, da própria cidade a personagens como Lunga (Teixeira Neto, 2021)<sup>34</sup>.

Ao todo, foram analisados 2.496 (dois mil quatrocentos noventa e seis) tweets coletados entre agosto (mês de estreia do filme) e dezembro de 2019. A coleta foi feita de forma manual, através da ferramenta de busca avançada do Twitter pois a API de desenvolvedor da rede só permite a análise de tweets de até uma semana anterior. As etapas de análise foram



Figura 6: Etapas da análise de conteúdo

Essa sequência foi inspirada no método de programação qualitativa (Adu, 2019), em que é necessário ver e interpretar o que foi dito, escrito ou feito, refletindo nas categorias envolvidas para, em seguida, decidir o que é importante para a continuidade da análise.

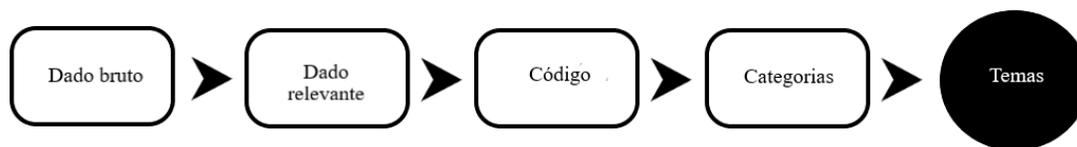


Figura 7: Processo de redução de dados da programação qualitativa (Adu, 2019, p. 26)

Ou seja, dos 2.496 tweets coletados, foram selecionados os mais relevantes relacionados ao filme, posteriormente eles foram separados em nove categorias, processados através de um código para encontrar os termos mais frequentes de cada categoria e formar uma nuvem de

<sup>34</sup>Anexo: Entrevista com Wanderley de Mattos Teixeira Neto

palavras. Pelo seu conteúdo, alguns tweets acabaram ocupando mais de uma categoria. As categorias foram:

**Expectativa:** tweets relacionados à expectativa para assistir ao filme, sessões de pré-estreia, compra de ingressos, sessões em shopping ou cidades menores. Posteriormente esses tweets passaram a ser sobre a espera de um link do torrent, para download ilegal, ou como elas sentiam-se excluídas por não terem assistido ao filme ainda.

<b>Tabela 7: Exemplos da categoria expectativa</b>
“o novo filme do Kleber Mendonça (Bacurau) vendeu 900 ingressos pra pré-estreia aqui em Fortaleza cinema brasileiro eu te amo”
“Adoro o efeito bolha quando vejo que minhas redes estão num hype nervoso por causa de Bacurau.”
“Enfim, vamos ver Bacurau. Estávamos quase perdendo a carteira de esquerdista.”

**Mercado:** tweets relacionados com diretores ou obras lançadas no mesmo ano, expectativa em relação ao Oscar, demandas por subprodutos como camisetas e action figures, entre demais comentários relacionados ao mercado audiovisual.

<b>Tabela 8: Exemplos da categoria mercado</b>
“Amanhã governo anuncia o filme que o Brasil envia pro #Oscars2020. Uns palpites na thread: 1) a comissão esse ano é plural e insuspeita (olha no Google). Acredito num trabalho sério. Significa que dois filmes têm chance real: #Bacurau e ‘A vida invisível de Eurídice Gusmão’.”
“Se vender na Rihappy o disco voador de Bacurau eu compro.”
“Eu nem consegui assistir a Bacurau e vocês já mudaram a discussão para o Coringa. Tá difícil para mim heim”

**Mídia:** tweets relacionados à cobertura da imprensa ao filme, críticas profissionais, entrevistas e afins.

<b>Tabela 9: Exemplos da categoria mídia</b>
“Bacurau é selecionado para o Festival de Nova York Enquanto parte da população pede a extinção da Ancine o cinema nacional continua fazendo bonito no exterior. Bacurau foi selecionado para o 57º Festival de Nova York. <a href="https://cinemacao.com/2019/08/08/bacurau-e-selecionado-para-o-festival-de-nova-york/">https://cinemacao.com/2019/08/08/bacurau-e-selecionado-para-o-festival-de-nova-york/</a> ”
“#Bacurau estreia essa semana nos cinemas -- provavelmente o melhor momento pra que isso

acontecesse. Nós assistimos ao filme e conversamos com os diretores, Kleber Mendonça Filho e Juliano Dornelles, e escrevemos sobre aqui.”

“Disfarçado como sátira política, Bacurau usa a violência exagerada e a subversão de clichês como ferramentas de resistência numa produção necessária.”

**Regionalismo:** tweets em que os usuários relacionam o filme com o Nordeste, ou a recepção de outros espectadores com questões ligadas ao Nordeste, tweets relacionados a memória afetiva do Nordeste que o filme despertou em alguns espectadores, e afins.

**Tabela 10: Exemplos da categoria Regionalismo**

“toda vez que eu vejo gente do sul/sudeste falando que viu ou vai ver bacurau na timeline fico rindo pensando em como o contexto é outro a mensagem que se entende é outra e o cenário do filme vira só cenário mesmo sem nenhuma identificação ou memória afetiva do interior”

“Fui contar pra minha mãe a história de Bacurau e lembrei que faz tempo que assisti não enalteci aqui nesse site esse hino! Cara que história incrível! Nordeste é resistência!!”

“finalmente assisti bacurau e peguei minha carteirinha de recifense de volta”

**Memes:** frases do filme que foram amplamente repetidas ou frases engraçadas relacionadas ao filme. Memes são essenciais para a viralização de um conteúdo e sua longevidade na internet.

**Tabela 11: Exemplos da categoria memes**

“se for, vá na paz #Bacurau”

“Quem nasce em Bacurau é...”

“Qual personagem de #Bacurau você é? Tirei Lunga!

[https://buzzfeed.com/br/davirocha/quem-e-voce-em-bacurau?utm\\_source=dynamic&utm\\_campaign=bfsharetwitter&quiz\\_result=123244328\\_369112437#123244328&rid=369112437](https://buzzfeed.com/br/davirocha/quem-e-voce-em-bacurau?utm_source=dynamic&utm_campaign=bfsharetwitter&quiz_result=123244328_369112437#123244328&rid=369112437)”

**Política:** tweets que relacionam o filme com questões políticas, como Bolsonaro, #LulaLivre, resistência etc.

**Tabela 12: Exemplos da categoria política**

“Estreia de Bacurau em Recife. Homenagem a Bolsonaro. #Bacurau #LulaLivre #BolsonaroVTC”

“Melhor do que assistir um filme foda igual o #Bacurau é o ouvir um grito de #ForaBolsonaro ao fim da sessão. Que dia lindo minha gente!”

“Um filme instigante, inteligente, crítico...ameiii. Retrata a força do Nordeste, sua origem, sua cultura e resistência.  
O cinema nacional de parabéns.  
Viva Ancine!  
#orgulhodesernordestino  
#Bacurau”

**Elogios:** tweets elogiosos sobre o filme após a sessão, críticas positivas não-profissionais, recomendação.

<b>Tabela 13: Exemplo de elogios</b>
“Assistir Bacurau me fez ter tanto orgulho do cinema brasileiro, Kleber e Juliano obrigada pela experiência ímpar, viva a arte. #bacurau”
“#Bacurau Eu ainda estou em choque com esse filme. Melhor filme do ano.”
“#Bacurau é de uma força, uma potência! Que filme foda!!! Kleber Mendonça e J. Dornelles... obrigado!!! Cinema brasileiro da melhor qualidade!”

**Críticas negativas:** tweets com críticas negativas ou sobre críticas negativas ao filme.

<b>Tabela 14: Exemplo de críticas negativas</b>
“Esse filme #Bacurau é chatíssimo, texto bem fraco, enfim não percam tempo. De verdade, não sei o porque do oba-oba, é muito ruim mesmo!”
“Ou eu sou muito burra ou esse filme é uma merda #bacurau #bacuraufilme”
“em qual rede social eu posso reclamar de bacurau?”

**Outros:** tweets sobre Bacurau que não se encaixam nas categorias anteriores.

<b>Tabela 15: Exemplo da categoria Outros</b>
“estou sofrendo de efeito pós bacurau e não sei o que achei”
“[SPOILER de Bacurau] Como vcs analisam as drogas em Bacurau? Pra mim o controlador de humor em forma de supositório (toma pelo cu) que "deixa a pessoa lesa" representa a alienação, a conciliação de classes, a religião... Já a sementinha é a consciência, razão dominando a emoção”
“Cheguei num lugar que não tem no gps, ou seja, estou em bacurau.”

Com base na categorização de tweets, os temas predominantes foram:











## 4. 2. Análise final

A partir das hipóteses levantadas no capítulo anterior e da análise da repetição de termos nos tweets coletados, é possível notar que as hipóteses estão correlacionadas com o desempenho da distribuição do filme e seu boca-a-boca virtual. Quando analisados em sua totalidade, a frequência de termos positivos é muito superior aos demais, além de chamados para ação como “Assistam Bacurau!”, “Assista Bacurau” ou “Veja Bacurau”. Também é possível notar, em mais de um quadro, a forte frequência do termo “finalmente” ou “ainda”, como se assistir Bacurau fizesse do espectador parte de uma comunidade.

Nos quadros também é possível comprovar a repetição do nome ou conta no Twitter do co-diretor Kleber Mendonça Filho, comprovando que ele tem certa influência na atração de público. Além disso, há uma forte repetição de termos como “Brasil”, “brasileiro”, “nacional”, “resistência”, mostrando que existia uma busca por apoiar obras nacionais naquele período como um ato político.

A análise feita, entretanto, é insuficiente para afirmar até que ponto o boca-a-boca virtual influenciou na decisão da compra de ingressos, embora seja possível presumir que a frequência de críticas positivas influenciou na permanência e estabilidade da exibição do filme nas salas de cinema.

## 5. Conclusão e Trabalhos Futuros

Lançado em agosto de 2019, Bacurau tornou-se um fenômeno cultural brasileiro, e será lembrado ao lado de filmes como Deus e o Diabo na Terra do Sol, de Glauber Rocha, Central do Brasil, de Walter Salles, Cidade de Deus, e outros. Entretanto, seu contexto de lançamento é tão importante quanto, tornando-se um personagem extra-filme. Certamente que a qualidade da obra, o trabalho da Vitrine Filmes, as polêmicas prévias envolvendo o Kleber Mendonça Filho e o Prêmio do Júri em Cannes tiveram influência no entusiasmo da recepção de Bacurau, entretanto o momento sociopolítico catalisou o apelo para a compra de ingressos e o desempenho da distribuição.

O cinema brasileiro é marcado por uma série de tentativas interrompidas de industrialização, o fim da Embrafilme, no início da década de 1990, foi uma delas. Enquanto no início da década de 1980 o cinema brasileiro ocupava mais de 30% de participação no mercado, em 1992 apenas 3 filmes nacionais foram lançados comercialmente, mas como a promulgação da Lei do Audiovisual em 1993, a produção cinematográfica brasileira pode voltar a respirar e deu-se início ao movimento chamado Retomada. Mesmo tendo filmes indicados ao Oscar e considerados sucesso de bilheteria para a época, o mecanismo de financiamento indireto da Lei 8.685/93 não era o suficiente para estruturação de uma indústria audiovisual brasileira, então em 2001, após reivindicações do III Congresso Brasileiro de Cinema, foi promulgada a MP 2.228 que deu origem à Ancine, ao CSC e à SAV. A partir desse tripé institucional foram estruturados demais mecanismos de financiamento e apoio a toda a cadeia produtiva audiovisual, tanto no cinema, quanto na televisão e demais plataformas.

Esse tripé institucional, entretanto, não foi o suficiente para suprir as demandas de produtores fora do Eixo RJ-SP, e com a criação da Lei 12.485/12, houve uma grande mudança de mercado e uma maior descentralização de recursos. A partir da criação de cotas para projetos das regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste, além de linhas específicas para diretores estreados e demais minorias, a produção audiovisual brasileira tornou-se cada vez mais diversa e representativa da pluralidade do país. E todos esses fatores culminaram no ano de 2019, onde filmes como Divino Amor (Gabriel Mascaro), A Vida Invisível de Eurídice Gusmão (Karim Ainouz), Greta (Armando Praça), Bacurau (Juliano Dornelles e Kleber Mendonça Filho), Marighella (Wagner Moura), No Coração do Mundo (Maurílio Martins e Gabriel Martins), Inferninho (Pedro Diógenes e Guto Parente), Azougue Nazaré (Tiago Melo), participaram não só do circuito dos principais festivais do mundo, mas ocuparam as salas de cinema do país e plataformas de *streaming* como Amazon Prime e MUBI.

Em adição às mudanças sociais e políticas acontecidas nas duas últimas décadas no Brasil, outro fator que revolucionou o mundo foi a transição do analógico para o digital, com a popularização da internet banda-larga, *smartphones*, e o surgimento de redes sociais, onde as distâncias geográficas foram reduzidas, questões locais tornaram-se globais e o consumo de

produções culturais tornaram-se mais interativos. Os *millenials* cresceram com a Web 2.0., tendo sua própria maneira de manifestar-se politicamente e consumir cultura, diferente das gerações anteriores. Por causa dessa mudança de comportamento, buscou-se analisar como o boca-a-boca virtual no Twitter colaborou para o desempenho de bilheteria de Bacurau.

Apesar da análise feita, através de 2.496 tweets coletados entre agosto e dezembro de 2019, ser insuficiente para afirmar quantitativamente até que ponto o boca-a-boca virtual influenciou na compra de ingressos, é possível estimar que a frequência de termos positivos relacionados ao filme, ou chamadas para ação como “Assistam Bacurau!”, “Veja Bacurau!”, influenciaram na tomada de decisão e na longevidade do filme nas salas de cinema.

Além disso, a frequência de termos como “resistência”, “filme nacional”, o nome do Lula ou *hashtags* relacionadas ao Lula, mostram como o filme foi utilizado como alegoria política por parte da audiência.

Após 2019 Bacurau continuou com uma longa vida no exterior. Em 2020 teve uma estreia especial no Mubi do Reino Unido, lançamento no circuito comercial estadunidense, e iniciou 2021 com uma indicação a Melhor Filme Estrangeiro no Independent Spirit Awards, principal premiação norte-americana do cinema independente. Ao mesmo tempo, o governo Bolsonaro continuou sua perseguição ao audiovisual brasileiro, seguindo com suas políticas de desmonte a Ancine e da Cinemateca Brasileira, o maior acervo audiovisual da América Latina. Colocando em risco a memória de um continente, a Cinemateca foi fechada em agosto de 2020 quando representantes do Ministério do Turismo, de maneira autoritária, tomaram as chaves da instituição que a geria. Desde então 240 mil rolos de película correm o risco de serem danificados e dezenas de funcionários estão sem pagamento<sup>36</sup>.

Atualmente o mundo atravessa uma de suas maiores crises recentes, com o surgimento do vírus Covid-19 e suas demais variantes. A pandemia certamente terá desdobramentos políticos, culturais e econômicos, principalmente nos países do Sul global, entre eles, o Brasil. Enquanto os países desenvolvidos interromperam sua produção cinematográfica por questões sanitárias, o Brasil interrompeu por falta de recursos. Entretanto, é possível acreditar que, assim como houve a Retomada em meados da década de 1990, também é possível vislumbrar uma segunda Retomada, visto que as duas décadas de estruturação de políticas públicas até 2019, possibilitaram a criação de produtoras independentes mais fortes e capazes de captar recursos de demais fontes, até mesmo de capital internacional.

A recepção de Bacurau nos mostra que apesar de um avanço conservador, o autoritarismo não é um consenso, existe um espírito de luta, solidariedade e resistência impossível de ser abafado. Enquanto estivermos em pé, nossa utopia se chamará esperança, a esperança se transformará em luta, e a luta será o próprio amanhã melhor — e maior (Pinheiro-Machado, 2019, posição nº 191).

---

<sup>36</sup>Manifesto dos trabalhadores da Cinemateca <https://www.cinemaescrito.com/2021/04/31739/>

## Bibliografia e Webgrafia

- Adu, P (2019). A step-by-step guide to qualitative data coding. New York:Routledge. 445p.
- Agence France-Press. "Aquarius" se torna símbolo da resistência contra Michel Temer. Correio do Povo, Porto Alegre, 08 de setembro de 2016. Disponível em: <https://www.correiodopovo.com.br/artegenda/aquarius-se-torna-s%C3%ADmbolo-da-resist%C3%A2ncia-contra-michel-temer-1.211607>
- ANCINE - Agência Nacional do Cinema (2013) Plano de diretrizes e metas para o audiovisual: o Brasil de todos os olhares para todas as telas. 1ª edição, Rio de Janeiro: Agência Nacional do Cinema.
- \_\_\_\_\_. (2018) Anuário Estatístico do Cinema Brasileiro 2017. Brasília: Agência Nacional de Cinema. [https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/anuario\\_2017.pdf](https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/anuario_2017.pdf)
- \_\_\_\_\_. (2020) Anuário Estatístico do Cinema Brasileiro 2019. Brasília: Agência Nacional de Cinema. [https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/anuario\\_2019.pdf](https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/anuario_2019.pdf)
- \_\_\_\_\_. (2015) Informe de Mercado: Distribuição em Salas de Exibição - Informe Anual 2014. Brasília: Agência Nacional de Cinema. [https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/Informe\\_Distribuicao\\_2014.pdf](https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/Informe_Distribuicao_2014.pdf)
- \_\_\_\_\_. (2017). Informe de Mercado: Distribuição em Salas de Exibição - Informe Anual 2016. Brasília: Agência Nacional de Cinema. [https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/informe\\_distribuicao\\_2016\\_0.pdf](https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/informe_distribuicao_2016_0.pdf)
- \_\_\_\_\_. (2020). Informe de Mercado: Distribuição em Salas - 2019. Brasília: Agência Nacional de Cinema. [https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/informe\\_distribuicao\\_2019.pdf](https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/informe_distribuicao_2019.pdf)
- \_\_\_\_\_. (2020). Listagem de Filmes Brasileiros com mais de 500.000 Espectadores 1970 a 2019. Brasília: Agência Nacional de Cinema. <https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/2105.pdf>
- \_\_\_\_\_. (2011) Mapeamento de Salas de Exibição – 2010. Brasília: Agência Nacional de Cinema. [https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/Mapeamento\\_SalasExibicao\\_2010.pdf](https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/Mapeamento_SalasExibicao_2010.pdf)
- Avila, G. (2019) Marighella tem estreia cancelada no Brasil. Omelete. <https://www.omelete.com.br/filmes/marighella-estreia-cancelada>
- Azevedo, R. Assim que “Aquarius” estreiar no Brasil, o dever das pessoas de bem é boicotá-lo. Que os esquerdistas garantam a bilheteria. Revista Veja, São Paulo, 18 de maio de 2016, Reinaldo Azevedo. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/blog/reinaldo/assim-que-aquarius-estreiar-no-brasil-o-dever-das-pessoas-de-bem-e-boicota-lo-que-os-esquerdistas-garantam-a-bilheteria/>

- Bahia, L. (2012) Discursos, políticas e ações: processos de industrialização do campo cinematográfico brasileiro / organização da coleção Lia Calabre, São Paulo: Itáu Cultural: Iluminuras. 228 p.
- Bernardet, J.-C. Cinema marginal? *Folha de S.Paulo*, São Paulo, Mais!, p. 8-11, 10 jun. 2001. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/mais/fs1006200107.htm>
- Braga, R. S. (2010) Film business: o negócio do cinema. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. 208 p.
- Brasil.(2001) Medida Provisória n. 2228-1. Estabelece princípios gerais da Política Nacional de Cinema, cria o Conselho Superior de Cinema, a Agência Nacional do Cinema – Ancine, institui o Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Nacional – Prodecine, autoriza a criação de Fundos de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional – Funcines e altera a legislação sobre a Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional. 2001b. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/mpv/2228-1.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/mpv/2228-1.htm)
- \_\_\_\_\_. (2004) Minuta do projeto de lei que dispõe sobre a organização de atividades cinematográficas e audiovisuais, sobre o Conselho Superior de Cinema e do Audiovisual e sobre a criação da Agência Nacional do Audiovisual. Disponível em: [http://www.rubi.casaruibarbosa.gov.br/bitstream/20.500.11997/7918/1/minuta\\_anteprojecto\\_lei\\_criacao\\_ancinav%20-minuta-original.pdf](http://www.rubi.casaruibarbosa.gov.br/bitstream/20.500.11997/7918/1/minuta_anteprojecto_lei_criacao_ancinav%20-minuta-original.pdf)
- Bordwell, D (1989). Making meaning: inference and rhetoric in the interpretation of cinema. Harvard University Press. 352 p.
- Cahiers duCinéma (2019, Setembro). La Rentrée Cinema. N°758, 100 p.
- Carvalho, L. B. de. (2018). Valsa brasileira: do boom ao caos econômico. São Paulo: Todavia.
- Correia, M. G. S. (2018). Baile Perfumado: Retomada Do Cinema Pernambucano. Revista Multidebates, v.2, n.2 Palmas-TO, 411-423.
- Da Silva, H. C. (2010) O Filme nas Telas – Distribuição do Cinema Nacional. São Paulo: Terceiro Nome, 2010. 176 p.
- Fraser, N (1995). What'scriticalaboutcriticaltheory. In Johanna Meehan (ed.), *Feminists Read Habermas: Gendering the Subject of Discourse*. Routledge. pp. 21-55.
- Gil, G. (2003). Íntegra do discurso de posse do ministro da cultura Gilberto Gil. <https://www.cartamaior.com.br/?/Editoria/Midia-e-Redes-Sociais/integra-do-discurso-de-posse-do-ministro-da-cultura-Gilberto-Gil/12/5623>
- Gimenez, F. A. P., & Rocha, D. T. da. (2018). A presença do filme nacional nas salas de cinema do Brasil: um estudo sobre a codistribuição. *Galáxia* (São Paulo), 37, 94–108. <https://doi.org/10.1590/1982-2554130963>
- Gomes, A. N. dos S. (2019). As Políticas Públicas do Audiovisual e a Regionalização da Produção: um olhar sobre o Norte. *XXII Estudos de Cinema e Audiovisual (SOCINE)*, Xxii, 143–150.
- Ikeda, M. (2015) Cinema brasileiro a partir da retomada – aspectos econômicos e políticos, São Paulo: Summus. 268 p.[Versão Kindle]. Disponível em <https://www.amazon.com.br/Cinema->

- [brasileiro-partir-retomada-econ%C3%B4micos-ebook/dp/B013F0QKR8/ref=tmm\\_kin\\_swatch\\_0?encoding=UTF8&qid=1625066827&sr=8-1](https://www.amazon.com/Digital-Disruption-Cinema-Moves-line-ebook/dp/B013F0QKR8/ref=tmm_kin_swatch_0?encoding=UTF8&qid=1625066827&sr=8-1)
- Iordanova, D., & Cunningham, S. (Eds.). (2012). *Digital disruption: Cinema moves on-line*. St Andrews, UK: St Andrews Film Studies. [Versão Kindle]. Disponível em [https://www.amazon.com/Digital-Disruption-Cinema-Moves-line-ebook/dp/B009K8AMKG/ref=sr\\_1\\_fkmr0\\_1?dchild=1&keywords=Iordanova%2C+D.%2C+%26+Cunningham+Digital+disruption%3A+Cinema+moves+on-line.&qid=1625066880&sr=8-1-fkmr0](https://www.amazon.com/Digital-Disruption-Cinema-Moves-line-ebook/dp/B009K8AMKG/ref=sr_1_fkmr0_1?dchild=1&keywords=Iordanova%2C+D.%2C+%26+Cunningham+Digital+disruption%3A+Cinema+moves+on-line.&qid=1625066880&sr=8-1-fkmr0)
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2014) *Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável*. São Paulo: Aleph, 2014.
- Joaquim, L. (2021). Manifesto dos trabalhadores da Cinemateca. *Cinema Escrito*, 13 de abril de 2021. Disponível em: <https://www.cinemaescrito.com/2021/04/31739/>
- Kerrigan, F. (2017). *Film Marketing*. Routledge. 200 p.
- Lopes, T. C. S. S. (2014) *Desafios Atuais da Distribuição de Filmes Independentes no Brasil*. Niterói, Universidade Federal Fluminense. 117 p. Disponível em: <http://www.rascunho.uff.br/ojs/index.php/rascunho/article/view/96/59>
- Luna, S. B., & Ribeiro, L. B. (2015). Imagem e memória da favela cinematográfica: os múltiplos olhares no documentário 5X Pacificação. *Anais Do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências Da Comunicação*, 1–12.
- Mena, F. (2013). *O Som e o Sentido*. Folha de São Paulo, Ilustríssima. <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrissima/94154-o-som-e-o-sentido.shtml>
- Nascimento, A. G. L. (2013). Uma cena pernambucana: História e Cinema no Recife de 1923 a 1945. *Anais do XXVII Simpósio Nacional de História*, 1-13. [http://www.snh2013.anpuh.org/resources/anais/27/1371337834\\_ARQUIVO\\_ARTHUR.pdf](http://www.snh2013.anpuh.org/resources/anais/27/1371337834_ARQUIVO_ARTHUR.pdf)
- Niklas, J. (2019). Séries LGBT atacadas por Bolsonaro perdem edital da TV pública. *O Globo*. <https://oglobo.globo.com/cultura/series-lgbt-atacadas-por-bolsonaro-perdem-edital-da-tv-publica-24202727>
- Oh, C., Roumani, Y., Nwankpa, J. K., & Hu, H.-F. (2017). Beyond likes and tweets: Consumer engagement behavior and movie box office in social media. *Information & Management*, 54(1), 25–37. <https://doi.org/10.1016/j.im.2016.03.004>
- Pinheiro-Machado, R. (2019). *Amanhã vai ser maior: o que aconteceu com o Brasil e as possíveis rota de fuga da crise atual*. Planeta. [Versão Kindle]. Disponível em [https://www.amazon.com.br/Amanh%C3%A3-vai-ser-maior-aconteceu-ebook/dp/B07ZHJXYCB/ref=tmm\\_kin\\_swatch\\_0?encoding=UTF8&qid=1625066777&sr=8-1](https://www.amazon.com.br/Amanh%C3%A3-vai-ser-maior-aconteceu-ebook/dp/B07ZHJXYCB/ref=tmm_kin_swatch_0?encoding=UTF8&qid=1625066777&sr=8-1)
- Puglia, L. S. (2016). Estado e Política na Retomada da Produção Cinematográfica em Pernambuco. *Anais Do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências Da Comunicação*, 1–15. <https://doi.org/10.1590/191>

Recuero, R. (2016). O twitter como esfera pública: como foram descritos os candidatos durante os debates presidenciais do 2o turno de 2014? *Revista Brasileira de Linguística Aplicada*, 16(1), 157–180. <https://doi.org/10.1590/1984-639820158796>

Rocha, R; Argolo, F. (2015) Políticas culturais para o audiovisual no Brasil: notas sobre os governos Lula e Dilma. VI Seminário Internacional de Políticas Culturais. Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 1280-1295.

Rousseff, D (@dilmabr). “Obrigada, Kleber Mendonça Filho (@kmendoncafilho), Sonia Braga (@bragasonia) e MaeveJinkings - o talento do Brasil em Cannes.”. 17 de maio de 2016. Disponível em <https://twitter.com/dilmabr/status/732593516543631363>

Santos, S. R. A. (2016). Políticas públicas de cinema: o impacto do fundo setorial do audiovisual na cadeia produtiva do cinema brasileiro. Brasília: UnB, 356p.

sem autor. Cineastas questionam "Pequeno segredo" como representante brasileiro no Oscar – Gaúcha ZH, Porto Alegre, 12 de setembro de 2016. Cinema GZH. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/cultura-e-lazer/cinema/noticia/2016/09/cineastas-questionam-pequeno-segredo-como-representante-brasileiro-no-oscar-7436584.html>

sem autor. Executivo da Globo desafia diretor de O Som ao Redor a fazer sucesso comercial. Folha de São Paulo, São Paulo, 20 de fevereiro de 2013. Ilustrada. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2013/02/1234030-executivo-da-globo-filmes-desafia-diretor-de-o-som-ao-redor-a-fazer-sucesso-comercial.shtml>

sem autor. Globo Filmes faz mal à cultura e adentra público, diz diretor de "O Som ao Redor" - Folha de São Paulo, São Paulo, 21 de fevereiro de 2013. Ilustrada. Disponível em: <https://m.folha.uol.com.br/ilustrada/2013/02/1234345-globo-filmes-faz-mal-a-cultura-e-adentra-publico-diz-diretor-de-o-som-ao-redor.shtml>

sem autor. The best films of 2016. British Film Institute, Londres, 12 de abril de 2017. Sight & Sound. Disponível em: <https://www2.bfi.org.uk/best-films-2016>

sem autor. The New York Times's Best Movies of 2016, The New York Times, Nova York, 7 de dezembro de 2016. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2016/12/07/movies/the-best-movies-of-2016.html>

sem autor. Top Ten 2016 des Cahiers du cinema. Cahiers du Cinema, Paris, 22 de dezembro de 2016. Disponível em: <https://www.cahiersducinema.com/produit/top-ten-2016/>

Sena, E., & Gusman, J. (2020). Polêmicas nas reverberações e críticas de Bacurau. *Animus - Revista Interamericana de Comunicação Midiática*, 19(40), 161–178. <https://doi.org/10.5902/21754977>

Staiger, J (2005). *Media reception studies*. Nova York: New York University Press. 262 p.

Teixeira Neto, W. de M. (2016). A Construção Coletiva dos Afetos e do Valor da Obra Fílmica na Recepção de O Som ao Redor. *Anais Do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências Da Comunicação*, 1–13. <https://doi.org/10.1590/191>

Xiong, Y., Cho, M., & Boatwright, B. (2019). Hashtag activism and message frames among social movement organizations: Semantic network analysis and thematic analysis of Twitter during the #MeToo movement. *Public Relations Review*, 45(1), 10–23. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2018.10.014>

YouTube. (2019, setembro 06). Entre Vistas com a antropóloga Isabela Kalil [Arquivo de vídeo]. Disponível em: <https://youtu.be/EKLIvWa11f4>

## Anexos

### Entrevista com Felipe Lopes

Formado em Cinema pela UFF e pós-graduado em Gestão Empresarial e Marketing pela ESPM, atualmente ocupa o cargo de Diretor de Distribuição na Vitrine Filmes.

Iniciou sua carreira estagiando nos setores de acompanhamento de mercado na Ancine e produção de elenco na Record. Trabalhou com acompanhamento de projeção do Animamundi; produção do curta-metragem Obituário, de Tânia Pinta; e curadoria, aquisição e licenciamento de conteúdo para a Synapse. Por mais de cinco anos, trabalhou na Secretaria de Estado de Cultura do Rio de Janeiro, tendo ocupado o cargo de Superintendente do Audiovisual em 2014 e sendo responsável pela Film Commission a partir de 2015. Foi membro de comissões de avaliação de projetos para fomento na Rio Filme, Oi Futuro, BNDES e na própria SEC-RJ. Tem experiência em palestras e painéis em mercados do setor como MarchéduFilm (Cannes), Cinemart (Rotterdam) e RioContentMarket (Rio de Janeiro) e lecionou as disciplinas de "Elaboração de Projetos e Pitching", na ESPM, e "Produção", na Academia Internacional de Cinema.

**Desde o governo Temer é possível notar políticas de desmonte cultural e discursos inflamados pela sociedade pedindo o fim de mecanismos de financiamento cultural. Na sua opinião, qual a raiz dessa perseguição e o que mudou desde a posse de Bolsonaro?**

Saber a raiz passa por uma análise da sociedade como um todo e do fenômeno que vemos do crescimento da extrema direita, o impacto dos algoritmos para o surgimento das bolhas de filtro nas redes sociais e o crescimento de discursos de ódio.

É fato que vivemos um tempo em que parte das pessoas e dos governantes veem a cultura como algo negativo. Não há a compreensão nem da importância social, nem da econômica no nosso setor - que gera milhares de empregos e tem uma participação no PIB do país de 2,64% segundo estudo da FIRJAN, número maior do que em indústrias como a farmacêutica e têxtil.

Com a posse do atual governo, vimos uma redução das políticas de incentivo à cultura e uma morosidade enorme nos órgãos públicos de fomento. A redução de investimentos impacta nas possibilidades de produção e distribuição de obras, afetando principalmente a diversidade e pluralidade de nosso audiovisual.

**Na sua opinião, como o bolsonarismo se relaciona com a perseguição e o desmonte da cultura?**

Quando um presidente diz que não vai ter "certo tipo" de obra cultural e defende uma cultura que seja para a maioria e não para a minoria, propõe-se uma política excludente e não universal.

Para além da figura do Bolsonaro, esse discurso de perseguição à cultura, de considerá-la algo supérfluo e criticar e perseguir artistas tem impactos muito mais profundos do que a crise que vivemos hoje. Não se recupera o que foi destruído no mesmo curto espaço de tempo de um mandato. As ideias de que a cultura "mama nas tetas do governo" se tornam algo que as pessoas acreditam sem um pensamento crítico - assim como ocorre com *fake news* ou com a ideia extrema de que a terra é plana. E o pior é que isso é parte de um todo muito maior e mais cruel que envolve a falta de uma política de saúde pública em meio a uma pandemia ou ao horror que ocorre com o meio ambiente.

### **A quais fatores você atribui o desempenho de bilheteria de Bacurau?**

É uma conjunção de fatores. Um ótimo filme é o primeiro deles, mas tem muitos filmes bons que não alcançam sucesso. Aí entra uma boa estratégia de comercialização por nossa parte na Vitrine, o esforço de toda a equipe de distribuição, a sinergia com produção e elenco que estiveram 100% dentro do lançamento, investimento financeiro para poder trabalhar um marketing eficaz para que a campanha chegasse às pessoas, parcerias estratégicas fundamentais desde a produção com Globofilmes, Telecine e Canal Brasil que apoiaram também na mídia do filme. Conseguimos, com tudo isso, romper uma barreira entre o circuito de arte e o multiplex, com diferentes abordagens para cada público e isso trouxe o resultado acima do que esperávamos inicialmente.

### **Bacurau apresenta uma distopia num governo neoliberal, onde o povo de um pequeno povoado vai até as últimas consequências para resistir às tentativas de extermínio. Considera que a temática do filme, no contexto sociopolítico da época, criou um apelo para a compra dos bilhetes?**

Ele cria um apelo principalmente no boca-a-boca que começou nas sessões de pré-estreia. Aí o histórico de Aquarius, filme anterior do Kleber Mendonça Filho, que dirige o filme junto a Juliano Dorneles, já traz esse imaginário para o público após o protesto em Cannes.

Sobre a campanha, temos que pensar no público potencial em um país polarizado. Então, mesmo com o filme tendo esse pano de fundo, a pauta política não foi evidenciada como em outros títulos nossos porque havia o objetivo de entrar em centenas de salas em todas as capitais do Brasil e dependemos de circuitos que podem não receber um filme com um posicionamento político demarcado.

### **Como você vê a recepção da mídia ao filme?**

Foi a melhor possível!

A gente viu muita mídia espontânea surgir após o início do trabalho de mídia paga da campanha, mostrando que o filme e a divulgação estavam funcionando. Muita gente se engajou e se apaixonou por Bacurau e isso é incrível. Também vimos pessoas que viam um ótimo filme de

ação e de gênero, sem se atentar à política e isso também é muito interessante. As recepções e os públicos não são uma massa homogênea e ver isso tão evidente traz para nós uma perspectiva ampla do que estamos fazendo no cinema.

**As polêmicas em torno do Kleber Mendonça Filho, vindas desde Aquarius, contribuíram para a bilheteria?**

O Kleber sabe usar as redes de uma forma incrível e que gera uma identificação do público, criando base de fãs. O protesto contra o golpe em Aquarius contribuiu para essa construção de imagem público e isso ajuda sim na bilheteria.

**Como distribuir um filme nacional produzido fora do eixo RJ-SP num contexto de concentração de salas?**

Pernambuco tem uma lei de audiovisual estadual e isso faz com que esse seja o estado que mais trouxe retorno para a Vitrine. É o resultado de uma política pública bem feita.

Nesse sentido, não faz tanta diferença o filme ser do eixo Rio-SP ou de outro estado quando temos elementos de comercialização que os exibidores veem e apostam no filme junto com a gente. Tivemos várias salas de Recife, Fortaleza, Salvador e Natal, por exemplo, entre as com maior público, mas também Rio e São Paulo receberam muito bem o filme. Somente no Espaço Itaú de Cinema da Augusta, mais de 30 mil pessoas assistiram Bacurau.

**Bacurau conseguiu mudar o preconceito do brasileiro com o cinema nacional?**

Não. É muita pretensão um filme tentar fazer isso. Mesmo com fenômenos como Minha Mãe É uma Peça 3, com mais de 10 milhões de espectadores, temos uma parcela da população que não valoriza o cinema brasileiro, que acha que os mais de 150 filmes feitos no país que chegam ao público por ano são iguais e colocam tudo dentro de um espaço de rejeição sem uma análise crítica.

**Em entrevista à Cahiers duCinéma, em setembro de 2019, Kleber Mendonça Filho afirma que antes de Cannes havia uma certa apreensão entre alguns exibidores e distribuidores do sudeste acerca da promoção do filme fora do Nordeste, devido sua temática e linguagem. Na sua opinião, do prêmio em Cannes até a semana de estreia em agosto, o que mudou?**

A campanha sempre foi pensando no Brasil inteiro, apesar de ter parte de segmentação e conteúdos focados no regional - com o Nordeste em evidência.

De maio a agosto construímos uma campanha grande, forte e com capilaridade para todo o país de forma a quebrar essa ideia inicial, que infelizmente ainda ocorre muito, de que um filme em determinada região não funciona a nível nacional.

**Quais métricas você utiliza para definir o sucesso de um filme?**

### Expectativa x Realidade

E aí a primeira é financeira, pois o prejuízo pode prejudicar a continuidade de trabalho da Vitrine na difusão do cinema independente e brasileiro.

Mas é importante ver o público, sua reação, o resultado em festivais nacionais e internacionais, engajamento nas redes, vendas e licenciamentos para canais de TV e plataformas de streaming, críticas positivas, base de fãs, dentre outros elementos.

### Entrevista Carlos Proença

Bacharel em Cinema pela Universidade Federal Fluminense (UFF), onde organizou e ministrou a cadeira de Estudos da Teoria e Linguagem Cinematográfica. Foi editor de imagem do Departamento de História da UFF. Participou de júris de festivais de cinema brasileiros, como o 38o Festival de Cinema de Gramado (2010), internacionais como o Toronto Youth Shorts Film Festival (2017 a 2019) e organizou atividades cineclubistas na cidade do Rio de Janeiro, no MAM, como o Cineclube Tela Brasilis. Trabalhou na produção de mostras e seminários como O Som no Cinema.

Foi Assistente Executivo e Coordenador de Lançamento do filme “Getúlio” (2014), de João Jardim. Foi coordenador de leis de incentivo do RioContentMarket / Rio2C de 2015 a 2020. Coordenou o lançamento de títulos como Los Hermanos - Esse é só o começo do Fim da Nossa Vida (2015) e Atravessa a Vida (2020). Desde 2011 integra a equipe do Festival Internacional de Cinema Infantil - FICI, o maior evento de audiovisual para público infantojuvenil no Brasil, como Produtor Executivo. Foi coordenador de produção do documentário História do Tempo Presente, de Carla Camurati, em fase de finalização e com lançamento previsto para o final de 2021.

### **Desde o governo Temer é possível notar políticas de desmonte cultural e discursos inflamados pela sociedade pedindo o fim de instrumentos de financiamento cultural. Qual a raiz dessa perseguição e o que mudou desde a posse de Bolsonaro?**

Na verdade este é um discurso que permeia há muito tempo - já se via na época de outros governos estes discursos inflamados, sobretudo a partir do governo Dilma. Em um pensamento neoliberal, com um estado mínimo, a ideia de subvencionar a cultura era tida como absurda para uma parcela da sociedade. É a famosa ideia da mamata.

Na parte audiovisual os festivais sofreram bastante com isso desde 2015 com as críticas à Lei Rouanet. Já as verbas do audiovisual, como sua maior parte vinham de impostos da própria área através do Fundo Setorial do Audiovisual, este impacto não foi sentido na época. Apesar da destruição (com volta pouco tempo depois) do ministério da Cultura no governo Temer, nesta época ainda aconteceram últimos editais e o mercado independente conseguiu seguir. A partir do governo Bolsonaro e crise da ANCINE não foram mais criadas linhas para estímulo à produção e

toda a ANCINE parece se guiar para sanar as pendências de Prestações de contas de projetos que já aconteceram há anos, décadas. Os processos embora não tenham parado ficaram muito mais morosos

**Bacurau apresenta uma distopia num governo neoliberal, considera que sua temática apelou a compra dos bilhetes?**

Sim

**E isso contribui para seu apelo midiático-social?**

Com certeza, é um filme que engaja tanto para quem é favor quanto para quem é contra.

**As polêmicas em torno do Kleber Mendonça Filho contribuíram para a bilheteria?**

Sim, o Kleber é talvez o diretor mais famoso da sua geração e isso contribui para que seus filmes sejam mais vistos no nicho do cinema independente

**Na sua opinião, como o bolsonarismo se relaciona com a perseguição e o desmonte da cultura?**

Nosso secretário de cultura posa em fotos armado com os filhos do presidente e comemora ao fim do ano a menor verba em ano destinada à produção cultural. É um governo que cria a fantasia de que está redistribuindo cultura, não dando dinheiro para os mais ricos e concentrando nos pequenos produtores, mas na prática vemos mercados totalmente estagnados e que só tiveram uma sobrevida no último ano e meio graças aos auxílios emergenciais e a Lei Aldir Blanc

**Como a produção executiva procura compensar as dificuldades de distribuir um filme de autor e político?**

Creio que isso é mais um trabalho da distribuição mesmo. A dificuldade de se distribuir um filme brasileiro independente é para qualquer tipo de projeto e sabemos que o mercado principal das salas de cinema tem uma concorrência muito desleal dos blockbusters.

**Como distribuir um filme nacional/regional em um contexto de concentração de salas?**

Há um circuito de arte que abraça esses filmes, mesmo assim é fato extraordinário conseguir romper a barreira de acesso e fazer seus filmes chegarem aos multiplex de shoppings, cujas redes de cinema geralmente já tem seus horários de exibição todos já comprometidos com as distribuidoras major

**Como definir o sucesso de um filme?**

Certamente nesta época não é pelo número de ingressos vendidos, apesar deste ser comercialmente um parâmetro muito paradigmático. Os filmes hoje em dia têm uma cauda longa de exibição, passando por canais VOD, tv paga, aberta, etc. Quando o seu filme vira notícia e comentário da sociedade em geral, o famoso boca-a-boca podemos considerar uma experiência de êxito

### **Bacurau conseguiu mudar o preconceito do brasileiro com o cinema nacional?**

Não acredito nisso. Bacurau é mais um dos filmes que se espera ter esse papel de "salvação", como foram outros no passado até melhor sucedidos comercialmente, como Cidade de Deus, Tropa de Elite, etc. Não temos como romper o preconceito em uma sociedade colonizada pelos filmes norte-americanos, que tem um poder de marketing exponencialmente maior. Mesmo assim o cinema brasileiro tem sim seu público

### **Entrevista com Wanderley de Mattos Teixeira Netto**

Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas na linha Culturas da Imagem e do Som (UFBA) com pesquisa na área de Recepção Cinematográfica abordando a produção de vídeo-críticas e ensaios no YouTube. Integra o Grupo de Pesquisa Recepção e Crítica da Imagem (GRIM - UFBA) desde maio de 2014. Mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas (UFBA) e possui graduação em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo (FSBA) e em Direito (FRB). Escreve críticas de cinema para endereços eletrônicos com regularidade e é editor, redator e crítico de cinema do site Chovendo Sapos. Foi colaborador da revista Cine Magazine em 2018.

### **Desde o governo Temer é possível notar políticas de desmonte cultural e discursos inflamados pela sociedade pedindo o fim de mecanismos de financiamento cultural. Na sua opinião, qual a raiz dessa perseguição e o que mudou desde a posse de Bolsonaro?**

Acredito que a raiz seja o posicionamento de parte expressiva da classe artística em todo esse processo que vivemos de Temer para cá e toda a articulação desse movimento de extrema direita no Brasil de fomento de *fake news* e agitação dos seus apoiadores na esfera online. Basta ver, por exemplo, como se formou mutirões de usuários para irem no IMDB abaixar a cotação popular de "Aquarius" assim que Kleber Mendonça Filho e seu elenco se posicionaram no tapete vermelho de Cannes a respeito do governo Temer. Isso se repete na esfera online em casos como os de "Marighella" do Wagner Moura, o "Democracia em Vertigem" da Petra Costa e do próprio "Bacurau" do Kleber Mendonça e do Juliano Dornelles. Cineastas e obras que atingem fortemente com suas obras a linha de pensamento do atual governo federal. É um traço do momento político que vivemos. Acho que desde a posse do Bolsonaro isso só tem acentuado.

**Na sua opinião, como o bolsonarismo se relaciona com a perseguição e o desmonte da cultura?**

Creio que passa por aquilo que disse anteriormente. Para além de ser uma espécie de revanche a um grupo que majoritariamente sempre foi seu opositor, a classe artística, a universidade, a cultura sempre acabam sendo instâncias estrategicamente afetadas porque se sabe que pela arte e pela educação a sociedade cria um corpo que inviabiliza a tomada de poder desses grupos.

**O contexto sociopolítico do ano de 2019 interferiu na distribuição e desempenho de Bilheteria de Bacurau? Se sim, de que maneira?**

Não posso falar da distribuição porque não estou informado a respeito disso, mas sobre a bilheteria acredito que sim. "Bacurau" acabou sendo um filme abraçado pelo contexto da sua exibição. As pessoas sentiram que o Kleber e o Juliano colocaram naquele filme tudo aquilo que estava engasgado. O filme tem todos os elementos que levam a isso, é pop, tem toda uma iconografia que faz com que a vida dele ultrapasse a experiência espectral da sua estreia (personagens como Lunga, frases como "Se for, vá na paz" etc.). E dialogou com um momento de grande insatisfação de parte da população. Não tenho certeza se é um longa que atingiu a todos. Até porque não sei se os realizadores fizeram o filme para isso, acho que, apesar de ter feito algo pop, o Kleber e o Juliano não querem um discurso neutro em sua obra em prol de atingir todas as plateias.

**Bacurau apresenta uma distopia num governo neoliberal, onde o povo de um pequeno povoado vai até as últimas consequências para resistir às tentativas de extermínio. Considera que a temática do filme, no contexto sociopolítico da época, criou um apelo para a compra dos bilhetes?**

Acredito que sim. Mas a temática por si só não traria o público que trouxe não fosse um boca-a-boca muito eficiente em torno da obra e essa verve pop de "Bacurau". Outros longas nacionais têm uma crítica tão pontual e certa para a nossa realidade, mas seguem desconhecidos por parte do público. Esse caráter iconográfico de "Bacurau" somado à publicidade do boca-a-boca sempre muito presente na história da recepção das obras do Kleber, fomentados pelo prestígio do diretor, a repercussão do filme nos festivais, depois com a crítica e a recomendação espontânea do público são ingredientes sempre certos no caso da carreira do diretor. Com "Bacurau", somado a isso, teve o contexto político do Brasil que criou território para que o público visse naquela obra uma forma de expurgar toda a sua insatisfação e usasse parte dos seus elementos como símbolo de resistência, da própria cidade a personagens como Lunga.

**A quais fatores você atribui o desempenho de bilheteria de Bacurau?**

Acredito que tenha respondido essa questão na resposta anterior.

**Como definir o sucesso de um filme?**

Muito relativo. Depende de uma série de variantes: das mais objetivas (quanto foi gasto e quanto se arrecadou) a outras mais complexas (chegou na audiência para a qual foi direcionado, sua fruição se perpetua no tempo). Acho que "Bacurau" é um caso de êxito, sobretudo nesse segundo ponto. Não sei ao certo sua arrecadação nas bilheterias, mas o fato de ter conquistado o afeto do público que cativou e de ter se tornado algo tão representativo faz com que o longa seja uma daquelas obras "eternas", que será discutida por anos, revisitada etc. E é algo que não está restrito ao Brasil.

**As polêmicas em torno do Kleber Mendonça Filho, vindas desde Aquarius, contribuíram para a bilheteria?**

Não sei afirmar, talvez tenha que ter um estudo de recepção mais preciso para fazer tal afirmação, mas o que sei é que a recepção à carreira do Kleber de maneira geral ao longo dos anos criou um território de expectativas (positivas) em torno de "Bacurau". Tem uma base que foi construída lá atrás, sobretudo no âmbito discursivo. O Kleber sempre fez filmes que tinham um ponto de vista muito claro sobre a sociedade brasileira e seus principais problemas, e como tudo isso tem relação com nosso passado e presente racista, classista etc. Desde os curtas dele, passando por O Som ao Redor e Aquarius sempre se falou, por exemplo, dessa crítica dele à verticalização das cidades, a especulação imobiliária, a classe média e sua relação com seus empregados etc. E a maneira como ele construiu essa crítica em seus filmes sempre foi apontada como indício de valor dessas obras. No caso do Kleber, há uma aderência historicamente construída ao seu cinema. Isso foi fundamental para criar um culto em torno do seu nome que só cresceu com o tempo e com as fases do Brasil. Com essa ajuda dos críticos, que tornou seu trabalho notório e que levantou as principais temáticas da sua obra, ele conseguiu trazer para si um público muito fiel que acompanhou a cada ano seus passos e esperou ansiosamente por sua próxima obra. "Bacurau" estreia num momento muito amadurecido, solidificado desse processo de recepção do cinema do Kleber e chega num momento crítico da nossa sociedade.