

**Universidade Federal de Pernambuco  
Centro de Ciências Sociais Aplicadas  
Departamento de Ciências Administrativas  
Programa de Pós-Graduação em Administração - Propad**

**José Roberto Ferreira Guerra**

**O Empreendedorismo Cultural na Produção de  
Cinema: A dinâmica empreendedora de  
realizadores de filmes pernambucanos**

**Recife, 2011**

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

CLASSIFICAÇÃO DE ACESSO A TESES E DISSERTAÇÕES

Considerando a natureza das informações e compromissos assumidos com suas fontes, o acesso a monografias do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Pernambuco é definido em três graus:

- "Grau 1": livre (sem prejuízo das referências ordinárias em citações diretas e indiretas);
- "Grau 2": com vedação a cópias, no todo ou em parte, sendo, em consequência, restrita a consulta em ambientes de biblioteca com saída controlada;
- "Grau 3": apenas com autorização expressa do autor, por escrito, devendo, por isso, o texto, se confiado a bibliotecas que assegurem a restrição, ser mantido em local sob chave ou custódia;

A classificação desta dissertação/tese se encontra, abaixo, definida por seu autor.

Solicita-se aos depositários e usuários sua fiel observância, a fim de que se preservem as condições éticas e operacionais da pesquisa científica na área da administração.

---

Título da Dissertação: O Empreendedorismo Cultural na Produção de Cinema: A dinâmica empreendedora de realizadores de filmes pernambucanos

Nome do Autor: José Roberto Ferreira Guerra.

Data da aprovação: 01 de fevereiro de 2011.

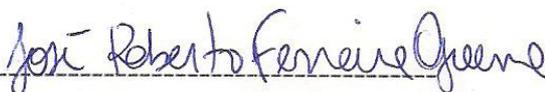
Classificação, conforme especificação acima:

Grau 1

Grau 2

Grau 3

Local e data: Recife, 20 de abril de 2011



Assinatura do autor

Guerra, José Roberto Ferreira

O empreendedorismo cultural na produção de cinema : a dinâmica empreendedora de realizadores de filmes pernambucanos / José Roberto Ferreira Guerra. - Recife : O Autor, 2011.

96 folhas : fig., quadro, abrev. e siglas.

Orientador: Prof<sup>o</sup>. Dr<sup>o</sup> Fernando Gomes de Paiva Júnior

Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco. CCSA. Administração, 2011.

Inclui bibliografia, apêndices e anexos.

1. Empreendedorismo cultural. 2. Circuito da cultura. 3. Cinema pernambucano. 4. Análise do discurso. I. Paiva Júnior, Fernando Gomes (Orientador). II. Título.

658  
056

CDD (22.ed.)

UFPE/CSA 2011 -

José Roberto Ferreira Guerra

**O Empreendedorismo Cultural na Produção de  
Cinema: A dinâmica empreendedora de  
realizadores de filmes pernambucanos**

Orientador: Prof. Dr. Fernando Gomes de Paiva Júnior

Dissertação apresentada como  
requisito complementar para  
obtenção do grau de Mestre em  
Administração, área de concentração  
em Gestão Organizacional, do  
Programa de Pós-Graduação em  
Administração da Universidade  
Federal de Pernambuco

**Recife, 2011**

Universidade Federal de Pernambuco  
Centro de Ciências Sociais Aplicadas  
Departamento de Ciências Administrativas  
Programa de Pós-Graduação em Administração - PROPAD

# **O empreendedorismo cultural na produção de cinema: a dinâmica empreendedora de realizadores de filmes pernambucanos**

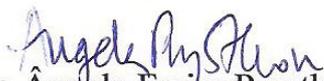
**José Roberto Ferreira Guerra**

Dissertação submetida ao corpo docente do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Pernambuco e aprovada em 01 de fevereiro de 2011.

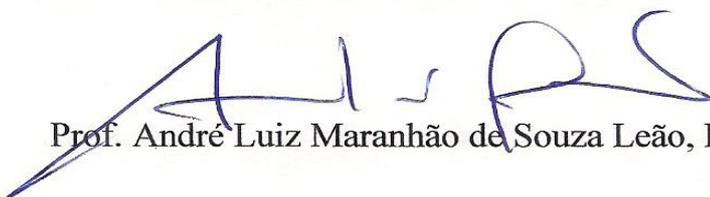
Banca Examinadora:



Prof. Fernando Gomes de Paiva Júnior, Doutor, UFPE, (Orientador)



Prof.ª Ângela Freire Prysthon, Doutora, UFPE, (Examinadora Externa)



Prof. André Luiz Maranhão de Souza Leão, Doutor, UFPE, (Examinador Interno)

## Agradecimentos

Ao Prof. Fernando Paiva, pela oportunidade, confiança e por ter acreditado no meu trabalho mais do que eu mesmo. Sua presença é nítida ao longo da minha jornada nos últimos cinco anos, culminando nessa dissertação e numa amizade muito importante. Obrigado por ensinar e mostrar o mundo indo além da teoria com olhos sempre atentos para a vida. Ainda não posso dar por acabado o desafio que ele me lançou, mas acredito que estamos no caminho certo.

À minha família, pelo suporte necessário e pelo carinho sempre presente: Roberto, Nizete e Tamyris; A tia/madrinha Neves, por ser uma segunda mãe. Obrigado por tudo.

Aos meus amigos (do CMR, da UFPE e de toda “Noite de sexta, manhã de sábado”), pela força, alegria e por todos os convites para sair. Tenho certeza de que não caminho sozinho: Augusto, Catarina, Cintia, Cláudio, Diógenes, Eduardo, Kátia, Laila, Leonardo (China), Lu(uuu)ciane, Manoel, Marcelo, Marília (no no no), Marques, Michelaine, Rafael Waked, Raquel(zinha) (ordem alfabética!).

Ao amor, aquilo que nos dá uma estranha certeza que tudo vai acabar bem e valer a pena.

Divido as alegrias desse momento também com os amigos do Gitec e com aqueles dos velhos tempos do Núcleo MTN (e já se foram cinco anos...): Prof. Sérgio, Simone, Marcos, Chris (*partner*), Iraê, Angela, Iris, Jefferson, Tibério, Larissa, Nelson.

Gostaria de agradecer ao professor André Leão, também membro do Gitec, pelo suporte durante a realização dessa dissertação, e à professora Angela Prysthon, pela acolhida no campo do cinema desde a época da graduação. A ambos, obrigado pelas considerações feitas ao projeto e à dissertação.

Meus sinceros agradecimentos aos produtores Leonardo Lacca e João Jr., pela disposição em participar dessa dissertação.

Ao corpo docente (pelos momentos de inquietação e dúvida) e à equipe da secretaria (pelas eternas ajudas em cima do prazo) do Propad.

Ao CNPq e à Capes, pela concessão das bolsas de estudo que possibilitaram a tão necessária dedicação ao curso.

A Deus, essa estranha força no ar, e a suas linhas tortas que me trouxeram até aqui.

A todos os filmes que já vi que despertaram e cultivaram a minha paixão, minha cachaça, pelo cinema!

Como tenho Roberto no nome, creio que não poderia terminar de forma diferente: “Se chorei ou se sorri, o importante é que emoções eu vivi”!

Às minhas avós Gercina e Marcionila (*in memoriam*)  
pelo Ferreira e o Guerra respectivamente.

Já que

*“O sonho é o único direito que não se pode proibir”*

Glauber Rocha

e

*“A meu ver, deveríamos reabilitar o senso de compromisso pleno  
e a coragem de correr riscos”*

Slavoj Žižek

não devemos esquecer que

*“Na eterna dialética entre barbárie e civilização, só a cultura salva”.*

Gilberto Gil

## Resumo

O desenvolvimento do capitalismo informacional tem contribuído para o crescimento da produção de bens simbólicos e, nesse contexto, os produtores culturais possuem a capacidade de se tornar agentes de transformação social por meio de uma ação coletiva. O objetivo do estudo reside em compreender como se caracterizam as dimensões discursivas que demarcam o Empreendedorismo cultural no campo do audiovisual. Foi desenvolvido um protocolo teórico-metodológico pautado no conceito de Empreendedorismo cultural e nos circuitos da cultura, oriundos da tradição dos Estudos Culturais. O contexto da produção de cinema em Pernambuco foi elucidativo para a compreensão da dinâmica empreendedora da produção cultural “fora do eixo”. Como forma de acessar o campo, foram realizadas entrevistas abertas com dois produtores locais de cinema. A análise dos dados deu-se com o suporte da análise do discurso. As dimensões discursivas emergentes foram agregadas em torno das dimensões públicas e privadas decorrentes do protocolo desenvolvido. Os resultados apontam para uma demanda por novos formatos e estruturas organizacionais mais orgânicas. A tecnologia social que possibilita a geração de capitais por meio da rede social indica o multidirecionamento da ação empreendedora na arena da produção cultural, impondo uma abertura para a ação multidimensional e dialógica do empreendedor. Podemos observar um alto grau de comprometimento do empreendedor cultural com os projetos que desenvolve, assim como o exercício da atividade de produção além do aspecto econômico, ampliando essa ação para o nível existencial.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo Cultural. Circuito da Cultura. Cinema Pernambucano. Análise do Discurso.

## Abstract

The development of informational capitalism has contributed to the increasing production of symbolic goods, and in such context, the cultural producers have the ability to become agents of social change through a collective action. The aim of this study is to comprehend how to characterize the discursive dimensions that demarcates cultural Entrepreneurship in the audiovisual field. A theoretical and methodological protocol was developed guided by the concept of cultural entrepreneurship and by the culture circuits from the Cultural Studies tradition. The context of film production in Pernambuco was instructive for understanding the entrepreneurial dynamics of the cultural production out of the Rio-SãoPaulo scenario. As a way to access the field, open interviews were conducted with two local movie producers. Data analysis was done with the support of discourse analysis. The emerging discursive dimensions were aggregated around public and private spheres, under the developed protocol. The results point to a demand for new formats and more organic organizational structures. A social technology that enables the generation of capital through the social network indicates the multidirectional entrepreneurial action in the cultural production arena, requiring an openness to dialogue and multidimensional action of the entrepreneur. We observe a high commitment of the cultural entrepreneur along with the projects he develops as well as the production activity in addition to the economic aspect, extending this action to an existential level.

**Key-words:** Cultural Entrepreneurship. Circuit of Culture. Cinema from Pernambuco. Discourse Analysis.

## **Lista de Figuras**

Figura 1 (2) – O Circuito da Cultura de Johnson	27
Figura 2 (2) – O Circuito da Cultura de Gay et al	28
Figura 3 (2) – O Modelo da Codificação/Decodificação de Hall	29
Figura 4 (5) – Eixos Temáticos	61

## **Lista de Quadros**

Quadro 1 (2) – Dimensões da Ação Empreendedora na Produção Cultural	30
Quadro 2 (3) – Salas de cinema da região metropolitana de Recife	36
Quadro 3 (4) – Análise da dimensão pública	56
Quadro 4 (4) – Análise da dimensão privada	60
Quadro 5 (APÊNDICE A) – Protocolo de Pesquisa	74
Quadro 6 (ANEXO B) – Lista de Produções da REC Produtores Associados	98
Quadro 7 (ANEXO C) – Lista Produções da Trincheira Filmes	97

## **Lista de Abreviaturas e Siglas**

ABD – Associação Brasileira de Documentaristas e Curta-Metragistas

Ancine – Agência Nacional do Cinema

Apex – Agência Brasileira de Promoção de Exportação e Investimentos

Canne – Centro Audiovisual Norte-Nordeste

Embrafilme – Empresa Brasileira de Filmes

Funcultura – Fundo Pernambucano de Incentivo à Cultura

Fundaj – Fundação Joaquim Nabuco

Fundarpe – Fundação do Patrimônio Histórico e Artístico de Pernambuco

MinC – Ministério da Cultura do Brasil

# Sumário

<b>1 Créditos de Abertura</b>	14
<b>2 O Empreendedorismo na Produção Cultural</b>	22
2.1 Uma Perspectiva Crítica do Empreendedorismo	22
2.2 O Momento da Produção Cultural	27
<b>3 O Contexto da Produção de Cinema em Pernambuco</b>	36
<b>4 A Ação Empreendedora na Produção Cultural</b>	45
4.1 Dimensões Públicas	45
4.1.1 Representações sociais	45
4.1.2 Formatos de organização	49
4.1.3 Estruturas Institucionais	52
4.1.4 Infraestrutura Técnica	56
4.2 Dimensões Privadas	59
4.2.1 Estruturas de Sentido	59
4.2.2 Trajetórias Individuais	60
4.2.3 Transformação de Idéias em Produtos	61
<b>5 De volta à indagação inicial</b>	63
<b>Referências</b>	69
<b>APÊNDICE A – Trilha Metodológica</b>	74
<b>APÊNDICE B – Transcrição Entrevista Leonardo Lacca</b>	79
<b>APÊNDICE C – Transcrição Entrevista João Vieira Jr.</b>	88
<b>ANEXO A – Transcrição Entrevista em Vídeo João Vieira Jr.</b>	95
<b>ANEXO B – Produções da REC Produtores Associados</b>	97
<b>ANEXO C – Produções da Trincheira Filmes</b>	98

# 1 Créditos de Abertura

---

A discussão em torno da temática da *produção cultural* ganha contornos cada vez mais complexos à medida que a dimensão cultural é colocada numa posição central da vida contemporânea. O desafio emergente, então, é (re)definir a influência da cultura com relação a determinadas dimensões da vida cotidiana que ainda não haviam sido *culturalizadas*. Ou, por outro lado, como lidar com uma produção cultural crescentemente organizada, legislada e institucionalizada sem perder suas nuances irreconciliáveis com tal movimento. Portanto, temos uma economia cada vez mais culturalizada e uma cultura cada vez mais economicizada (HALL, 2008, NEGUS, 1997, BENHAMOU, 2007; VALIATI; FLORISSI, 2007).

Frente a esse cenário, o projeto estabelece um recorte sobre esse problema ao tentar compreender o fenômeno empreendedor no campo da produção cultural sob uma perspectiva crítica do Empreendedorismo em diálogo com a teoria do Circuito da Cultura, oriunda dos Estudos Culturais. Nesse sentido, buscamos criar um diálogo entre dois campos teórico-empíricos marcados por gramáticas específicas. De um lado, temos a produção de cultura, em específico de cinema, e do outro, o Empreendedorismo, demarcado como um fenômeno multidimensional e crítico que vai além de uma prática meramente mercantil.

Como forma de ilustrar o debate sobre a dinâmica da produção simbólica e a ação do empreendedor como produtor cultural, o estudo concebe o audiovisual como atividade estratégica da política nacional carente de investigação quanto a sua dinâmica inovadora de produção no campo da Administração. Isso tende a gerar um quadro de invisibilidade dessa dinâmica (de produção e consumo) nos debates da área que está atrelado à existência do viés economicista que pauta a construção de conhecimento em

Administração. O aspecto de regulação da ordem social, a busca por estabilidade e o conforto das certezas eternas constituem algumas das bases de uma teoria organizacional que visa o controle de conflitos e da mudança. O presente estudo está inclinado a uma abordagem pós-moderna indicando a tentativa de rompimento com (1) o *status quo* do da área no que concerne aos estudos sobre cultura e produção cultural e (2) com a compreensão do empreendedor como um “homem” dos negócios, atrelado tão somente à dimensão “*business*” do empreendimento (PAIVA JR, ALMEIDA, GUERRA, 2008).

O cenário caótico que circunda a produção cultural coloca em relevo a necessidade de rompimento com noções preestabelecidas de certa autonomia entre a cultura, a economia, a política e as instâncias ideológicas (ESCOSTEGUY, 2006). Como forma de ilustrar a imbricação entre essas esferas, Eagleton (2005, p. 18) afirma que “são os interesses políticos que, geralmente, governam os culturais e, ao fazer isso, definem uma versão particular de humanidade”. Essas versões particulares de humanidade se multiplicaram a ponto de minimizar os reais efeitos da globalização econômica e cultural.

Frente ao desafio de contextualizar a ação de atores sociais diversos engajados na transformação social por meio da produção de bens culturais em um contexto “fora do eixo”, destacamos que uma pesquisa pautada no entendimento de *cultura* como local de luta(s) deve focar o exercício da crítica. Retomar as discussões sobre a influência da lógica do sistema capitalista sobre a produção cultural implica assumirmos algumas premissas orientadoras para esta pesquisa. Na contemporaneidade, o próprio capitalismo emerge como pano de fundo da nossa realidade conforme a interpretação de Žižek (2006). Uma das consequências dessa construção é o fato de que o próprio sistema atua como incentivador das liberdades individuais e das conquistas dos sujeitos “empreendedores” ao passo que cria diversas armadilhas para proibir ou minar tais conquistas.

O debate sobre o Empreendedorismo no campo da produção cultural destaca o fato de que setores produtivos emergentes (a exemplo do cinema) ocupam um lugar de destaque no mundo contemporâneo, realçando a potencialidade da indústria criativa como um setor estratégico para o desenvolvimento local ainda que tal potencialidade esteja invisibilizada na academia de Administração. A constituição desse setor está pautada na criação de valor econômico e simbólico na arena da cultura e em novas formas de trabalho e aprendizado associados a trajetórias empreendedoras individuais que lidam constantemente com o risco e o imperativo do estabelecimento de relações de confiança. O contexto no qual esses empreendedores culturais estão situados é marcado ainda pela necessidade de uma postura reflexiva relacionada com o desenvolvimento de novas racionalidades subjetivas (BANKS et al., 2000).

Buscamos, então, descortinar novas formas de articulação e mobilização social no campo da produção cultural de modo a avançar (mesmo que pouco) na compreensão do Empreendedorismo como um fenômeno que não deve ser considerado apenas na sua condenação à gramática neoliberal (autoemprego, “dono do próprio negócio”), mas também como uma possibilidade de emancipação, transformação social e ação coletiva (PAIVA JR.; ALMEIDA; GUERRA, 2008).

A perspectiva crítica do Empreendedorismo nos reaproxima do entendimento apresentado pelos estudos culturais de a cultura ser um “local” de luta e resistência, ou seja, o empreendedor que atua na produção cultural seria aquele que considera aspectos relacionados à estrutura social, extrapolando os limites de uma prática estritamente econômica. O presente estudo visa contribuir (e aprofundar) com uma perspectiva que aborda a produção cultural sob o enfoque dos estudos culturais como uma âncora epistemológica e do Empreendedorismo como uma possibilidade teórico-empírica (GUERRA; PAIVA JR., 2009a). Por sua vez, em relação ao debate sobre cultura nas

teorias organizacionais, tentamos romper com a continuidade do entendimento acerca da produção cultural no campo da Administração sob a égide dos campos organizacionais (VIEIRA; CARVALHO, 2003).

A discussão apresentada até o momento busca ilustrar a necessidade de reavaliarmos qual o efetivo lugar (transitório) dos atores sociais no tocante à produção de bens simbólicos no interior de um “mundo transnacional tipificado pela circulação global de imagens e sons, bens e pessoas [...]” (STAM, 1996, p. 200). Nesse contexto, o mercado passa a ser uma arena informacional e cultural, onde “virtudes eminentemente simbólicas” (SCHWARTZ, 2001) são buscadas a fim de se garantirem maiores taxas de retorno e grandes escalas de produção, ressaltando o aspecto da culturalização da economia.

Esse estudo propõe o entendimento da produção cultural na contemporaneidade a partir de uma lente que enquadre a leitura e o entendimento de contradições e superações no campo da prática. Frente a esse desafio, os estudos culturais podem ser considerados como campo teórico aberto e versátil que permite interpretações críticas acerca do objeto, a ponto de contribuir para a construção de um conhecimento fértil. Esse campo está permeado pela imbricação da teoria com a política, ilustrada pela interface entre as formas de produção cultural e as mercadorias capitalistas (HALL, 2008; JOHNSON, 2004). Sua versatilidade, como destacado por Nelson, Treichler e Grossberg (2002), reside no potencial de atravessar interesses sociais e políticos e ir ao encontro das lutas no interior da cena atual.

O recorte teórico dos circuitos da cultura encontrados na tradição dos estudos culturais contribuiu para a elaboração de protocolo teórico-metodológico do presente estudo. Os modelos desenvolvidos por Johnson (2004), Hall (2008) e Du Gay et al. (1997) apresentam os “momentos” nos quais os bens culturais circulam entre a produção e o seu consumo. Os autores indicam que tal circulação envolve a elaboração de discursos que

permeiam os produtos culturais em análise. Tais discursos formam o que podemos chamar de dimensões discursivas que sustentam e articulam a circulação dessas formas culturais na sociedade. Nesse sentido, o aporte da teoria dos circuitos da cultura também influencia a elaboração dos procedimentos metodológicos para se acessar o campo de investigação, conforme pode ser observado na seção 2.2.

Nossa investigação contempla a abordagem dos estudos culturais para o entendimento da prática do audiovisual como um setor estratégico da política nacional carente de investigações sobre sua dinâmica interna de produção no campo da Administração. Além desse esforço, buscamos (re)discutir o papel da produção cultural na sociedade contemporânea e contribuir para a construção de um arcabouço teórico que demarque as principais dimensões do Empreendedorismo na produção cultural. Para tanto, elencamos o setor do audiovisual em Pernambuco como caso de estudo e ressaltamos que a produção cinematográfica no Estado faz parte do Arranjo Produtivo Local (APL) da Indústria Criativa, tendo Recife como cidade pólo. De acordo com a Chamada Pública MCT/Sebrae/Finep/Ação Transversal – Cooperação ICTs – MPEs – 07/2006<sup>1</sup>, uma das atividades do APL é o audiovisual, passível de receber verba de órgãos do Governo Federal para a realização de práticas e processos inovadores<sup>2</sup>.

De forma breve, o histórico da produção de cinema em Pernambuco possui três ciclos, iniciados durante o século passado: o *Ciclo do Recife* (entre 1923 e 1931), o *ciclo do Super-8* (durante a década de 1970 até o início dos anos 1980) e o *Árido Movie* (desde 1996) (CARVALHO, 2006; FIGUEIRÔA, 2000). Este último ciclo alcançou o

---

<sup>1</sup> O texto completo do edital, assim como o seu resultado, está disponível no sítio: [http://www.finep.gov.br/fundos\\_setoriais/acao\\_transversal/editais/CHAMADA%20PÚBLICA%20SEBRAE%202006%20versão%20final.pdf](http://www.finep.gov.br/fundos_setoriais/acao_transversal/editais/CHAMADA%20PÚBLICA%20SEBRAE%202006%20versão%20final.pdf). Acesso em: 17 de outubro de 2007.

<sup>2</sup> No Brasil, apenas o Recife, Salvador e o Rio de Janeiro possuem o APL da Indústria Criativa reconhecido pelo Sebrae Nacional. A Chamada Pública Finep Sebrae / 2006 - 21/08/2006 classifica como atividades da Indústria Criativa a Música, as Artes Cênicas, as Artes Plásticas, as Artes Gráficas, o Audiovisual e o Carnaval. Fonte: “ANEXO - APLs selecionados para Chamada Pública FINEP-SEBRAE/2006 - 21/08/2006”, disponível no sítio:

reconhecimento internacional, a considerar o mérito de aquisição de prêmios em festivais nacionais e internacionais.

A produção contemporânea de filmes pernambucanos de longa-metragem tem como marco zero o filme *Baile Perfumado* (Lírio Ferreira e Paulo Caldas, 1996). As cenas do filme que mostram o Sertão são permeadas pela música manguebeat e se revelam como o início de um cinema que buscará inspiração em histórias pessoais para contar seus enredos, principalmente aquelas que se passam em lugares pouco observados, visitados ou então evitados, assim como a “caótica urbanidade de onde brotou” (FIGUEIRÔA, 2006).

O ciclo do *Árido Movie* alcançou o reconhecimento internacional, a considerar o mérito de aquisição dos prêmios: o *Tiger Awards* de melhor filme no Festival de Roterdã de 2007 para *Baixio das Bestas*, de Cláudio Assis; o *Prêmio da Educação Nacional*, do ministério da educação do governo francês, concedido a *Cinema, Aspirinas e Urubus*, de Marcelo Gomes, durante o festival de Cannes de 2005; e o *Regard Neuf* da Quinzena dos Realizadores do Festival de Cannes de 2008, conferido ao cineasta Tião pelo curta-metragem *Muro*.

Os filmes citados no parágrafo anterior são obras realizadas por duas produtoras de êxito no mercado local, a REC Produtores Associados e a Trincheira Filmes. Seus filmes circulam em festivais nacionais e internacionais, possuem boa recepção por parte da crítica especializada e faz parte de listas que congregam os melhores filmes do Brasil, a exemplo do filme *Viajo porque preciso, volto porque te amo* (direção de Marcelo Gomes e Karim Aïnouz), produzido pela REC e eleito um dos dez melhores filmes da década (2001–2010) pela revista *Bravo* (edição de dezembro de 2010). Como forma de acessar o universo dos produtores locais, entrevistamos os produtores João Vieira Júnior e

Leonardo Lacca (REC e Trincheira respectivamente) à luz do protocolo teórico-metodológico que guia este estudo.

Um dos pontos de destaque no cenário da produção contemporânea de filmes em Pernambuco é que a intervenção direta do governo do Estado na produção cinematográfica atual dinamizou a produção de filmes concebidos como produtos culturais, dotados de significações representativas de um contexto sócio-histórico multifacetado. Essas produções fazem parte de um mercado de construção social, no qual o Estado é responsável pela estruturação e configuração do setor, como aponta Carvalho (2006). Tal intervenção pública garantiu recentemente o fortalecimento de instituições representativas do setor do audiovisual, além da formulação de novas políticas públicas e leis de incentivos direcionadas para a indústria criativa (GUERRA; PAIVA JR., 2009b).

Frente ao histórico da produção de filmes em Pernambuco e no Brasil, vemos que essa possibilidade de criação de uma arte autêntica sofreu inúmeras dificuldades no seu início. A inovação que deveria ser gerada para possibilitar a produção cinematográfica brasileira esbarrou com o subdesenvolvimento econômico e estrutural presente em diversos países latino-americanos. Nos últimos anos, o Estado brasileiro deu início a uma política pública capaz de ampliar a produção cinematográfica, ressaltando sua importância social, política e econômica<sup>3</sup>. O cinema nacional passou a ser representativo de uma estratégia para a conformação da identidade cultural do Brasil, sendo considerado como uma atividade industrial a ser regulamentada pelo Estado (FORNAZARI, 2006).

Uma vez que o Estado criou planos estratégicos para valorizar a cultura nacional por meio da indústria do audiovisual, entendemos que o setor contribui para a defesa da identidade nacional num cenário no qual produções artísticas locais estão inseridas em uma rede baseada num sistema de padronização global de bens simbólicos. Diante dessa

---

<sup>3</sup> Um quadro mais amplo sobre as políticas públicas voltadas ao cinema no Brasil pode ser visto no estudo de Guerra e Paiva Jr. (2009b).

situação, emerge o compromisso acadêmico e social para a compreensão da atividade cinematográfica local, problematizando suas carências e organizando esforços para a consolidação do cinema como atividade produtiva dotada de importância sócio-histórica e econômica. Indicamos que o cinema brasileiro integra uma cultura que convive com a questão da *diferença* cultural (PRYSTHON, 2002). A (re)significação da(s) identidade(s) (a diferença nacional) sem se esquivar da globalização (econômica e cultural) e das novas formatações que o capitalismo midiático adquire possibilita o desenvolvimento de ações sociais (incluindo a produção e o consumo) que transformam as barreiras do subdesenvolvimento em instrumentos para um agir crítico e libertador.

A partir dessa exposição, elaboramos uma questão de pesquisa que nos auxiliará na realização do presente estudo: **Como se caracterizam as dimensões discursivas que demarcam o Empreendedorismo cultural no campo do audiovisual?** Como forma de auxiliar a construção do estudo, definimos duas perguntas secundárias que complementam nosso questionamento principal: Quais as dimensões discursivas relativas ao fenômeno empreendedor na produção cultural? Quais as práticas discursivas emergentes na produção de cinema em Pernambuco?

## 2 O Empreendedorismo na Produção Cultural

---

### 2.1 Uma Perspectiva Crítica do Empreendedorismo

Diante das mudanças estruturais que alteraram os rumos da economia nas últimas décadas do século passado, não fica difícil perceber por que o Empreendedorismo desperta o interesse tanto dos órgãos públicos como da iniciativa privada e da academia. Especificamente no meio científico, a busca por uma definição do termo *empreendedorismo* e da ação do empreendedor tem sido problemáticos em termos de teorização (OGBOR, 2000; PAIVA JR., 2004, JULIEN, 2010).

O Empreendedorismo desembarca no Brasil contemporâneo com uma roupagem pautada por características tipicamente norte-americanas. O tipo ideal do empreendedor passa a ser constituído com base num padrão machista e atomizado, pautado num arcabouço etnocêntrico. A visão estritamente *business* comumente associada ao Empreendedorismo deixa de lado a potencialidade que este possui de contribuir para o *desenvolvimento local* ou para a *emancipação de grupos sociais periféricos* (OGBOR, 2000; PAIVA JR.; ALMEIDA; GUERRA, 2008).

Nesse sentido, a construção de um “outro” Empreendedorismo demanda um conhecimento plural e multidisciplinar, centrado em uma *postura crítica e contextualizada* (ALMEIDA; GUERRA; OLIVEIRA, 2008) e pelo entendimento do *empreendedor como sujeito capaz de intervir nas estruturas da sociedade* (MELLO; CORDEIRO; TEIXEIRA, 2006). Essa perspectiva crítica nos (re)aproxima do entendimento da cultura como um “local” de luta e resistência, ou seja, o empreendedor que atua na produção cultural seria aquele que considera aspectos relacionados à estrutura social, extrapolando os limites de uma prática estritamente econômica ( HALL, 2008; JOHSON, 2004).

Uma definição possível para o Empreendedorismo cultural é encontrada no estudo

de Banks et al. (2000). Para os autores, esse empreendedor é caracterizado como aquele “*directly involved in the production of cultural goods and services: products whose principal value is symbolic, derived from their function as carriers of meaning — in images, symbols, signs and sounds*” (diretamente relacionado com a produção de bens e serviços culturais: produtos cujo principal valor é simbólico, derivado da sua função como portadores de significados — em imagens, símbolos, sinais e sons) (Ibid, p. 453, tradução nossa). Essa definição nos auxilia na construção do arcabouço teórico do estudo, na medida em que traz consigo a aproximação da gramática do Empreendedorismo com conceitos advindos do campo da cultura, como *símbolos* e *signos*. Além dos aspectos já citados, o Empreendedorismo cultural é também caracterizado por: inovação, flexibilidade, orientação para ideias e união do local com o global (BANKS et al., 2000).

A partir dessa definição, compreendemos que o Empreendedorismo cultural está diretamente relacionado com a economia informacional pós-industrial pautada pelo risco e por redes sociais asseguradas pela confiança mútua entre seus membros, demarcando o cenário da produção pós-fordista que marca o cotidiano na contemporaneidade (JULIEN, 2010; CASTELLS, 2007). Nesse sentido, a ação de empreender é compreendida como unidade de reprodução social, articulando alternativas em prol de novas formas de comunidade (BANKS et al., 2000).

A intervenção do empreendedor no ambiente de trabalho tem reflexos em outros grupos sociais com os quais se relaciona fora do empreendimento, reforçando a característica multidimensional do ato de empreender. Nesse sentido, é importante perceber que a noção acerca do empreendedor não deve estar orientada apenas por características individuais, uma vez que sua constituição se alicerça nas relações que ele mantém com o *outro* (PAIVA JR.; ALMEIDA; GUERRA; 2008). Nesse sentido, o indivíduo é compreendido como unidade de reprodução social, articulando alternativas em prol de

novas formas de comunidade e associação pautadas por uma solidariedade social (BANKS et al., 2000).

Nesse cenário de permanente transformação, a ação empreendedora está relacionada com um perfil reflexivo de atuação do empreendedor dotado de competências, hábil observador tanto das oportunidades do ambiente externo, quanto do ambiente interno da organização, como indica o estudo de Paiva Jr. et al. (2006). Essa competência conceitual faz com que os empreendedores reconheçam e driblem etapas convencionais da tomada de decisão e desenvolvam ações velozes e intuitivas e sejam capazes de perceber situações por ângulos diferentes e de forma positiva, de modo a gerar alternativas inovadoras. A mudança de compreensão acerca do empreendedor nos leva ao entendimento de sua ação sob o prisma dialógico em que sua tarefa se viabiliza por meio da relação com sua rede social e pela preocupação com o ambiente externo à organização, ou à unidade empreendedora (BRUYAT; JULIEN, 2001).

No caso dos empreendedores culturais, estes demonstram um novo tipo de relações entre pares que enxergam oportunidades e possibilidades em meio ao risco, à individualização e à pluralidade que marcam o cenário contemporâneo. Tal cenário é também marcado pela emergência de novas formas de trabalho e aprendizagem associados a um perfil mais reflexivo. Os empreendimentos desenvolvidos por esses empreendedores no campo da cultura estão inseridos em *milieux* (cf. JULIEN, 2010), redes e *clusters*, imersos na troca de conhecimentos e experiência. Eles exibem formas distintas de motivação, organização e relações de trabalho guiadas e constituídas por formas características de gestão do risco e de desenvolvimento de confiança, processos centrais na transformação social da modernidade tardia (BANKS et al., 2000).

Um desafio que permeia a ação do empreendedor na sua dimensão de produtor simbólico reside no imbricamento das estruturas que compõem a sociedade, as quais

passam a ser vistas como totalidades complexas, e não como estruturas autodeterminadas, conforme ilustrado por Escosteguy (2006). Nesse contexto, uma dificuldade enfrentada pela produção cultural periférica consiste na interferência dos produtos culturais hegemônicos (no cinema, o papel central dos filmes norte-americanos) centrados no protagonismo de um número pequeno de corporações multinacionais que polarizam a industrialização e comercialização de produtos e serviços de informação e entretenimento (MORAES, 2005).

O mercado transnacional, por sua vez baseado nas redes informacionais, permite uma gama de possibilidades de transformação e situações articuladas que enseja a presença de focos de resistência à dominação ideológica contida na mundialização da indústria cultural. Segundo Barbero (2005), essa influência está enraizada nas práticas cotidianas, constituindo-se um fenômeno social diferenciado da globalização econômica. São exemplos dessas possibilidades, a ação em rede, a utilização de redes sociais virtuais e a parceria com instituições representativas do setor.

O cenário atual hipercompetitivo que marca o capitalismo informacional demanda novas estratégias e novas formas organizacionais orientadas para transformações permanentes e inovações contínuas por meio da experimentação. A utilização de ferramentas inovadoras e a criação e o desenvolvimento de novos padrões tecnológicos assimilados como elementos primordiais para o desenvolvimento da economia mundial estão relacionados com setores industriais clássicos e com aqueles ligados à indústria criativa (CHANAL, 2004). Compreendemos a tecnologia e seu desenvolvimento como elementos da vida e como uma forma de poder no seio de uma economia informacional, eminentemente simbólica.

A difusão de ferramentas tecnológicas e as crescentes facilidades de crédito para sua aquisição possibilitaram que a “margem” excluída do processo hegemônico de

produção cultural se apropriasse de seus códigos e das dinâmicas empregadas no seu processo produtivo. O desenvolvimento tecnológico e/ou sua utilização e apropriação por grupos até então marginalizados pela grande rede, nos termos de Castells (2007), possibilitou a vinculação de agentes sociais em torno de suas identidades e de uma contextualização sócio-histórica de sua condição como ativador da mudança social apoiada pelo uso inclusivo da tecnologia.

Esse cenário se insere num entendimento da (re)apropriação das ferramentas tecnológicas como um movimento dialético, conforme indicado por Hagedoorn (1989). Esse movimento apropria-se do conceito da *diferença* não como sintoma apenas de subdesenvolvimento, mas como um marco para uso da tecnologia agora pautado numa outra realidade e com propósitos constituídos a partir do levantamento das carências e demandas não mais do mercado, senão da sociedade e de grupos minoritários que passaram a ter voz e a serem reconhecidos como participantes do processo de desenvolvimento social.

A assimilação das inovações tecnológicas, visando a entrada de profissionais, até então colocados à margem, no circuito da produção cultural por uma via inclusiva constitui uma tecnologia social que poderá reverter o quadro agravante das consequências do capitalismo (HAGEDOORN, 1989). Nesse sentido, a produção cultural contextualizada no setor do audiovisual em Pernambuco demarca a busca de uma possível agência empreendedora, ressaltando os aspectos de uma produção pautada no

[...] processo de (re)apropriação de tecnologias utilizadas no ato de produzir filmes (que) possibilita a inserção de grupos profissionais periféricos no contexto da produção cultural e favorece a (re)construção contínua de identidades com suporte da cooperação. Esse fenômeno dá margem ao entendimento de novas tecnologias de gestão, oriundas de práticas inovadoras vigentes na indústria criativa (PAIVA JR.; GUERRA; ALMEIDA, 2008, p. 14).

Jameson (2004) mostra que essas práticas culturais constituem novas estratégias de representação, assim como uma nova práxis que caminha para estabelecer uma gama de

possibilidades artísticas inovadoras. Sobre esse aspecto, destacamos a existência de uma correspondência entre o produto cultural e a subjetividade de quem o faz, uma vez que a relação entre o “eu”, o produto e o mercado (*self, product and market*) (BANKS et al., 2000) torna-se o eixo de reflexão central do empreendedor cultural. Esse posicionamento parece-nos uma reflexão útil para o reforço da necessidade de revermos a ação do empreendedor na sociedade, uma vez que são as próprias estruturas sociais que demandam o agir em rede, coletivo e reflexivo. Um desafio resultante dessa visão de mundo é como podemos acessar os modos e significados pelos quais os empreendedores negociam um senso de segurança ontológica, sinalizando as escolhas que eles fazem na tentativa de articular um conjunto de futuros alternativos para eles mesmos e para a região na qual estão inseridos articuladas com um debate mais amplo sobre risco e o reconhecimento da(s) estrutura(s) social(is) (BANKS et al., 2000).

## **2.2 O Momento da Produção Cultural**

Como forma de ilustrar o imbricamento entre as formas de produção cultural e as mercadorias capitalistas, buscamos articular diferentes concepções teóricas sobre o momento da produção cultural. Dessa forma, entendemos que o circuito da cultura no qual o momento da produção está inserido é ao mesmo tempo um circuito da capital e de circulação de formas subjetivas. Nesse contexto, os produtos culturais (formas de representação da subjetividade de um grupo de realizadores) tornam-se “uma mercadoria que carrega uma acumulação particularmente rica de significados” (JOHNSON, 2004, p. 36).

A abordagem do “circuito da produção e circulação de formas subjetivas” serve para a compreensão de que a relação produção-distribuição-consumo está mutuamente imbricada. No entanto, cada uma dessas dimensões mantém características distintas que

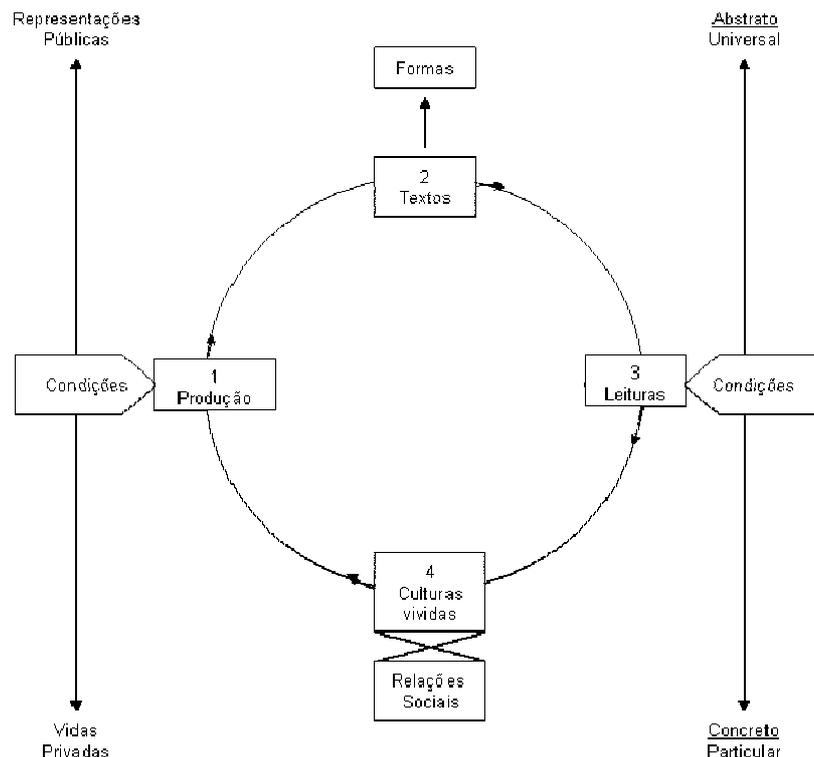
são responsáveis por mudanças nas formas produzidas/consumidas. Ressaltamos que a produção cultural também é permeada por lógicas do poder (BENNETT, 1999 *apud* NELSON; TREICHLER; GROSSBERG, 2002) que demarcam a aproximação das formas culturais com forças históricas e nos posicionam diante do esforço de entender a cultura e suas representações sob um espectro mais amplo, conforme proposto por Williams (2000). Esse entendimento nos remonta ao trabalho de análise das formas de viver, pensar e sentir de um grupo social como representações da cultura (MATTELART; NEVEU, 2006).

É fato que, num esforço analítico pautado pela compreensão do circuito da cultura, não podemos analisar nem ao menos “ver” o que ocorre em cada aspecto da relação simbólica produção-distribuição-consumo. Cada momento do circuito possui uma especificidade que, por sua vez, demanda um tratamento metodológico próprio ou, ao menos, mais próximo de se apreender as relações sociais presentes no circuito. Esse tratamento metodológico leva em consideração a necessidade de se compreenderem as condições específicas da produção das formas culturais na tentativa de captar sua dinâmica interna, relacionada a dimensões como poder, identidade, política e economia.

A produção cultural diz respeito ao momento no qual significados são criados e compartilhados por determinado grupo por intermédio da utilização de códigos profissionais (HALL, 2008) e em meio a uma “cultura” específica pautada por novos formatos de organização que se contrapõem a modelos mais racionalistas, como o fordismo e o taylorismo (DU GAY et al., 1997). As relações de produção nesse campo estão ancoradas no desenvolvimento de redes sociais, na atuação conjunta, na troca de experiências entre atores e em formas de aprendizagem reflexivas e contextualizadas (RAFFO et al., 2000a). Sobre esse aspecto, o Empreendedorismo cultural está relacionado com a criação de um ambiente dialógico e discursivo, marcado pela crescente interação e ampliação dos capitais social e cultural (RAFFO et al., 2000b). Esse cenário é

caracterizado pela construção social de uma realidade que confere ao empreendedor a possibilidade de ampliar sua ação e sua influência no setor (DOWNING, 2005).

Dessa forma, o entendimento tanto das condições capitalistas de produção, como as condições capitalistas de consumo faz com que o circuito da produção e circulação de formas subjetivas também seja um circuito de capital (JOHNSON, 2004). Nesse contexto, o filme (forma de representação da subjetividade de um grupo de realizadores) torna-se “uma mercadoria que carrega uma acumulação particularmente rica de significados” (Ibid, p. 36), caracterizando o imbricamento entre as formas de produção cultural e as mercadorias capitalistas. As dimensões do circuito da cultura estão apresentadas na Figura 1.



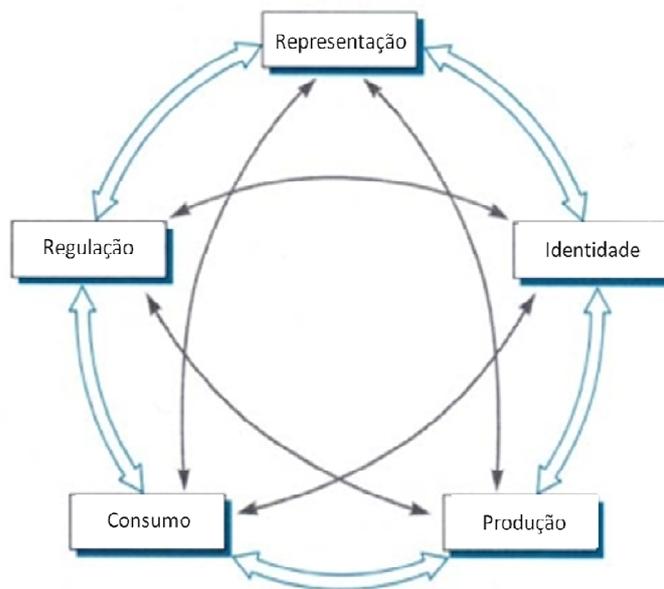
**Figura 1 – O Circuito da Cultura de Johnson**

Fonte: Johnson (2004, p. 35)

O caráter ilustrativo do circuito serve para a compreensão de que cada momento da produção/consumo depende do outro, contudo cada um deles mantém características distintas que são responsáveis por mudanças nas formas produzidas/consumidas. O

entendimento das condições específicas do consumo e da leitura da produção cultural inclui as simetrias de recursos e de poder (materiais e culturais) que repercutem nas relações sociais de modo a influenciar o processo produtivo.

Por sua vez, o circuito de cultura apresentado por Du Gay et al. (1997) mostra que os significados atribuídos aos produtos culturais são resultados transitórios de uma combinação de processos. O modelo teórico adotado pelos autores articula cinco processos culturais distintos — representação, identidade, produção, consumo e regulação —, cuja interação pode levar a resultados variados e contingenciais (Figura 2).



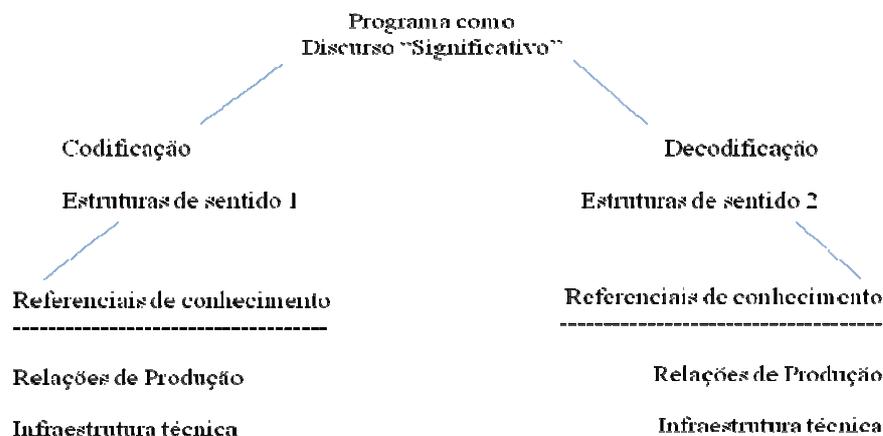
**Figura 2 – O Circuito da Cultura de Du Gay et al**

Fonte: Du Gay et al (1997, p. 03)

Sob a inspiração dessa concepção teórico-metodológica, o significado dos produtos culturais não emana diretamente do artefato, mas da articulação dos cinco momentos do processo, que juntos estabelecem um espaço cultural no qual o significado é posto em circulação: criado, modificado e recriado. Nesse sentido, em vez de privilegiar um fenômeno singular para explicar o significado de determinada ação cultural, o circuito privilegia a combinação de processos distintos. O processo de produção está ancorado na criação de significado por parte dos produtores culturais e está alicerçado em códigos

profissionais e estruturas organizacionais próprias que contribuem para a elaboração de significados culturais como demonstrado por Negus (1997).

Outro modelo sobre a circulação de formas culturais contido na tradição dos estudos culturais é o da Codificação/Decodificação, Figura 3, de Hall (2008). Para o autor, o processo contínuo de (re)significação da cultura está ancorado nas três dimensões que sustentam uma formação social como um todo: a ideológica, a econômica e a política. É no interior da interseção entre essas esferas que as práticas sociais se desenrolam e os significados (as representações do mundo) são elaborados. Uma primeira leitura do texto de Hall pode apresentar uma distorção em relação a como esses significados são elaborados. O autor deixa claro que uma limitação do seu texto pode ser uma compreensão equivocada no que concerne a quem produz esses significados; em uma primeira leitura, pode parecer que são as instituições que assumem essa responsabilidade. No entanto, o autor desloca essa interpretação e coloca que “cada significado é um ato total de produção” (Ibid, p. 342), ou seja, o momento de decodificação, no qual o sujeito leitor (o espectador) constrói um significado sobre e a partir da mensagem, é também um momento de produção de sentido.



**Figura 3 – O modelo Codificação/Decodificação de Hall**

Fonte: Hall (2008, p. 369)

Entender o processo de articulação entre os momentos da produção e do consumo expande a contribuição do circuito de cultura elaborado por Johnson (2004) a partir do circuito de produção marxista. O circuito de cultura não é traído pelo fetichismo no momento da produção, ele impõe uma compreensão circular sobre os momentos da produção e do consumo, destacando sua inter-relação, mas expondo o fato de que cada um possui condições próprias. Hall (2008, p. 349) exemplifica a sobreposição desses momentos ao dizer que “você não pode fugir do fato de que dizer algo significa desmontar uma configuração de sentido existente e começar a esboçar uma nova”, retomamos com essa assertiva à contínua (re)construção de significados presentes na arena da cultura.

A partir dos estudos de Johnson (2004), Hall (2008), Du Gay et al. (1997) e Negus (1997), elaboramos o seguinte arcabouço teórico-metodológico (Quadro 1). Ele contempla as dimensões da ação empreendedora no campo da produção cultural pautadas nas contribuições dos autores no que concerne o momento da produção cultural:

**Quadro 1- Dimensões da Ação Empreendedora na Produção Cultural**

	<b>Dimensões</b>	<b>Categorias</b>	<b>Definições</b>
<b>Ação Empreendedora na Produção Cultural</b>	Pública	Representações sociais	Componentes abstratos de amplo alcance que permeiam as estruturas sociais.
		Formatos de organização	Formas pelas quais os grupos se organizam e articulam os capitais que compõem as forças e condições de produção.
		Estruturas institucionais	Quadro das instituições responsáveis pela estruturação do setor.
		Infraestrutura técnica	Condições materiais relacionadas com a produção dos artefatos culturais.
	Privada	Estruturas de sentido	Aspectos subjetivos, socioculturais e políticos responsáveis pela construção de significados comuns por meio dos quais os atores se articulam.
		Trajetórias individuais	Aspectos da subjetividade dos produtores relacionados com a dimensão privada de suas vidas.
		Transformação de idéias em “produtos”	Elaboração de produtos (um conjunto de textos) objetivos e públicos.

Fonte: Elaboração própria (2010)

As dimensões “pública” e “privada” estão relacionadas com ação do empreendedor no setor no qual atua e com a constituição de sua identidade respectivamente. Seguindo a orientação de Johnson (2004), essas dimensões correspondem ao fato de que a produção cultural está permeada por aspectos tanto objetivos e concretos da realidade social, como por características subjetivas de seus produtores. Por sua vez, Hall (2008) alerta para o fato de que esse tipo de produção é constituído dentro de um referencial de sentidos e ideias, ou seja, imerso em um aparato ideológico que permeia a ação do empreendedor. Nesse sentido, é necessário investigar tais ações no cotidiano dos produtores por meio de um esforço analítico que consiga acessar as estruturas que sustentam o referencial de sentidos compartilhado pelo grupo no qual o empreendedor cultural atua. Sendo assim, buscamos a análise do discurso como procedimento de análise a fim de mantermos uma coerência entre as escolhas teóricas e os objetivos desse estudo.

As categorias compreendidas em cada dimensão estão relacionadas à necessidade de compreendermos a produção cultural por meio de um arcabouço conceitual que contemple essa produção não em termos industriais ou puramente mercantis, reduzindo a cultura a uma dimensão instrumentalizada da vida social. A elaboração de tais construtos serve para ressaltar o aspecto de que a produção cultural envolve a criação de estruturas de sentido para as pessoas que são discerníveis à medida que podem ser interpretadas e experienciadas. Sendo assim, as categorias elaboradas servem para compreender o contexto constitutivo (*constitutive context*) que serve como fonte para os significados que são gerados durante a produção de um bem simbólico (NEGUS, 1997).

Entender a ação do empreendedor cultural sob a marcação dos estudos culturais expande a contribuição do circuito de cultura elaborado por Johnson (2004) a partir do circuito de produção marxista. O circuito de cultura não é traído pelo fetichismo no momento da produção, ele impõe uma compreensão circular sobre os momentos da

produção e do consumo, destacando sua inter-relação, mas expondo o fato de que cada um possui condições próprias.

A compreensão da *articulação* entre os momentos de produção, da circulação e do consumo de filmes esboça as dimensões comuns e aquelas próprias a cada momento. Dessa forma, a distinção entre esses momentos é analítica. Seguimos a orientação de Hall (2008) para compreender que o momento da “codificação” (“produção” no modelo de autor) é relacionado com a decodificação (consumo) e que ambos são práticas distintas, mas relacionadas, sendo dois momentos isolados apenas analiticamente. Nesse sentido, “é sempre a produção e o consumo em relação. Você tem que saber, analiticamente, por que o consumo e a produção são diferentes, a fim de falar sobre como eles se articulam. Você tem de reconhecer a diferença em cada ponto” (Idem, p. 339). Focamos o momento da produção a fim de aprofundar (sem esgotar) a compreensão dessa prática destacando a necessidade de (re)pensarmos o papel do produtor cultural como um articulador exercendo uma agência empreendedora.

Durante o movimento de análise das entrevistas realizadas, voltamos constantemente ao quadro teórico elaborado anteriormente à vivência com os entrevistados e alteramos a sua composição. Algumas categorias foram adaptadas e/ou aglutinadas no âmbito de uma nova categoria, evitando, assim, a duplicidade de conceitos na composição do Quadro 1. A composição de tal quadro deu-se por meio de um processo de diálogo com os achados em campo. O detalhamento sobre o processo de coleta e análise dos dados está no *Apêndice A – Questões de Método*, no qual expomos os detalhes desse processo.

A elaboração do protocolo teórico-metodológico destaca a circulação de formas discursivas como “produtos”. É a apreensão desses discursos que completa o circuito e fecha o ciclo entre a produção e o consumo. Destacamos que o processo de produção é constituído dentro de um “referencial de sentidos e ideias” próprio (HALL, 2008, p. 367).

A circulação de formas discursivas como um filme constitui um conjunto de práticas sociais dotadas de sentido em meio a um sistema de comunicação constituído por aparatos, relações e práticas simbólicas que constroem uma forma de linguagem específica.

O marco teórico circuito da cultura contribui como uma âncora para compreendermos a cultura sob uma perspectiva integradora das múltiplas faces que constituem a dimensão cultural na vida social. Por sua vez, a contribuição da perspectiva crítica do Empreendedorismo demarca nossa orientação na busca de um sujeito consciente da sua ação social que visa à integração entre produção e desenvolvimento, sob a égide de uma conexão entre homem e espaço, sujeito e contexto sócio-histórico.

### 3 O Contexto da Produção de Cinema em Pernambuco

---

O ato de falar sobre o cinema produzido em Pernambuco é um desafio que nos coloca frente a um conjunto de obras que, apesar de ter o Estado como pano de fundo, levam-nos a direções diversas quanto à estética e aos estilos de produção. Essas obras também são classificadas como parte da produção independente realizada longe da afluência de recursos das produtoras e distribuidoras localizadas no eixo Rio-São Paulo e, em muitos casos, mantidas (controladas) pelo capital internacional.

De modo semelhante, à história do cinema brasileiro, Pernambuco conhece ciclos de produção cinematográfica que colocaram o Estado como um dos mais importantes pólos produtores seja nos anos vinte, durante o “Ciclo do Recife”, ou com os filmes em “super 8” na década de oitenta (GOMES, 1996; CARVALHO, 2006; FIGUEIRÔA, 2000). Durante a fase do “Ciclo do Recife”, começou a surgir um grande número de salas de cinema na cidade, nas quais existia um ritual de ir ao cinema marcado pela presença de bandas tocando ao vivo as canções que acompanhavam os filmes mudos e a mobilização de diversas formas de propaganda para anunciar os lançamentos.

A audiência dessa produção se orgulhava de assistir os filmes produzidos na própria “terra”, a pesar das precárias condições técnicas e econômicas da época. O contexto desse ciclo se alinha ao estilo da produção internacional, tanto que Recife passa a ter o status da *Hollywood* nordestina. O Ciclo do Recife encerra suas atividades devido à falta de distribuição adequada na capital pernambucana, à chegada dos filmes sonoros e à ausência de incentivos e financiamentos públicos. A produção dos anos setenta obteve grande êxito nos festivais de curtas-metragens que foram criados em todo o país, no entanto a recepção

desses filmes ficou restrita a espaços pequenos e de acesso limitado a uma parcela da população que nutria um interesse especial pelo cinema local, o que acarretou um distanciamento da produção local do grande público.

Nos anos noventa, a volta de Pernambuco às telas do cinema tem relação com o movimento *Manguebeat* que, em meados dessa década, [re]conecta a produção artística pernambucana ao meios de comunicação de massa. A produção contemporânea de filmes pernambucanos de longa-metragem tem como marco zero o filme “Baile Perfumado” (Lírio Ferreira e Paulo Caldas, 1996), que narra a história de um fotógrafo libanês que percorreu o sertão do Estado e passou a registrar o bando de cangaceiros de Lampião. As cenas que mostram o Sertão são permeadas pela música *manguebeat* e se revelam como o início de um cinema que busca inspiração em histórias pessoais para contar seus enredos, principalmente àquelas que se passam em lugares pouco observados, visitados ou então evitados, assim como a “caótica urbanidade de onde brotou” (FIGUEIRÔA, 2006).

Como todos os ciclos regionais brasileiros, o movimento atual (a estética do árido iniciada em 1996 ainda está em construção e expansão), assim, ele é formado por um grupo que divide a paixão pelo cinema nacional e criou filmes que possuíam reflexos da identidade nacional. A maioria desses ciclos, embora de forma não intencional, colabora com a construção dessa identidade *brasilis* (MORAIS, 2005).

O Árido Movie traz consigo uma “idéia de cooperativa cultural” derivada do *manguebeat* musical (FONSECA, 2006), o esforço coletivo de produzir filmes marcado pela “brodagem” (GUERRA; PAIVA JR., 2010). Para fins de historiografia do cinema pernambucano, alguns estudos já apresentam a noção de um movimento pós-árido (SALDANHA, 2009), desencadeado pela ampliação do número de realizadores e pelo aumento da produção de curtas-metragem. O Árido Movie seria, então, um grupo de realizadores atuando em conjunto num dado momento histórico influenciado por um

contexto sócio-cultural e por meio de redes de cooperação como indica Nogueira (2009).

Em oposição aos prêmios de destaque e às críticas, esses filmes ainda encontram dificuldades para se inserirem nos circuitos comerciais de exibição. Seja pela falta de empresas distribuidoras que não vêem potencial de consumo nessas produções tidas como periféricas ou pelos cinemas *multiplex* já congestionados por títulos que geram renda para conglomerados transnacionais que controlam boa parte das salas de cinema no Brasil (GATTI, 2007). Como forma de verificarmos a concentração geográfica/econômica das salas de cinema em Recife e a presença das multinacionais do ramo de exibição, podemos analisar os dados contidos na Quadro 2, que elenca as salas de cinema em atividade na Região Metropolitana de Recife.

**Quadro 2 – Salas de cinema da região metropolitana de Recife**

<b>Criação</b>	<b>Nome</b>	<b>Lotação</b>	<b>Bairro</b>	<b>Proprietário</b>
1915	Parque	1080	Boa Vista	Prefeitura da Cidade do Recife
1953	São Luis	950	Boa Vista	FUNDARPE/ Governo do Estado
1988	Cinema da Fundação	322	Derby	Fundação Joaquim Nabuco
1998	Multiplex Recife	2078 (10 salas)	Boa Viagem	Grupo Severiano Ribeiro – UCI
1998	Multiplex Tacaruna	1.362 (8 salas)	Santo Amaro <sup>4</sup>	Grupo Severiano Ribeiro – UCI
2000	Apolo	284	Bairro do Recife	Prefeitura da Cidade do Recife
2003	Multiplex Boa Vista	869 (6 salas)	Boa Vista	Grupo Severiano Ribeiro
2004	Box Cinemas	2.492 (12 salas)	Piedade <sup>5</sup>	CINEBOX (origem espanhola)
2004	Cine Rosa e Silva	381 (3 salas)	Aflitos	Grupo Movieplex
2008	Kinoplex Plaza	1.063 (5 salas)	Casa Forte	UCI - Kinoplex

**Fonte:** Adaptado de Carvalho (2006).

OBS: As salas grifadas são mantidas por órgãos públicos.

O problema da distribuição e exibição é um discurso recorrente entre os realizadores, caracterizando o campo discursivo que se constitui em relação à produção local ou nacional de filmes. Esse problema agrava a falta de espaço político e encobre as vozes desses realizadores localizados fora do eixo. Dentre os dez filmes mais vistos no Brasil em 2006, nove foram distribuídos por grandes empresas cinematográficas (*majors*) do mercado internacional (Sony, Buena Vista International, Fox, Warner e UIP). O único filme brasileiro presente na lista também teve sua distribuição realizada por uma empresa

<sup>4</sup> O cinema faz parte de um shopping *center* erguido na divisa entre as cidades de Recife e Olinda.

norte-americana<sup>6</sup> (RECAM, 2007). Num primeiro instante, esse problema parece ser econômico, mas suas implicações são políticas, já que eles impedem o aumento do poder e a representatividade dos cineastas independentes, afastando-os do grande público. Esse cenário retrata a dificuldade de colocação do filme nacional independente, “fora do eixo”, no mercado de exibição controlado pelas grandes empresas multinacionais.

No que tange aos filmes pernambucanos, Figueirôa (2006, p. 4) revela que a união “de elementos que, à primeira vista, não se combinariam gerando repercussão crítica nos que procuram uma expressão artística original” não garante a ampla aceitação desses filmes como um produto cultural. Como artefatos audiovisuais, esses filmes buscam pôr em pauta novos pontos de discussão, colocando-se numa “situação comunicacional que possa abarcar a realização e a recepção — emblemática das habituais discussões em torno de produções de baixo orçamento e de sua inserção no mercado cinematográfico” (Idem).

O *Baile Perfumado*, seus realizadores e alguns filmes produzidos na segunda metade da década de 1990 foram colocados dentro do contexto nacional do Cinema da Retomada. O Brasil vive um pós-Collor que possibilitou o (re)surgimento da cinematografia nacional principalmente pelas leis de incentivo que resultou no aumento da produção de filmes de baixo orçamento. O eco dessas mudanças foi sentido na cidade de Recife em um momento de efervescência cultural, no qual a arte passava a extrair energia da lama da *manguetown*<sup>7</sup> colocando em sintonia estilos e influências internacionais e o sotaque e a visão de mundo locais. A partir desse momento e de modo gradual, a cultura pernambucana passa a representar uma marca de ampla reputação junto ao público.

---

<sup>5</sup> Localizado na cidade de Jaboatão dos Guararapes. O bairro de Piedade é vizinho da zona sul de Recife.

<sup>6</sup> *Se eu fosse você*, dirigido por Daniel Filho (2005), teve sua distribuição realizada pela Fox, além de ter sido produzido pela Globo Filmes. Segundo Gatti (2007, p. 136), “a união do poder de comunicação da TV Globo com a distribuição exercida pelos agentes hegemônicos no mercado” foi o que possibilitou a inserção de suas produções na lógica do mercado audiovisual globalizado.

<sup>7</sup> O termo *manguetown* foi cunhado pelos integrantes do movimento do *MangueBeat* durante a década de 1990. O neologismo indica a noção de uma cidade cosmopolita entrecortada por uma cultura mais tradicional. *Manguetown* denota a mistura da urbanidade e da vida moderna com aspectos relacionados a tradições como o maracatu, o caboclinho e os próprios mangues presentes em boa parte da cidade.

Dessa forma, Azulay (2007) menciona que a produção cinematográfica nacional deve ser considerada um setor economicamente produtivo e rentável, além de estratégico do ponto de vista da manutenção de uma identidade nacional. Muitas vezes, os filmes pernambucanos são exibidos em festivais e recebem destaque quanto ao mérito artístico da obra, mas depois não encontram espaço para serem exibidos ou têm a sua circulação restrita àquelas salas voltadas para a formação de plateia e para um público “fiel” ao “cinema como forma de pensar”.

Em relação ao papel do Estado na formulação de políticas para o cinema, podemos dizer que ele foi sempre baseado em políticas de governo, e não de Estado; dessa forma, os realizadores nacionais sempre contavam com órgãos de fomento e leis de apoio com vigência máxima atrelada a cada mandato presidencial. O setor cinematográfico foi levado ao colapso da produção após o fechamento da Embrafilme. Sem a presença do Estado como financiador da produção e distribuição e como regulador do mercado, o cinema brasileiro perdeu força e espaço frente ao estabelecimento da lógica norte-americana, fazendo com que a produção nacional chegasse a quase zero.

Após o desmanche da empresa, o governo brasileiro colocou em prática a criação de leis que possibilitaram o desenvolvimento de uma produção local renovada. Podemos situar essa mudança, relacionando-a com a diminuição da intervenção do Estado na economia. Podemos citar a privatização das empresas públicas ou a concessão de serviços essenciais como exemplos dessa mudança. Tais mecanismos de incentivos estavam pautados pela desregulamentação do mercado e pela lógica neoliberal, que posicionaram o Estado como agente que garante certo nível normativo mínimo nos diversos setores da economia, por meio de agências reguladoras independentes, atribuindo o poder de regulamentação à dinâmica do mercado (CASTELLS, 2007; FORNARAZI, 2006). Segundo Reis (2005) a preservação das identidades nacionais e de suas tradições

cinematográficas estaria diretamente relacionada com políticas de reserva de mercado e de renúncia fiscal oriundas dos governos locais.

O modelo atual adotado pelo Estado carece ainda de modificações e ajustes às carências e especificidades do setor. Por ser uma atividade que possui impacto direto na sociedade devido ao seu cunho ideológico, o cinema nacional demanda do Governo um papel proativo na sua consolidação como setor produtivo, colocando-se firmemente contra (ou a salvo) do permanente avanço da indústria de entretenimento norte-americana. Dessa forma, a intervenção do Estado contemplaria a produção cinematográfica como um setor economicamente produtivo e rentável, estratégico do ponto de vista da manutenção da identidade nacional e, por fim, como uma indústria que produz bens que impactam na formação de cidadãos mais conscientes e críticos de sua realidade. Nas palavras de Azulay,

[...] tal postura implica incorporar à filosofia do Estado o conceito de que a cultura cinematográfica, conforme atualmente produzida nas várias vertentes tecnológicas, não é apenas um tipo de conhecimento, mas também uma forma de bem-estar estruturante, individual e coletivamente (AZULAY, 2007, p. 68).

Ao lado das dificuldades de se criarem políticas culturais para o cinema, Schettino (2007) ressalta que a mão de obra brasileira especializada no processo industrial de produção de filmes foi formada à sombra do conhecimento dos profissionais estrangeiros e que aprenderam ou aprimoraram suas técnicas em condições precárias em relação à tecnologia que já era empregada na indústria do cinema norte-americano. O fato de o cinema brasileiro ter se desenvolvido por meio de ciclos e fases acentua a dificuldade de uma formação e de um aprendizado contínuo desse contingente de profissionais. São justamente os profissionais que trabalham com a técnica, maioria dentro da produção de um filme, os responsáveis pelo fazer cinematográfico.

Outra dificuldade encontrada pelo cinema nacional foi a ascensão da televisão como veículo de massa em meados dos anos de 1950. Essa mudança foi responsável pela substituição do imaginário popular dos filmes em tela grande para a telinha que pode ser

assistida sem sair de casa e cujo conteúdo é de fácil assimilação, já que é direcionado à massa (Ibid.). Esse problema repercute na lógica da exibição dos cinemas *multiplex*, que constitui um padrão de exibição em larga escala no qual os aparatos físicos das salas de cinema são mais destacados do que o conteúdo das obras (CARVALHO, 2006). Esse formato de distribuição e exibição repercutiu no mercado exibidor pernambucano, alicerçado nas salas presentes nos *shopping centers*. O resultado dessa inversão de valores em relação ao consumo de filmes implicou na exploração comercial desse tipo de produto. O sistema de produção independente se coloca como uma nova saída para o setor local, a partir do momento em que utiliza a mesma tecnologia empregada nas produções do *mainstream* para realizar obras que discutem identidades mais próximas da realidade local, conforme destaca Figueirôa (2006), e conseguem se inserir no circuito de exibição.

Os assuntos, pessoas e acontecimentos até então fora da pauta de produção comercial de filmes contribuem para uma (re)visão crítica da realidade. Percebe-se, dessa forma, que a identidade enunciativa forte das obras cinematográficas pernambucanas é a busca de um cinema como forma de pensar, atribuindo aos filmes uma necessidade de possuírem um reflexo da realidade, o que vem a contribuir com a manutenção do posicionamento dessas obras em oposição ao cinema massificado comercial.

A negociação de espaços tanto de produção, como de consumo está vinculada à necessidade de as obras circularem na sociedade e encontrarem oportunidades para gerar diálogo com o público. Esse cinema, baseado num discurso que se expande além das entrevistas concedidas e dos filmes produzidos, busca na repercussão junto ao público a existência de um interlocutor que expanda suas críticas, inquietações e reflexões. No entanto, as inovações na linguagem e na temática dos filmes pode ser uma ação de poucos para poucos, uma vez que os espaços de produção e de circulação desses filmes ainda são restritos e subjugados à lógica da circulação do capital.

A formação de uma plateia conformista constitui outro problema na realidade local. O subdesenvolvimento da nossa produção cinematográfica relega o filme brasileiro à eterna comparação com os filmes produzidos nos países centrais e o coloca numa situação de desvantagem, uma vez que o padrão de aceitação dos filmes nacionais sempre esteve subjugado a um consentimento, chancela da metrópole e da própria elite cultural brasileira (GOMES, 1996; BERNARDET, 1979). Nesse sentido, a plateia que se formou durante os últimos anos teve seu gosto formatado de acordo com padrões internacionais e também assimilou uma acomodação interpretativa diante do avanço e da hegemonia nacional da televisão como principal distribuidor de conteúdo audiovisual.

A oposição estabelecida com os cinemas *multiplex* traz consigo uma memória que tinha como entendimento de cinema um ritual de celebração artística que sucumbiu à centralização dos cinemas dentro dos *shopping centers*. Essa mudança de localização geográfica repercute na perda de acesso que grupos minoritários tiveram quando os cinemas, no caso da cidade de Recife, encerraram suas atividades no centro da cidade e em muitos bairros de subúrbio, passando a existir quase que exclusivamente no sistema *multiplex*.

O “padrão *multiplex*” é criticado também devido à apropriação de grande parte do público pelos cinemas de shopping, quanto pelo fato de esse tipo de cinema impor um estilo de produção (roteiro, atores, temas, fotografia, ritmo) que muitas vezes é impossível de ser copiado na produção local a fim de gerar aceitação do público. O fato de os cinemas *multiplex* serem controlados por conglomerados de mídia transnacionais impõe uma rígida política de exibição na qual fica por mais tempo em disponível para o público o filme que gera mais bilheteria, além de eles mesmos ocuparem boa parte das salas em “estreias espetáculos”, em que se impõe uma única opção de filme para o público. A preocupação com perda de espaço para exibição de filmes independentes emerge nas falas dos

produtores como uma preocupação de resgatar o ritual de ir ao cinema, que coloca em destaque a necessidade desses sujeitos de buscar espaços e mecanismos que garantam a circulação de suas próprias produções.

Um logro dessas produções se manifesta na possibilidade de se reverem as identidades que estão em deslocamento num momento de reestruturação e mudança das sociedades (HALL, 1999). O diálogo que esses filmes estabelecem com identidades múltiplas contribui para uma revisão da nossa história e para a elaboração de questionamentos sobre a contemporaneidade, ao mesmo tempo que faz uso de linguagens cinematográficas atuais, atuando como um elemento ativo e dinâmico da cultura local (FIGUEIRÔA, 2000).

## 4 A Ação Empreendedora na Produção Cultural

---

Como forma de ilustrar o debate proposto nas seções anteriores, apresentamos alguns posicionamentos discursivos encontrados nas entrevistas analisadas. Eles refletem diversos aspectos presentes da dinâmica empreendedora evidenciada na produção de filmes pernambucanos. A seção está organizada em torno das dimensões públicas e privadas que demarcam o arcabouço teórico-empírico do estudo.

### 4.1 Dimensões Públicas

As categorias que representam as dimensões públicas demarcam a forma como os produtores expõem os aspectos políticos, sociais e econômicos e as condições materiais da produção cultural. Além disso, expomos também a estrutura institucional que sustenta o setor. Os componentes dessa dimensão indicam como os capitais imersos no ambiente são articulados em prol do desenvolvimento dos produtos culturais.

#### 4.1.1 Representações sociais

Uma das representações recorrentes nos diálogos dos produtores é o **fortalecimento da produção local**. No entanto, as perspectivas de cada produtor diferem quanto ao que está sendo produzido. Por um lado, podemos observar uma pluralidade de filmes sendo produzidos, por outro a tentativa de fortalecer as produtoras que já trilhavam o caminho da profissionalização mesmo antes das mudanças estruturais ocorridas nos últimos oito anos (ver item 4.1.3, Estruturas Institucionais), como podemos observar nos extratos abaixo:

Eu acho que a gente avançou muito no sentido de produção... E eu enxergo várias manifestações diferentes de estilos de produção, elas convivendo, tipo de uma maneira às vezes saudável, às vezes não, enfim. (Leonardo Lacca).

Acho que isso fez um diferencial pra que a REC tivesse assim, por exemplo, a visibilidade que ela tem hoje. Obviamente, essa visibilidade foi conquistada por conta dos produtos que a gente lançou e eu acho que essas experiências de antes me ajudam como produtor, uma coisa que eu sempre persigo é primar pela qualidade técnica e artística. Pela qualidade técnica, é um pensamento da

produção; pela qualidade artística é pelas parcerias que você vai fazer com os diretores. (João Jr.).

A diferença na perspectiva dos produtores sobre o crescimento do setor expõe duas maneiras de atuação. A primeira seria a de um produtor que começou a atuar devido a demandas internas da própria produtora e desempenha essa função de maneira mais orgânica e acumulando outras funções na produção do filme. A segunda é a postura do produtor profissional interessado em manter a organização e desempenhar sua função em busca da formalização e profissionalização do setor. Esses **diferentes modos de produzir** estão relacionados com a forma como cada um observa o ato de produzir um filme e ainda como cada produtora insere seus produtos no mercado. A representação resultante disso corresponde ao possível binarismo entre “produtoras iniciantes” e “produtoras maduras”, porém o resultado que ambas alcançam no circuito de festivais nacionais e internacionais é muito próximo. Essas diferenças repercutem, por fim, na própria identidade de cada produtor e na criação da imagem de suas produtoras. Podemos observar, nos trechos abaixo, como os produtores definem suas empresas:

Eu acho muito bom de reconhecer a gente *como grupo* porque realmente *a gente tem uma amizade, uma afinidade*, tá entendendo? Enfim, eu acho que as pessoas enxergam a Trincheira com... *Têm uma boa visão da Trincheira*. (Leonardo Lacca) [grifo nosso].

São 3 produtoras que *são coletivos que fazem filme autoral* que é... *Enfim que produzem e que vão para os festivais*. (Leonardo Lacca) [grifo nosso].

Porque a gente ganha editas, adicionais (de renda, também por meio de editais) daí elas acham que a gente faz cinema comercial, né. Uma ignorância assim descabida. Na verdade a gente no Brasil, *produtores do meu tamanho, só conseguem fazer o cinema autoral né*. (João Jr.) [grifo nosso].

A defesa pelo **cinema autoral** é observada nos dois casos. Tanto na produtora de jovens diretores, como no caso da REC, que já trabalha com longas metragens de diretores mais experientes. Esse posicionamento demarca fortemente a produção de cinema em Pernambuco de modo geral, acarretando na crescente circulação dessas obras em importantes festivais no mundo. Quanto à representação dos filmes autorais, os produtores

demarcam a necessidade de produzir filmes que escapem do padrão comercial/hegemônico.

Esse **embate com o cinema hegemônico** é nítido nas duas entrevistas, como podemos ver a seguir:

Eu também acho que não tem a haver com a temática, porque filme brasileiro tem uma tendência assim a se radicalizar: ou é um *filme muito comercial que é a novela no cinema* ou é um filme que as pessoas vão achar *muito autoral e tal, alternativo*. Acho que falta um meio termo, mas eu acho que não é o caso de mudar o estilo e se adequar ao mercado que aí eu acho que vira uma publicidade sabe... (Leonardo Lacca) [grifo nosso].

E quando eu digo (a platéia) conservadora é porque *fica a mercê sempre desse cinema hegemônico que é o cinema americano* e não tem a experiência de vivenciar, conviver, outras cinematografias, outras linguagens, conhecer diretores. (João Jr.) [grifo nosso].

A defesa de um cinema autoral pode ser entendida também como um marco na construção de um sentido sobre os filmes produzidos em Pernambuco. Essa classificação coloca num mesmo conjunto filmes que possuem diversas linguagens diversas, mas que compartilham do sentido de autoria. Por mais que estudos acadêmicos e publicações na área de crítica cultural definam a existência de um movimento estético no cinema feito no Estado, o *Árido Movie* (cf. SALDANHA, 2009; NOGUEIRA, 2009), os próprios produtores trazem um **posicionamento contrário à ideia de unidade**. Busca-se, então, falar em um “cinema feito em Pernambuco”, e não em “um cinema pernambucano”. A diferença revela também que, com o aumento da produção e chegada/criação de novas produtoras, as escolhas estéticas dos filmes produzidos divergiram de maneira a impossibilitar a construção de um movimento coeso de produção, como podemos observar nos relatos a seguir:

Eu acho que é muito diverso. Quem tá fazendo hoje em dia assim ficou mais diverso ainda com o surgimento da Universidade. [...] Alguns até podem ter, mas eu não vejo isso como uma premissa. Eu acho que tem uma questão de autores mesmo bem forte. [...] Eu não identifico uma coisa em comum, o que eu posso arriscar é desprendimento e uma questão e autor também... (Leonardo Lacca).

Porque essa idéia de um cinema pernambucano é uma cafonice, afinal todos nós estamos fazendo cinema brasileiro, temos que rodar o Brasil? Isso não se explica conceitualmente... O que seria o cinema pernambucano? Porque você nunca ouve falar do cinema texano. Eu acho isso é um dado mais bairrista do que estético ou qualquer coisa que seja. (João Jr.).

Por mais que os conceitos de ambos se aproximem sobre esse aspecto, as divergências começam a ficar mais evidentes quanto à utilização do maquinário digital. Por mais que esse seja um aspecto técnico, a repercussão da utilização da tecnologia digital influenciou também a diversidade de linguagens e escolhas que os produtores e diretores podem utilizar no momento da produção. Sobre esse ponto, podemos perceber um **conflito de gerações** relacionado com estilos de produção e linguagem cinematográfica que são utilizados pelos entrevistados.

Tinha essa noção meio “uau” tão fazendo 2 curtas e eu lembro que a gente tava fazendo um também que ela não considerava filme porque *a gente era digital*, enfim, mas aí já são outros quinhentos... (Leonardo Lacca) [Grifo nosso].

Até porque, por exemplo, eu não considero que esse pessoal me influencia, entendeu, no sentido estético. Eu só fui ver filmes deles bem depois assim, sabe? [...] *Mas as maiores influências da gente não vêm do cinema pernambucano*. (Leonardo Lacca) [Grifo nosso].

No sentido político... Assim é herdar apoios, é herdar um edital que foi uma luta de uma galera mais velha e tal... Isso aí influencia diretamente, *mas no sentido estético não existe uma conversa também...* Então eu não vejo uma lógica aí de achar que o cinema pernambucano tá caminhando por uma trilha de evolução estética coerente e tal. Até porque não existe uma troca... (Leonardo Lacca) [Grifo nosso].

É uma geração que sofreu um pouco com isso assim de produzir, a gente tem uma facilidade maior, um desprendimento maior assim com o digital, sabe... *É uma questão do que acredita mesmo assim... Sabe?* (Leonardo Lacca) [Grifo nosso].

Essa geração atual tem outros recursos tecnológicos mesmo ou o mercado está se formalizando o que propicia tudo isso. Eu só acho às vezes que o risco dessa geração é ela se perder um pouco na produção e não pensar a obra de arte de um jeito maior. (João Jr.).

No caso do posicionamento da geração mais nova, isso se dá pela utilização do digital (durante todas as etapas de produção) e pela busca de novas maneiras de fazer o filme. Já o posicionamento defendido pelo produtor mais maduro tende a questionar essa postura e defender, mesmo que de forma indireta, o cinema feito por meio de maneira mais clássica e, cada vez mais, profissionalizada. Estamos diante de um conflito entre o experimentalismo estético ancorado na utilização de ferramentas tecnológicas e o fazer

cinema de modo clássico pautado ainda por ferramentas e modelos de organização clássico e, inclusive, hegemônicos.

Por fim, outra representação que emergiu foi a própria **definição do perfil do produtor** como ele se caracteriza e qual o seu papel. Além disso, há também a expressão de quais qualidades e/ou habilidades são desejadas de encontrar nesse profissional. Nesse sentido, podemos perceber uma tentativa de forjar um perfil cada vez mais técnico, mas ao mesmo tempo atento às questões artísticas; busca-se, então, um produtor que esteja atento às questões organizacionais, mercadológicas e também às culturais; alguém que consiga entender o processo de financiamento de uma obra e seu significado artístico. Essa representação pode ser observada no trecho “Confiança e também eu acho que no caso do produtor tem que ser uma pessoa séria e muito responsável...” (Leonardo Lacca) e nos extratos a seguir:

O produtor e o diretor é que ficam com essa paixão de achar que é uma coisa de muito especial que eles estão fazendo, que está acontecendo na sua vida, mas é quem se enferruja mais, porque leva mais tempo. (João Jr.).

Um bom produtor tem que entender basicamente dos processos de cinema, as suas fases, ou como manejar, como ele pode administrar mais de um projeto ao mesmo tempo, porque o cinema é uma atividade, além de cara, é um processo muito demorado. (João Jr. Vídeo).

#### 4.1.2 Formatos de organização

O formato de organização de cada produtora difere em relação ao **nível de formalização** de cada uma. Enquanto que na Trincheira a produção é feita por uma questão de demanda interna dos três diretores que formam a empresa, na REC a questão da produção é o principal serviço oferecido pela produtora para sua sustentabilidade. Isso demonstra o grau de institucionalização de cada produtora e o seu perfil de atuação no mercado. Se por um lado a Trincheira ainda opera como um coletivo, a REC cada vez mais dialoga com os atores do mercado nacional e internacional na tentativa de ampliar sua

atuação, atuando também com esquemas de coprodução internacional. A diferença entre os dois níveis de organização fica mais clara na leitura dos extratos a seguir:

O ato de produzir é mais por uma necessidade... Tipo assim, de enxergar uma demanda mesmo interna da Trincheira... Por uma questão de confiança e tentar viabilizar os projetos. (Leonardo Lacca).

Em última instância sempre fui eu que produzi meus filmes, de uma maneira indireta, isso é uma característica nossa. Produzir os próprios filmes para torná-los viável. (Leonardo Lacca).

Hoje, não, a gente tem um pensamento de gestão, a empresa se profissionalizou, mas mesmo nos primeiros anos da REC tudo isso era mais empírico, não era tão planejado, tão intencional, mas tinha esse background, tinha esse repertório anterior com essas passagens que faziam com que você estabelecesse cronograma, prazos pra você mesmo, mandasse um relatório pra um investidor, que era uma coisa vinda da experiência na publicidade (João Jr.).

O produtor articula todo o filme, ele planeja de uma forma macro a equipe deste filme, o diretor, o fotógrafo, o diretor de arte, mas principalmente ele planeja também como este filme vai ser financiado, como ele vai ser distribuído, como ele vai chegar até as pessoas, de que forma ele vai chegar, se ele vai a festivais internacionais, qual é a carreira deste filme. Se daqui há 20 anos tiver um problema jurídico, seja autoral, seja de uma nova venda, de um relançamento, é o produtor que vai tomar todas as decisões sobre isso. (João Jr., vídeo).

Outro dado sobre o estilo de gestão em cada produtora está relacionado com a **construção de relacionamentos** entre os envolvidos com a produção do filme. No caso da Trincheira, podemos observar o imperativo de laços de *amizade* sobre o estabelecimento de uma relação meramente profissional. Já no tocante à REC, questões relacionadas com *confiança* e *respeito* ganham mais destaque, deixando a amizade como um dado que pode vir a acontecer ou não.

A gente dá muito valor a um bom relacionamento no trabalho, pessoas que a gente tem algum tipo de ligação, inclusive afetiva, ou seja, é um cinema que tá muito ligado à amizade [...] É uma coisa que termina sendo uma relação de confiança porque o produtor e o diretor tem que ter uma relação de confiança muito grande tá entendendo? (Leonardo Lacca).

Assim, amizade é um dado meu, que acontece comigo, mas eu não acho que seja necessário, mas confiança e respeito têm que ser. Até porque você tem que tratar isso mais profissionalmente também. Não precisa ser padrinho do filho do diretor. Mas se for é melhor porque o negócio é tão intenso e as dificuldades são tantas. (João Jr.).

Além da diferença quanto aos relacionamentos estabelecidos em cada caso, podemos observar também a busca por um **ambiente de trabalho colaborativo** no qual o

diálogo exista e contribua com a construção dos filmes, resultando em ambientes mais informais que priorizam o diálogo e a troca de experiências, como ilustrado a seguir nos relatos sobre a experiência da Trincheira:

Não existe objetivamente um melhor, entendeu? Existe o que... Aquele que você vai ter uma comunicação mais fluida, aquele que você vai... Acrescentar no seu projeto e aquele que vai lhe entender. [...] A gente conversa muito sobre projetos, sobre as idéias, a gente tem tentado se unir mesmo e aí começou também como um coletivo (Leonardo Lacca).

Isso tem está relacionado com nosso estilo de produção que tenta ser um pouco mais calmo, um pouco mais tranquilo, mas ao mesmo tempo, é um filme que foi se transformando e virando grande e confesso também... Que por causa se perdeu um pouco o controle e retoma. [...] Como eu te disse, o roteiro tem um potencial muito grande e foi crescendo e isso aí se reflete na produção. (Leonardo Lacca).

Um ponto que diferencia o perfil dos produtores é a preocupação que cada um tem com a **profissionalização** de suas produtoras e com a autonomia que isso possibilita para os profissionais. Nesse âmbito, existe uma preocupação que os profissionais da área consigam “viver de cinema”. O desafio que se coloca é a busca cada vez maior por espaços de aprendizagem e capacitação desses profissionais. Essa preocupação aparece na forma como Leonardo Lacca expressa a diferença entre a produtora madura, a própria REC, e a forma de trabalho da Trincheira, que impossibilita a autonomia profissional e a manutenção da “vida adulta” de quem trabalha nela. O dado vai ao encontro da busca de João Jr. por suportes e parcerias que consigam financiar projetos dentro de condições que garantam o mínimo de retorno aos seus profissionais. Nesse ponto, a diferença entre os estilos de gestão e as condições de trabalho em ambas assume contornos mais nítidos, conforme ilustrado a seguir:

Ela foi tipo assim absorvida pelo mercado e digamos que ela não tem como continuar com a gente por uma questão de vida adulta... De permanecer produzindo com a gente de uma maneira como a gente continua dirigindo. Ela precisa ganhar o dinheiro dela e tal, enfim, ela foi, ela passou pela REC porque a REC tem isso de estágio, assistência e aí ele (João Jr.) vai desenvolvendo amizade ao mesmo tempo que pega pessoas e vê que é competente e tal, mas amizade ali também não vai ser o suficiente, vai ser competência. [...] Quando eu falo que ela é da REC eu acho que é uma coisa muito boa. Ela trabalha em um lugar que eu acho que deve ser bom de trabalhar. Faz filme massa e ganha dinheiro, então, é uma produtora estabilizada como tu falou. A gente não tem como garantir uma coisa dessas pra um produtor. Ele tem que se arriscar e ajudar

a gente a fazer projetos e acreditar e tal e tenha um perfil parecido com a gente no sentido de direção.. (Leonardo Lacca).

Faz o primeiro filme porque você está construindo uma carreira. Então, uma coisa é sair dessa coisa bonitinha que sai do jornal e efetivamente quem é que tá construindo uma carreira? Quem é que se preocupa com a distribuição de um filme? Quem é que tem um diálogo com o distribuidor? Quem é que pensa assim um plano de distribuição, um plano financeiro? [...] Mas no final quem fez carreira com isso? Quem fez 4 longas, constitui família e colocou a filha pra estudar, pagou um transporte, comprou um carro a partir do seu trabalho? (João Jr.).

Como continuidade da profissionalização da produtora e resultado da expansão de sua produção, um posicionamento que emergiu na entrevista com João Jr. foi a crescente busca por **parceiros internacionais**. Essa busca demonstra claramente que a circulação dos filmes produzidos pela REC no exterior desperta interesse de produtoras estrangeiras e constrói uma imagem de confiança com relação ao profissionalismo da produtora. Esses acordos estão sendo cada vez mais incentivados por órgãos do Governo (por exemplo, o MinC e a Apex) e refletem o grau de amadurecimento de produtoras locais como a REC. Esse tipo de relacionamento depende também do apoio das instituições locais para garantir a confiabilidade dos projetos no âmbito nacional chancelando-os para a busca de investimento estrangeiro, como mostrado a seguir:

Agora uma coisa que eu entendi é que não dá pra você fazer isso sem você ter um dinheiro já do seu país no projeto e aí eu estabeleci que buscar co-produção internacional é mais interessante quando você já tem 40% do orçamento já garantido, já reconhecido pelo país de origem se não você não chega muito fortalecido. Uma coisa que eu sempre uso nos meus discursos quando eu vou apresentar ou defender um projeto é que o primeiro lugar que eu coloco na maioria das vezes é o FUNCULTURA eu já trago o reconhecimento do meu próprio Estado, eu já chego com 15%, com 20%, e isso é super importante pra você poder fazer composições financeiras e crescer o seu bolo. (João Jr.).

### 4.1.3 Estruturas Institucionais

Um dos principais atores na articulação do setor do audiovisual no Brasil é o **Governo**. No âmbito federal destaca-se a atuação do MinC e dos órgãos relacionados com o cinema como a Ancine e a Secretaria do Audiovisual. As mudanças ocorridas nas políticas culturais do Brasil nos últimos oito anos demarcam uma orientação para a descentralização de recursos e o aumento da participação de produtores culturais

localizados fora do eixo Rio-São Paulo. Além disso, houve também um movimento crescente de escuta dos próprios produtores para que a elaboração das políticas públicas de cultura estivesse cada vez mais próxima da(s) realidade(s) dos produtores localizados em todo o território nacional.

Uma das consequências das mudanças ocorridas durante o mandato do ministro da cultura Gilberto Gil (2002-007) foi o aumento da autonomia das secretarias estaduais de culturais. Em Pernambuco, essa mudança pode ser sentida com o fortalecimento da Fundarpe e a criação e solidificação do Funcultura nos últimos anos. No Estado, o audiovisual ganhou um edital próprio que no ano de 2010 teve um valor total de R\$ 8 milhões. Esses investimentos garantiram o aumento da produção da local, bem como uma crescente visibilidade dos filmes produzidos pelas produtoras pernambucanas. No entanto, essas mudanças não garantiram que antigos problemas do mercado de cinema fossem solucionados.

Dessa forma, a intervenção do Estado contemplaria a produção cinematográfica como um setor economicamente produtivo e rentável, estratégico do ponto de vista da manutenção da identidade nacional e, por fim, como uma indústria que produz bens que impactam na formação de cidadãos mais conscientes e críticos de sua realidade. O problema da distribuição e da exibição ainda contribui para que filmes produzidos fora do *mainstream* do setor não tenham a circulação garantida no Brasil. Os relatos relacionados com a atuação dos governos federal e estadual podem ser observados a seguir:

E aí eu acho que o mercado da produção no sentido de produzir filmes ele tá bem maduro, assim. Esse edital (FUNCULTURA Audiovisual) é um dos maiores do Brasil. [...] No sentido de distribuição e exibição, eu já vejo um problema. (Leonardo Lacca).

Então é um edital (FUNCULTURA) bem ambicioso no sentido de que quer abarcar tudo e termina por dar uma instigada bastante na produção... Tem coisa sendo feita a todo momento. (Leonardo Lacca).

Agora, proporcionalmente, por exemplo, você premia no edital do MINC são 7 longas metragem de R\$ 1,2 milhão cada, mas proporcionalmente para um edital de Pernambuco, Pernambuco é incrível... É uma possibilidade para vários tipos de manifestações cinematográficas. (Leonardo Lacca).

Primeiro é o governo Lula e especialmente o ministro Gilberto Gil. Talvez eu não conseguisse ser a produtora que eu sou hoje... Aqui na REC pra gente sobreviver e fazer... [...] A visibilidade e a conquista que a gente tem no cinema nacional tem muito a ver com as políticas instituídas eu acho *especialmente* (ênfase) pelo ministério (da cultura) pensado por Gilberto Gil que trouxe toda essa idéia de descentralização, se prestou atenção às produtoras que estão localizadas em outros estados, em outras praças com a idéia de realmente, quebrar essa hegemonia né, da produção cultural sempre sediada no RJ e em SP, que ficavam com 90% dos recursos. (João Jr.).

O segundo é o FUNCULTURA, o fundo local, ele se profissionalizou, ele se aperfeiçoou, nesses últimos anos. Eu acho que ele se alinhou também às políticas instituídas pelo MINC, mas ele se aperfeiçoou muito como fundo. (João Jr.).

A criação do Funcultura resultou em um aumento significativo dos filmes produzidos no Estado, porém é questionável que tipo de filme passou a ser produzido e se esse aumento quantitativo de produção representa um esforço também qualitativo dos produtores e artistas. A utilização do recurso público nesse fundo implica a (re)discussão contínua sobre o aperfeiçoamento do edital e sobre o entendimento técnico acerca da produção de filmes para que o montante de verba seja destinado para projetos que de fato agreguem à cinematografia que está sendo produzida no Estado, conforme exposto no trecho a seguir:

Porque antes do FUNCULTURA, Pernambuco já tinha um destaque em festivais, agora pra ser sincero eu não percebo um avanço proporcional no sentido de quantidade de produção que vem sendo feita à representação em festival assim... Antes de ter o Funcultura já tinha uma representação muito forte. Hoje, continuou, tem uma manutenção dessa representação... (Leonardo Lacca).

Mesmo com todos os avanços e mudanças trazidos pelas novas políticas culturais no Brasil, o setor ainda carece de mecanismos que garantam a circulação das obras. Nesse sentido, podemos perceber o papel importante que os **festivais** de cinema ganharam nos últimos anos como principais vitrines e até mesmo arenas de negócios para filmes que não teriam inserção na mídia por outros meios. Além dos festivais, os **cineclubes** ganharam um papel de destaque em relação à formação de plateia e à exibição de filmes mais restritos, mesmo que eles não configurem uma ação mercadológica. Por fim, outra possibilidade para garantir a circulação dos filmes produzidos em Pernambuco é a **Internet**, por mais que as discussões sobre direitos autorais e lucros sejam postas em

destaque contra a livre circulação de material artístico na rede. A seguir, trechos que remetem aos festivais, aos cineclubes e à Internet como possibilidades de construção de um mercado:

Tem os cineclubes que eu acho que é uma boa alternativa assim pra exibição só que aí não é comercial, assim você não tá falando de mercado, tá falando só de exibição. [...] Enfim eu acho que o público não chega ao cinema. Eu não sei dizer se é por causa de ocupação de salas por parte dos filmes americanos. Eu acho que isso é um fato. Eu acho que... Salas no interior que fecharam... Eu não sei. Eu acho que não existe uma causa, mas são várias e aí o desafio hoje do cinema brasileiro é distribuição e exibição. (Leonardo Lacca).

Tipo realmente que os festivais são aglutinadores de pessoas, eles são mobilizadores também e são legitimadores também. Porque, por exemplo, se você tem o filme no festival significa que... Até porque aquele negócio que eu falei do mercado de curta metragem como é que você exhibe... O festival é a principal vitrine mesmo. (Leonardo Lacca).

Eu acho que Internet também essa possibilidade de você pegar um filme tailandês sei lá feito por um realizador local que fez na raça, você pegar esse filme e assistir aqui... Eu acho isso maravilhoso como influência mesmo para algo cultural e tal. (Leonardo Lacca).

O grande problema do mercado desarticulado de audiovisual no Brasil são as questões relacionadas com a **exibição e distribuição**. Por mais que os esforços das políticas públicas garantam um excelente nível de produção, ainda são encontradas muitas dificuldades para que os filmes produzidos sejam exibidos. Já citamos a possibilidade dos festivais, dos cineclubes e da Internet para a superação desses problemas. A seguir, alguns extratos que remetem às dificuldades de fazer um filme circular e ser exibido no mercado local de exibição:

No sentido de distribuição tipo é um problema que não é local, é tipo nacional. Tipo... tá bom, alguns filmes são garantidos que vão ter distribuição, mas não são garantidos de público. (Leonardo Lacca).

Uma vergonha né (o mercado de exibição). Porque se a gente tirar a sala da Fundação (Joaquim Nabuco) e agora o Cinema São Luis, não sobra nada pra gente. A gente só tem as salas de shopping com um agravante muito grande que é o fato da projeção digital só ter num cinema minúsculo que a sala da Fundação. O digital é hoje um suporte importante no mundo inteiro e muitos filmes já deixaram de ser produzidos em película. (João Jr.).

Eu acho que é um público conservador, basta você ver que das 40 e poucas salas que têm no shopping e ver quais os filmes que estão cheios. Porque não adianta pegar apenas pelo nicho como o alternativo do cinema da Fundação, que está sempre cheio, mas porque é uma única sala, ou por eventos pontuais que possam vir a lotar o cinema São Luis. (João Jr.).

Mesmo que a articulação dos profissionais envolvidos no setor seja necessária para garantir a manutenção de sua representatividade, ainda há em Pernambuco uma **ausência de sindicatos ou órgãos de classe** que representem os profissionais técnicos e garantam um nível ainda maior de profissionalização e força política. Podemos observar essa preocupação nas passagens abaixo:

E até teve uma discussão nesse sentido nesses dias na lista da ABD que se fala um pouco que a ABD lutou muito por esse edital, foi uma das grandes mobilizadoras da classe pra conseguir esse edital [...] Eu vejo assim que há alguma discussão, mas não há uma participação ativa. Tão programando um sindicato de pessoas do audiovisual, ainda é muito incipiente. Mas tudo depende de como você enxerga. [...] Mas a força da classe do cinema pernambucano está em conseguir essas conquistas de edital mesmo sabe, de cursos profissionalizantes, isso eu acho bem importante. (Leonardo Lacca).

Às vezes, tem um lampejo assim de organização, mas ele se dilui muito rapidamente não só entre os produtores, mas entre os técnicos também e o prestadores de serviço. Tem lampejos de organização motivados por certo acontecimento: discutir o edital tal, mas tudo se arrefece assim. Tudo para rapidamente, são muito pontuais. Disso eu sinto falta. (João Jr.).

#### 4.1.4 Infraestrutura Técnica

O desenvolvimento do setor necessitou também do aumento de pessoas especializadas nas áreas técnicas que compõem a produção do filme. Sob esse aspecto, a ação de entidades públicas fomentou a criação de centros de formação com cursos profissionalizantes que garantissem a composição de um quadro de pessoal especializado no Recife. Esse cenário é bem diferente do que foi visto no final da década de 1990, quando muitos dos técnicos que participaram da produção do filme *Baile Perfumado* eram de outras cidades. Iniciativas como a criação do Canne e a abertura de cursos de graduação relacionados com cinema garantiram o aumento de pessoal qualificado em um curto espaço de tempo. Essas ações podem ser observadas nos trechos abaixo:

Você vê até desde técnicos, por exemplo, aqui na Fundação Joaquim Nabuco no CANNE tem uns cursos de chefe de elétrica, assistente de câmera, tipo bem voltado para o mercado convencional e também profissionalizante, a Universidade (Bacharelado em Cinema na UFPE) também tá aí e digamos que supre a demanda de estagiários e você o pessoal se focando em coisas específicas. (Leonardo Lacca).

Entre o “Aspirinas” (Cinema, Aspirinas e Urubus. Direção de Marcelo Gomes) o primeiro longa da gente, filmado em 2003 e o que eu acabei de filmar agora (Era

uma vez Verônica, também do diretor Marcelo Gomes) tem uma larga diferença na postura dos profissionais, na organização do sistema de trabalho. [...] É foi muito acelerado. Profissionais que foram estagiários ou assistentes da gente no “Aspirinas”, trabalhando pela primeira vez em cinema, já consolidaram carreiras, como Daniel Aragão, Gabriel Mascaro. (João Jr.).

O segundo é esperar que todo esse mercado, junto com a Universidade, com esses profissionais, que eles se profissionalizem e se capacitem mais para que eles estejam mais presentes no cinema nacional também. (João Jr.).

Mesmo com o avanço significativo nos últimos anos, ainda existe uma carência grande em algumas áreas específicas da produção. Como forma de atenuar esse quadro, vemos ainda uma intervenção direta do governo como agente indutor da profissionalização da mão de obra. A criação do Curso de Bacharelado em Cinema na UFPE foi um dos marcos da solidificação do cinema como um campo profissional no Estado. Atualmente, são quatro cursos superiores voltados para a área, três deles em instituições particulares. Desses quatro cursos, dois são voltados para a **tecnologia digital** diretamente, e essa especificidade está relacionada com o fato de que o acesso ao equipamento digital garantiu a entrada de muitas pessoas para a produção de filmes, resultando na diversificação e ampliação da produção em um curto espaço de tempo. A seguir trechos que destacam o digital como um fator importante para a dinamização do setor:

E foi uma opção de linguagem, então o digital pode tá a serviço da linguagem, pode tá a serviço de uma estética também que teoricamente, inicialmente, podia ser uma estética bem diferente limitada, mas hoje em dia você pode, tem opções de que forjar uma película, mas também acho que não é o objetivo. Eu acho que é assumir mesmo o digital e a natureza dele, entendeu? E também usar como potencial de... (Leonardo Lacca).

E o digital de certa forma dá um conforto maior... [...] Liberdade assim pra alguns tipos de filme que acho que tem a ver com os que eu faço (Leonardo Lacca).

Eu acho que o digital tanto pode potencializar a produção, assim, tipo... Mas eu atribuo ao digital o fato de eu estar fazendo cinema. A gente começou fazendo assim com uma camerazinha qualquer e fez... Entendeu? (Leonardo Lacca).

Um fato relacionado com o cinema digital é a ressalva de que os custos totais para fazer um filme não diminuíram ao ponto de falarmos no barateamento geral da produção. Aspectos da finalização ainda são muito caros mesmo com a utilização do

suporte digital. O contraponto ao posicionamento trazido por Leonardo Lacca está no trecho a seguir:

Então as pessoas falam digital como se fosse uma palavra mágica, onde tudo acontece dentro desse bojo. O equipamento digital não barateou os custos da produção de cinema de forma alguma. Você pode ter barateado o acesso a uma câmera, mas a finalização, você colocar, você ter um material de qualidade não é com numa fita mini DV tem que ir pro *high definition* de qualquer forma e isso é similar aos preços de finalização que você já tinha com 35. (João Jr.).

O Quadro 3 apresenta as subcategorias que emergiram na análise e compõem a dimensão pública. Embora não possamos ver um conjunto coeso de perspectivas temáticas e estilísticas dos realizadores pernambucanos, reconhecemos que as bases materiais comuns à maior parte dessas produções estão envoltas de um projeto coletivo de fazer cinema, numa perspectiva crítica em relação à realidade local. Os resultados destacam a necessidade crescente de profissionalização do setor, a existência de diferentes modos de produção, o posicionamento contrário ao cinema hegemônico e a presença direta do Governo como responsável pela articulação e estruturação do setor.

**Quadro 3 – Análise da dimensão pública**

<b>Dimensão</b>	<b>Categorias</b>	<b>Subcategorias</b>
Pública	Representações sociais	Fortalecimento da produção local
		Diferença nos modos de produção
		Defesa do cinema autoral
		Embate com o cinema hegemônico
		Posicionamento contrário à idéia de unidade ou movimento
		Conflito de gerações
		Definição do perfil de produtor
	Formatos de organização	Nível de formalização
		Estabelecimento de relacionamentos
		Ambiente de trabalho colaborativo
		Busca por profissionalização
		Parcerias internacionais
	Estruturas institucionais	Atuação do Governo
		Festivais de cinema
		Cineclubes
		Distribuição pela Internet
		Desarticulação da distribuição e da exibição
		Ausência de órgãos de classe
	Infra-estrutura técnica	Pessoas especializadas
		Centros de formação
Tecnologia digital		

Fonte: Elaboração própria (2010)

## 4.2 Dimensões Privadas

As dimensões privadas englobam os aspectos mais subjetivos relacionados com a construção de sentido para o indivíduo e o grupo. Nesse sentido, busca-se compreender como são elaborados os códigos comuns que são utilizados para o engajamento do sujeito em projetos coletivos.

### 4.2.1 Estruturas de Sentido

A necessidade de **expressar a subjetividade** marca o desenvolvimento de muitos dos projetos relacionados com o cinema autoral. No caso dos entrevistados, esse dado influencia diretamente o tipo de filme que será produzido e indica que esses filmes buscam expor um posicionamento diante do mundo, destacando ainda mais as características e os aspectos fílmicos relacionados com um cinema não comercial e muito pessoal.

Você vê o pessoal se focando em coisas específicas porque quem quer fazer cinema de uma maneira mais espontânea.. A maioria quer ser diretor mesmo porque o interesse surge a partir de uma vontade de se expressar... Então a maioria quer ser diretor, roteirista e tal e aí você ver que quando chega na Universidade um interesse por outras áreas também que ficam ao redor da direção que sei lá: fotografia, montagem, crítica também, produção... (Leonardo Lacca).

Como já foi visto na seção sobre o formato de organização, algo que se destaca nessa produção é o **suporte de relações de amizade**. As trocas afetivas derivadas dos laços de amizade possibilitam uma maior aproximação entre os envolvidos e garantem que a equipe de trabalho possa também trocar aspectos mais subjetivos e particulares durante a vivência no campo profissional, resultando numa troca contínua de ideias e informações tanto sobre os aspectos artísticos, como os subjetivos e privados. Podemos observar esse dado na passagem a seguir:

No nosso caso específico, o mais importante é uma afinidade artística junto com uma afinidade de personalidade, daquilo que acredita, de energia também. A gente dá muito valor a um bom relacionamento no trabalho, pessoas que a gente tem algum tipo de ligação, inclusive afetiva, ou seja, é um cinema que tá muito ligado à amizade. (Leonardo Lacca).

Então a gente forma uma equipe muito baseada nisso assim e também claro que depende do filme, assim, se for um filme sem dinheiro aí é que realmente tem que ser amigo, tem que ser pessoas que acreditam no projeto, pessoas que teriam disponibilidade pra isso e aí geralmente é uma equipe menor, o filme também é mais possível, tá entendendo? (Leonardo Lacca).

Existe uma amizade... Tipo, amizade é um fator. E aí digamos que por uma questão misteriosa eu não sei se a gente é amigo porque admira o trabalho, eu tenho certeza que não é por isso, mas tipo termina que as coisas ficam equilibradas: a amizade e a afinidade estética, artística. (Leonardo Lacca).

Algo que possibilita tanto a expressão da subjetividade, como o surgimento de relações de amizade é fato de o produtor possuir **conhecimento sobre cinema**. Conhecer as principais escolas, os principais diretores e os filmes clássicos garante uma participação efetiva do produtor no processo de criação cinematográfica. Essa troca possibilita também que a interferência de aspectos da produção não atrapalhe ou tolha as características da obra e o potencial do roteiro e da própria direção. Podemos observar importância desse ponto para a tarefa do produtor nos seguintes extratos: “É raro um produtor que se apaixona pelo cinema e quer viabilizar ele sem interferir na proposta criativa, muito raro. E eu acho que é porque não tem formação mesmo” (Leonardo Lacca) e “Eu acho que o produtor tem que ter uma cinefilia interessante” (João Jr. Vídeo).

#### 4.2.2 Trajetórias Individuais

Nas duas trajetórias analisadas, ficou patente **a influência de outras atividades profissionais** sobre o exercício da produção de cinema. Isso pode ser entendido pela falta de formação específica de produção durante o início da carreira dos produtores. A incorporação do conhecimento sobre a gestão oriundo de outras áreas possibilitou a atuação dessas pessoas na função, mesmo que eles não manifestem objetivamente que possuem esse perfil conforme podemos observar a seguir:

Na verdade eu não me considero o produtor por vocação. Eu acho que eu não tenho o perfil de produtor.[...] O principal ofício, digamos, dentro do cinema é a direção dos 3. Meu, de Tião e de Marcelo. Só que como eu tive essa experiência com o café, essa experiência como empresário, eu também despertei que eu teria uma possibilidade de produzir e eu também tenho uma curiosidade de passear pelas outras funções. Por exemplo, eu já fiz direção de arte, assistência de

direção, fotografia, montagem... E agora eu to fazendo produção. (Leonardo Lacca).

Eu me tornei produtor primeiro porque assim eu sempre tive identificação com as artes e nos anos 80 eu mordi um pouquinho de cada coisa. Eu fiz teatro, fiz não sei o quê, eu fiz um curta... Eu estudei Direito, de formação, e entendi que em um certo momento, quando acabei o curso, que eu não queria ser advogado, aí talvez assim [...] Quando eu resolvi abrir a REC eu acho que a publicidade ajudou muito, além do curso de Direito antes, a que eu planejasse uma empresa minimamente organizada como... Eu sou de uma geração... Talvez também em que a produção cultural se fazia meio que aos trancos e barrancos e aí meio que... Esses compromissos que eu assumi trabalhando pra produção de publicidade eu trouxe, e talvez empiricamente pra produção de cinema no começo. (João Jr.).

Uma característica do produtor que se destaca nas entrevistas é a percepção de que a **função de produzir é marcadamente distinta dos outros atributos artísticos**. O perfil do produtor é apresentado junto a termos como *planejamento* e *responsabilidade*, e suas atribuições são descritas sempre como algo muito mais organizacional do que artístico, mesmo que seja também demandado que ele entenda da linguagem do cinema para poder contribuir com o projeto. A passagem a seguir demonstra bem essa separação entre a função do produtor e a do diretor, por exemplo.

Desse meu grupo de amigos todas as pessoas que tinham um mínimo de organização acabavam como produtor, não como roteirista, nem como diretor ou talvez eu não tivesse mesmo a cabeça que levasse a isso, levava mais a coisa do planejamento e o Direito de uma certa forma me ajudou muito [...] De certa forma isso é uma idéia de planejamento... De estratégia. Que você acaba trazendo... Isso é empírico, isso nunca foi planejado como se deu. (João Jr.).

### 4.2.3 Transformação de Idéias em Produtos

A trajetória de um filme desde o seu argumento até a finalização está ancorada em **um estilo de produção mais orgânico e pautado no diálogo** entre os atores envolvidos na produção. Essa troca possibilita que problemas sejam solucionados em conjunto e de maneira que não prejudique o projeto do filme; além disso, o filme passa a ocupar o lugar central no formato de gestão, e em torno dele é que os talentos vão sendo agregados.

Como todo projeto de cinema é uma coisa viva no sentido de que desde a idéia do roteiro, filmagem até montagem ele vai mudando de acordo com a mudança da pessoa esse filme também mudou um pouco, aumentou o roteiro [...] E aí novas idéias foram surgindo e hoje em dia eu acho que nem Tião, o diretor, sabe se ele é um média ou um longa. (Leonardo Lacca).

Como o cinema que a gente faz é autoral, o principal diálogo que a gente tem é entre o produtor e o diretor e, às vezes, ele começa muito antes de tudo, antes

mesmo do projeto, antes de ganhar um corpo esse diálogo já tem que existir e é um casamento, porque depois do filme pronto... 20 anos e essa relação ainda vai existir, então são parceiros que tem que ser muito, muito bem escolhidos. Tem que ser uma relação de confiança e de respeito... (João Jr.).

A ideia dos filmes surge como uma forma que os realizadores encontram para poder dialogar com o público. Nesse sentido, **o público torna-se um interlocutor** e não apenas o espectador. Mesmo com a expansão da circulação das obras no mercado internacional, o interesse em descobrir quem é esse público-alvo ainda é realizado pelo produtor.

A questão do público alvo seja nacional, ou internacional é uma coisa que você já começa a pensar no nascedouro do projeto. Ele não pode ser só depois do filme pronto. [...] Você tem um artista que tem que se expressar e você tem que encontrar com quem ele vai falar, os nichos são um caminho super possível para o cinema autoral, você tem que sabe identificar exatamente e poder defender aquilo. E conseguir dinheiro com investidor e muito complicado. Isso tem que estar muito claro no teu plano financeiro e esse plano financeiro tem que estar em sintonia com o teu público-alvo e como você pretende atingi-lo, quais são os mecanismos. (João Jr.).

As subcategorias emergentes da dimensão privada estão listadas no Quadro 4. Nos relatos, podemos perceber muitas semelhanças entre as trajetórias dos produtores, culminando na projeção de um campo discursivo no qual a maior parte dos discursos envolvidos não apresenta divergências explícitas no tocante às estruturas de relacionamento utilizadas por esses produtores.

**Quadro 4 – Análise da dimensão privada**

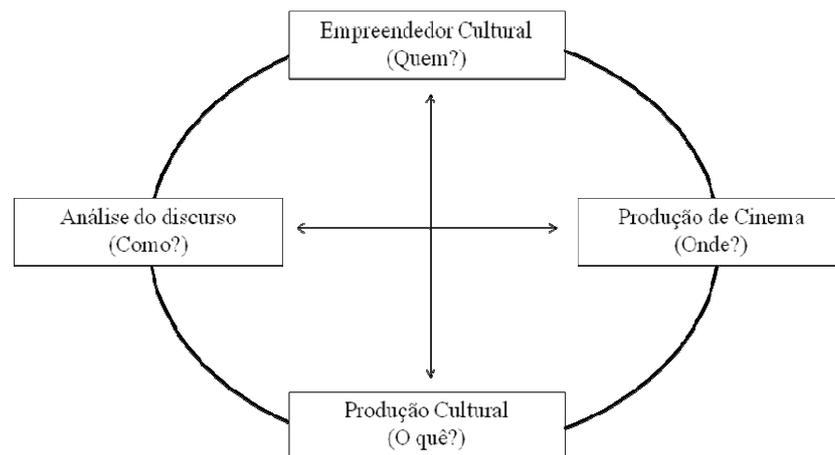
Dimensão	Categorias	Sub-categorias
Privada	Estruturas de sentido	Expressão de subjetividade
		Suporte das amizades
		Conhecimento sobre cinema
	Trajetórias individuais	Influência de outras atividades profissionais
		Função do produtor distinta do aspecto artístico
	Transformação de idéias em “produtos”	Projetos orgânicos pautados no diálogo
Público como interlocutor		

Fonte: Elaboração própria (2010)

## 5 De volta à indagação inicial

Como forma de destacar aspectos conclusivos emergentes na análise deste estudo, voltamos à indagação inicial como questão norteadora: **como se caracterizam as dimensões discursivas que demarcam o Empreendedorismo cultural no campo do audiovisual?**

As considerações finais foram elaboradas em torno dos quatro eixos temáticos que estruturam esse trabalho: o Empreendedorismo cultural e o sujeito empreendedor; a produção cultural; a produção de cinema em Pernambuco; e o suporte da análise do discurso, conforme destacado na Figura 4.



**Figura 4 – Eixos Temáticos**

Fonte: Elaboração própria (2010)

O cenário contemporâneo que circunda todas as etapas da produção cultural impõe regras e condições para se produzir que dificilmente são alcançadas por empreendedores (produtores de símbolos) localizados em territórios à margem dos centros de controle econômico e político do mundo, a exemplo dos produtores culturais que atuam em Pernambuco. Vimos a importância de se ter em mente a conexão entre o produto cultural e a subjetividade de quem o desenvolve, reconhecendo-se, portanto, o protagonismo do empreendedor cultural. Nesse sentido, a ação do realizador fílmico o aproxima da concepção do “empreendedor humanizado”, um produtor simbólico do campo da cultura

que desenvolve seu artefato cultural na esfera de uma articulação plena com sua rede social. A ação do empreendedor cultural está relacionada com um esforço de emancipação de grupos profissionais, a melhoria de condições de produção e a absorção de recursos em meio à articulação em redes. Compreendemos que esse perfil de atuação nos auxilia a (re)discutir os conceitos de competição e estratégia organizacional sob a perspectiva de um setor produtivo caracterizado pela agregação de pessoas em torno de projetos que expressam aspectos subjetivos de seus produtores.

Podemos considerar a relevância da demanda por novos formatos e estruturas organizacionais de cunho eminentemente orgânico, os quais, por sua vez, direcionam esforços para a criação de novas tecnologias de gestão. A organização da produção do filme evoca o que se conhece por *gestão de projetos* e indica a necessidade de atentarmos para a dinâmica de novos formatos organizacionais pautados, sobretudo, na colaboração, em “aventuras” conjuntas, em uma “governança invisível” e na tomada de decisão colegiada, em rede.

A tecnologia social interativa que possibilita a geração de capitais (intelectual, social, econômico e cultural) por meio da rede social indica o multidirecionamento da ação empreendedora manifestado na arena da produção cultural. Essa ação se contrapõe ao entendimento da visão reativa e unidirecional das estratégias tradicionais orientadas para o mercado. Isso também desestabiliza a lógica utilitarista vigente no olhar sobre o fenômeno empreendedor e sugere uma abertura de entendimento dos estudiosos para a ação multidimensional e dialógica do empreendedor.

Um suporte à ação empreendedora na produção audiovisual é o desenvolvimento de técnicas e os avanços tecnológicos que tornaram o cinema um campo fértil para a experimentação artística baseada na tecnologia. Essa possibilidade de expansão da produção está atrelada ao fato de que a produção cultural está pautada em um processo de

(re)significação cultural, vislumbrado por meio de um esforço coletivo de produção audiovisual, a considerar que a experiência de Pernambuco revela uma dinâmica empreendedora multifacetada, na qual conflitos e nuances culturais, sociais, econômicas e políticas interagem continuamente. Dessa forma, o entendimento desse campo a partir de uma lente multidimensional e interativa contemplou a face empreendedora dessa produção “fora do eixo”.

A (re)discussão dos circuitos da cultura advindos da tradição dos Estudos culturais serviu para estabelecermos um diálogo profícuo entre o campo da Administração e o da produção cultural, evitando a manutenção do olhar reducionista e economicista presente nos estudos organizacionais sobre a análise de um setor cultural. Esse movimento nos auxiliou a enxergar as tendências da produção cultural que possibilitou o acesso e a circulação dos produtores locais “fora do eixo” nos circuitos internacionais hegemônicos que servem para regular o campo do cinema. Além disso, evidenciamos que a produção cultural pode contribuir com a construção de um mercado no qual os aspectos artísticos e subjetivos das obras não sejam deixados de lado em prol dos indicadores mercadológicos que passaram a governar a arena da cultura, a exemplo de produtividade, lucratividade e eficiência. A compreensão de que o circuito da cultura é um circuito tanto de formas subjetivas como de aspectos materiais colabora com a construção de um arcabouço teórico para o campo do Empreendedorismo cultural no qual o empreendedor seja visto além da perspectiva *business* presente nesse campo.

A perspectiva do Empreendedorismo cultural e o aporte do circuito da cultura contribuem com uma análise mais ampla sobre a produção de cinema em Pernambuco, destacando o papel do produtor de filmes. No caso do cinema nacional, o “subdesenvolvimento” de sua produção, destacado por Gomes (1996), está sendo aos poucos superado. Vimos que os produtores independentes já possuem acesso a modernos

instrumentos utilizados nas fases de produção de filmes, significando que as inovações geradas pelo mercado já não estão mais tão distante desses realizadores. Vemos, pelo contrário, que são os filmes brasileiros independentes, muitos deles pernambucanos, que conseguem se inserir em importantes festivais de cinema no mundo, obtendo reconhecimento e competindo com obras realizadas em países onde a cinematografia nacional não é (permanentemente) caracterizada pelo subdesenvolvimento.

Por meio da análise realizada, emergiram categorias analíticas que representam as formações discursivas que contribuíram para relacionar a utilização de práticas inovadoras com o reconhecimento dessas produções. Podemos observar que os posicionamentos dos produtores possuem convergências e pontos de antagonismo em meio ao processo criativo. Os achados em campo apontam para um esforço de produção ancorado na subjetividade dos empreendedores, em suas trajetórias individuais e nos relacionamentos estabelecidos com seus pares. Por meio desse formato de organização, os produtores assumiram o desafio de criar um cinema que atua como forma de pensar na tentativa de estender seus discursos para além da tela, inquietando a plateia, que se torna um interlocutor desse discurso.

Atentamos para o fato de que o cinema pode ser um veículo que transmite significações representativas do contexto sócio-histórico, possibilitando discussões importantes em torno da (re)construção de identidades e que, no caso de muitos filmes independentes, configura-se como uma expressão artística mais crítica acerca do contexto no qual está inserido. Essa consciência sobre a própria experiência faz com que um conjunto de elementos locais seja reinterpretado, culminando na existência de focos de resistência à dominação cultural que busca saídas alternativas para que o *local* possa ser ouvido e interagir em âmbito *global*.

O impulso à superação da dominação cultural à qual estamos submetidos concede ao cinema uma importância social, política e econômica que está relacionada com a

conformação da identidade cultural nacional. Como esse caráter é dificilmente sustentado pela lógica do lucro do mercado, o Estado (re)surge como o responsável direto pela estruturação do setor audiovisual, que passou a ser tratado como estratégico pelo Governo Federal nos últimos anos.

A crescente importância dada ao setor pelo Estado garante que esses produtos culturais consigam se capitalizar para a fase de produção de filmes. No entanto, a distribuição e a exibição, etapas que completam a circulação dos filmes, ainda sofrem com os efeitos da falta de políticas públicas que garantam a inserção e a “sobrevivência” dessas obras nos circuitos de exibição. Essa problemática dá-se, sobretudo, devido ao fato de os filmes pernambucanos se colocarem dependentes de um circuito comercial que visa o lucro, como lembra Silva (2005b), e às dificuldades encontradas pelos produtos culturais em encontrar espaços alternativos no mercado.

Em nossas análises, vimos que a utilização da tecnologia digital ao longo do processo de realização de um filme possibilita que esse processo seja mais inclusivo. A captação digital é mais econômica, assim como a exibição digital pode ampliar o número de cópias de um filme, ao contrário do uso da película, que eleva tanto os custos de captação quanto de exibição dos filmes. O cenário atual e a dinâmica social de uso das inovações, que já podemos observar permeando a ação coletiva de diversos grupos sociais, nos coloca diante de um contexto em que as inovações tecnológicas apoiam o que podemos chamar de *inovação cultural*, e, nesse contexto, podemos entender a inovação presente em produtos culturais como um processo capaz de causar rupturas em relação à maneira como um conjunto de pessoas se comporta, produz, pensa e age. Essa mudança se dá no nível da produção, circulação e consumo de bens simbólicos, que passam a ser entendidos como discursos, seguindo a orientação de Johnson (2004).

Como forma de acessar os discursos em circulação, o suporte da análise do discurso

nos orientou a observar que a articulação dos empreendedores em torno do desenvolvimento de seus filmes constitui um espaço de negociação e de tensão. Em torno dos projetos e defesa do setor, os produtores sinalizam um consenso acerca das mudanças percebidas que ocorreram nos últimos anos no contexto pernambucanos. O movimento de autoafirmação da posição de produtor presente nos relatos destaca uma retórica que alicerça a crescente demanda por profissionalização. No entanto, os estilos de produção de cada realizador vislumbram formas diferentes de pensar e fazer cinema. Esse fato implica a elaboração muito subjetiva de critérios sobre a qualidade das obras, o mérito de políticas públicas e a entrada de novos realizadores no campo da produção por parte desses produtores.

Podemos observar também que a projeção dos realizadores culmina num imbricamento do indivíduo com o aparato institucional do setor. Por vezes, a polifonia presente nos relatos reflete a interlocução ora do sujeito, ora de sua organização. Essa relação estabelece um alto grau de comprometimento do empreendedor cultural com os projetos que desenvolve, assim como o exercício da atividade de produção além do aspecto econômico, ampliando-se para o nível existencial.

## Referências

- ALMEIDA, S. L.; GUERRA, J. R. F.; OLIVEIRA, M. A. F. O Desenvolvimento de Competências Empreendedoras em Ambientes de Pré-Incubação: o empreendedor noviço como praticante reflexivo. **Caderno de Resumos do V EGEPE**, São Paulo, 2008.
- ALTHUSSER, Louis. **Aparelhos Ideológicos de Estado**. Rio de Janeiro: Graal, 2001.
- AZULAY, T. J. Por uma política cinematográfica brasileira do século XXI. In: MELEIRO, A. **Cinema no Mundo: indústria, política e mercado**. v. II, América Latina. São Paulo: Escrituras Editora, 2007, p. 65-97.
- BARBERO, J. M. Globalização Comunicacional e Transformação Cultural. In: MORAES, D. **Por uma outra Comunicação: mídia, mundialização cultural e poder**. 3. Ed. Rio de Janeiro: Record, 2005.
- BANKS, M.; LOVATT, A.; O'CONNOR, J.; RAFFO, C. Risk and Trust in the Cultural Industries. **Geoforum**, 31, 2000, p. 453-464.
- BAUER, M.; AARTS, B. A Construção do *Corpus*: um princípio para coleta de dados qualitativos. In: BAUER, M.; GASKELL, G. (ed.). **Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som: um manual prático**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.
- BENHAMOU, F. **A economia da cultura**. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2007.
- BERNARDET, J-C. **Cinema Brasileiro: propostas para uma história**. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.
- BRUYAT, C.; JULIEN, P. A. Defining the field of research in entrepreneurship. **Journal of Business Venturing**, v. 16, n. 2, p-165-180, 2001.
- CARVALHO, L. A. **Pressões ambientais e mudanças institucionais no campo do cinema em Pernambuco**. 2006. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Administração, UFPE, Recife, 2006.
- CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede**. 10. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2007.
- CHANAL, V. Innovation management and organizational learning: a discursive approach. **European Journal of Innovation Management**. v. 7, n. 1, 2004, p. 56-64.
- CHARAUDEAU, P.; MAINGUENEAU, D. **Dicionário de análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2004.
- CORRÊA, M. I. S.; PAIVA JR., F. G.; SOUZA, A. C. R. A Constituição da Identidade Empreendedora no Campo de Desenvolvimento Econômico: o Porto Digital. **Caderno de Resumos do V EGEPE – Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, 2008, São Paulo.
- DOWNING, S. The Social Construction of Entrepreneurship: Narrative and Dramatic Process in the Coproduction of Organizations and Identities. **Entrepreneurship Theory**

**and Practice**, v. 29, 2005, p. 185-204.

DU GAY, P.; HALL, S.; JANES, L.; MACKAY, H.; NEGUS, K. **Doing Cultural Studies: the story of the Sony walkman**. Londres: Sage, 1997.

EAGLETON, T. **A Idéia de Cultura**. São Paulo: Editora da Unesp, 2005.

ESCOSTEGUY, A. C. Estudos Culturais: uma introdução. In: SILVA, T. T. (org. e tra.) **O que é, afinal, Estudos Culturais?** 3. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2006, p.133-166.

FAIRCLOUGH, N. **Discurso e mudança social**. Brasília, DF: Editora Universidade de Brasília, 2001.

FIGUEIRÔA, A. **Cinema Pernambucano: uma história em ciclos**. Recife: Fundação de Cultura Cidade do Recife, 2000.

\_\_\_\_\_. *O manguêbeat* cinematográfico de Amarelo Manga: energia e lama nas telas. Trabalho apresentado ao NP 07 – Comunicação Audiovisual, do **VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom**. Brasília, 2006.

FONSECA, N. A. **Da Lama ao Cinema: interfaces entre o cinema e a cena manguê em Pernambuco**. 2006. Dissertação (Mestrado) Programa de Pós-Graduação em Comunicação, UFPE, Recife, 2006.

FORNAZARI, F. K. Reforma do Estado e Agências Reguladoras: o Caso ANCINE e ANCINAV. **Anais do XXX EnANPAD**, Salvador, 2006.

FOUCAULT, M. **A Ordem do Discurso**. 9. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2005.

GATTI, A. O mercado cinematográfico brasileiro: uma situação global? In: MELEIRO, A. **Cinema no Mundo: indústria, política e mercado**. v. II, América Latina. São Paulo: Escrituras Editora, 2007, p. 99-142.

GILL, R. Análise de discurso. In: BAUER, M W.; GASKELL, G. (edt.). **Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2004.

GOMES, P. E. S. **Cinema: trajetória no subdesenvolvimento**. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

GUERRA, J. R. F.; PAIVA JR., F. G. [Re]pensando a Articulação entre o Empreendedorismo e a Produção Cultural: o olhar inspirado nos Estudos Culturais. In: V ENECULT - Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, 2009, Salvador. **Anais do V ENECULT**, 2009a.

\_\_\_\_\_; \_\_\_\_\_. A Ação Indutora do Estado e os Incentivos para o Cinema: uma reflexão sobre políticas públicas no setor do audiovisual. In: AGUIAR, S.M.B.. (Org.). **Gestão Pública: Práticas e Desafios**. 1 ed. Recife: Bagaço, 2009b, v. v. 2, p. 471-494.

\_\_\_\_\_; \_\_\_\_\_. Empreendedorismo Cultural na Produção Cinematográfica: A Dinâmica Empreendedora de Realizadores de Filmes Pernambucanos. **Caderno de Resumos do VI EGEPE**, Recife, 2010.

HAGEDOORN, J. **The Dynamic Analysis of Innovation and Diffusion: a study in process control**. Londres: Pinter Publishers, 1989.

HALL, S. **Da Diáspora: identidades e mediações culturais**. 2. reimpr. rev. Belo Horizonte: Editora UFMG; 2008.

\_\_\_\_\_. **A Identidade Cultural na Pós-modernidade**. 3. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

JAMESON, F. Marxismo e Teorias do Pós-moderno. In: \_\_\_\_\_. **Espaço e Imagem: teorias do pós-moderno e outros ensaios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004.

JOHNSON, R. O que é, afinal, Estudos Culturais? In: SILVA, T. T. (org. e tra.) **O que é, afinal, Estudos Culturais?** 3. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2004, p. 07-131.

JULIEN, P. A. **Empreendedorismo Regional e Economia do Conhecimento**. São Paulo: Saraiva, 2010.

MAINGUENEAU, D. **Termos-Chave da Análise do Discurso**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.

\_\_\_\_\_. **Novas Tendências em Análise do Discurso**. 3. ed. Campinas, SP. Pontes: Universidade Estadual de Campinas, 1997.

MATTERLAT, A.; NEVEU, É. **Introdução aos Estudos Culturais**. 2. ed. São Paulo: Parábola Editorial, 2006.

MELLO, S. B. C.; CORDEIRO, A. T.; TEIXEIRA, C. C. de M. Condições e contradições do ensino-aprendizagem: reflexões acerca de uma pedagogia político-crítica em Paulo Freire no contexto de uma sociedade de consumo. **Contrapontos**, Itajaí, v. 6, n. 3, p. 477-494. set/dez 2006.

MORAES, D. Apresentação. In: \_\_\_\_\_. **Por uma outra Comunicação: mídia, mundialização cultural e poder**. 3. Ed. Rio de Janeiro: Record, 2005.

MORAIS, K. C. S. Os Ciclos Regionais de Cinema: uma questão de identificação da brasilidade e a fixação de um lugar de memória. **Os Urbanitas - Revista de Antropologia Urbana**, ano 2, v. 2, n. 3. 2005. Disponível em <http://www.aguaforte.com/osurbanitas3/silvademorais.html>. Acessado em 01/02/2007.

NEGUS, K. The Production of Culture. In: DU GAY, P. (edt) **Productions of Culture/ Cultures of Production**. Londres: Sage, 1997.

NELSON, C.; TREICHLER, P. A.; GROSSBERG, L. Estudos Culturais: uma introdução. In: SILVA, T. T. (org.) **Alienígenas em Sala de Aula: uma introdução aos estudos culturais em educação**. 4. ed. Petrópolis-RJ: Vozes, 2002.

NOGUEIRA, A. M. C. **O Novo Ciclo de Cinema em Pernambuco: a questão do estilo.** Recife: Ed. Universitária da UFPE, 2009.

OGBOR, J. Mythcizing and Reification in Entrepreneurial discourse: Ideology-critique of entrepreneurial studies. **Journal of Management Studies**, v. 37, n. 5, jul., p. 605-635, 2000.

ORLANDI, E. P. Vão surgindo os sentidos. IN: \_\_\_\_\_. (org). **Discurso fundador: a formação do país e a construção da identidade nacional.** 3 ed. Campinas: Pontes, 2003. 11-25.

PAIVA JR.; F. G.; ALMEIDA, S. L. GUERRA, J. R. F. O Empreendedor Humanizado como uma Alternativa ao Empresário Bem-sucedido: um novo conceito de empreendedorismo, inspirado no filme *Beleza Americana*. **RAM – Revista de Administração Mackenzie**, v. 9, p. 112-134, 2008.

\_\_\_\_\_; GUERRA, J. R. F.; ALMEIDA, S. L. Produção Cinematográfica e Estudos Culturais: uma Análise dos Discursos do Cinema Pernambucano Contemporâneo. In: XXXII Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração, 32, 2008, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2008.

\_\_\_\_\_; GUERRA, J. R. F.; OLIVEIRA, M. A. F.; ALVES, V. S. A Contribuição das Competências Empreendedoras para a Formação de Dirigentes em Sistemas de Incubação. **Anais de Resumos Nacionais e Internacionais do XXVI Encontro Nacional de Engenharia de Produção**, Fortaleza, 2006.

\_\_\_\_\_. **O Empreendedorismo na Ação de Empreender:** uma análise sob o enfoque da fenomenologia sociológica de Alfred Schütz. Tese (Doutorado). CEPEAD, Faculdade de Ciências Econômicas – FACE, UFMG, Belo Horizonte, 2004.

PAIVA JR., F. G.; LEAO, A. L. M. S.; MELLO, S. C. B. Validade e Confiabilidade na Pesquisa Qualitativa em Administração. **Resumo dos Trabalhos do I EnEPQ – Encontro de Ensino e Pesquisa em Administração e Contabilidade**, Recife, 2007.

PÊCHEUX, M. **O discurso:** estrutura ou acontecimento. 3ª. Ed. Campinas: Pontes, 2002.

PRYSTHON, A. F. A Terra em Transe: o cosmopolitismo às avessas do cinema novo. **Galáxia**, n. 4, 2002, p. 159-175.

RAFFO, C.; O'CONNOR, J.; LOVATT, A.; BANKS, M. Attitudes to Formal Business Training and Learning amongst Entrepreneurs in the Cultural Industries: situated business learning through 'doing with others'. **Journal of Education and Work**. v. 13, n. 2, 2000a, p. 215-230.

RAFFO, C.; LOVATT, A.; BANKS, M.; O'CONNOR, J. Teaching and Learning Entrepreneurship for Micro and Small Business in the Cultural Industries Sector. **Education + Training**, v. 42, n. 6, 2000b, p. 356-365.

RECAM - Reunião Especializada de Cinema e Audiovisual do Mercosul. **Estatísticas:** Brasil -Comparativo agosto 2005 – 2006. Disponível em:

[http://www.recam.org/estadisticas/bra\\_comparativo\\_agosto\\_2005\\_2006.htm](http://www.recam.org/estadisticas/bra_comparativo_agosto_2005_2006.htm). Acesso em 6 de nov. de 2007.

SALDANHA, G. L. **Geração Árido Movie**: o cinema cosmopolita dos anos noventa em Pernambuco 2009. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Multimeios, UNICAMP, Campinas, SP, 2009.

SARDINHA, A. B. Corpus Linguistics: history and problematization. **DELTA**, v.16, no.2, p.323-367, 2000.

SAUKKO, P. **Doing Research in Cultural Studies**: an introduction to classical and new methodological approaches. Londres: Sage: 2003.

SCHWARTZ, G. Capitalismo Midiático e Economia Política da Inovação: o caso do neoliberalismo e gestão do conhecimento. In: RIBEIRO, R. J. (org.) **Humanidades**: um novo curso na USP. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2001, p. 133-155.

SPINK, M. J. **Práticas discursivas e produção de sentidos no cotidiano**. 2. ed. São Paulo: Cortez. 2000.

STAM, R. Cinema e Multiculturalismo. In: XAVIER, I. (org.) **O Cinema no Século**. Rio de Janeiro: Imago, 1996.

TONKISS, F. Analysing Discourse. In: SEALE, C. (edt.) **Researching Society and Culture**. Londre: Sage, 1998.

VALIATI, L.; FLORISSI, S. (org.) **Economia da Cultura**: bem-estar econômico e evolução cultural. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2007.

VIEIRA, M. M. F.; CARVALHO, C. A. Campos organizacionais: de *wallpaper* à construção histórica do contexto de organizações culturais em Porto Alegre e em Recife. In: XXVII Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração, 27, 2003, Atibaia. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2003.

WILLIAMS, R. **Cultura**. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.

ŽIŽEK, S. Conversa 5: Milagres Acontecem: globalização(ões) e política. In: ŽIŽEK, S.; DALY, G. **Arriscar o Impossível**: conversas com Žižek. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

## APÊNDICE A – Trilha Metodológica

O tratamento dos dados está no bojo da abordagem qualitativa de cunho interpretativo (MINAYO, 2007) e se reveste de uma análise do discurso, conforme as orientações de Maingueneau (1998), Charaudeau e Maingueneau (2004) e Fairclough (2001). Na análise do discurso, são os fatos que reclamam sentidos, daí a historicidade dos discursos (ORLANDI, 2003), sendo que estes nunca estão completamente fixados, pois constituem sempre um fluxo instável (SPINK, 2000; GILL, 2004).

Compreendemos que “o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo por que, pelo que se luta, o poder do qual nos queremos apoderar” (FOUCAULT, 2005, p. 10). Nesse sentido, buscamos investigar as estruturas de sentido que permeiam a ação do empreendedor cultural a fim de observar quais os discursos que sustentam sua ação e que abarcam a compreensão desse ator sobre si. A escolha da análise do discurso como suporte analítico para esse projeto deu-se por meio das orientações contidas nos estudos de Hall (2008) e Johnson (2004), uma vez que ambos alertam para o fato que o que está em circulação na sociedade não são apenas produtos, mas conjuntos de significados e discursos que transformam as mercadorias capitalistas em algo além da própria aparência. Du Gay et al. (1997) alerta para o fato de que cada vez mais os processos econômicos se constituem em *formações discursivas*, termo cunhado por Foucault. Além disso, segundo o autor, a Economia é um fenômeno também cultural e histórico, dependente de modos de representação e da elaboração de uma linguagem compartilhada capazes de articulá-la com as demais esferas da sociedade a fim de podermos argumentar e intervir na base econômica. Tal fato demanda um arcabouço metodológico que contemple a necessidade de investigarmos quais são essas dimensões subjacentes e, às vezes, silenciadas presentes na ação e na constituição da identidade do empreendedor que atua no campo da produção cultural.

A partir da compreensão do caráter dialógico do discurso, cabe-nos compreender “*how people use language to construct their accounts of the social world. For the discourse analyst, language is both active and functional in shaping and reproducing social relations, identities and ideas*” (“como as pessoas usam a linguagem para construir as suas impressões do mundo social. Para o analista de discurso, a linguagem é tanto ativa e funcional no desenvolvimento e na reprodução das relações sociais, das identidades e das ideias”) (TONKISS, 1998, p. 248, tradução nossa). Dado o desafio de analisar discursos, expressamos que esse método de análise possui um caráter interpretativo, e não diretamente descritivo (MAINGUENEAU, 1998; SPINK, 2000; FAIRCLOUGH, 2001).

Os dados coletados são oriundos de duas entrevistas abertas realizadas com os produtores Leonardo Lacca e João Júnior, da Trincheira Filmes e da REC Produtores Associados respectivamente. Eles são representantes de estágios diferentes da produção de cinema em Pernambuco. Esses produtores foram selecionados a fim de buscarmos representantes de posições diversas do setor no Estado. A Trincheira é uma produtora mais conhecida pelos seus curta-metragens, mas já começou a produzir longas, como é o caso do documentário *Vigias*, de Marcelo Lordello, selecionado para o *Festival de Cinema de Brasília* em 2010. Já a REC está fortalecida no campo de produção de longas-metragem como os filmes *Cinemas, Aspirinas e Urubus, Baixio das Bestas* e, mais recentemente e em fase de pós-produção, *Era uma Vez Verônica*.

A entrevista com Leonardo Lacca foi realizada no dia 03 de dezembro de 2010 no Café Castigliani, localizado no *hall* do Cinema da Fundação Joaquim Nabuco. A duração total da entrevista foi de 44 minutos e 18 segundos. O início da conversa foi sobre aparelhos eletrônicos e, logo em seguida, começamos a falar de cinema em um ambiente reconhecido pela cinefilia dos frequentadores daquela sala. Já a entrevista com João Jr. foi realizada no dia 10 de dezembro de 2010 na sede da REC Produtores Associados, com

duração total de 39 minutos e 44 segundos. O início da conversa se deu com a indicação do vídeo contando a história da REC realizado pelo projeto *Produção Cultural no Brasil*, disponibilizado no endereço: <http://www.producaocultural.org.br/slider/joao-vieira-junior/> (a transcrição desse vídeo está no ANEXO A).

O protocolo de pesquisa (Quadro 5) está pautado na orientação teórico-metodológica do estudo, conforme apresentado a seguir.

**Quadro 5 – Protocolo de Pesquisa**

Cobertura Temática	Objetivo principal	Categorias Analíticas	Questões
As dimensões discursivas que demarcam o empreendedorismo cultural no campo do audiovisual.	Averiguar quais as práticas discursivas emergentes na produção de cinema em Pernambuco.	<b>Dimensões Públicas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Representações sociais</li> <li>• Formatos de organização</li> <li>• Estruturas institucionais</li> <li>• Infra-estrutura técnica</li> </ul>	-De que forma você avalia a ação dos produtores em relação ao desenvolvimento do setor? - Como se dão as relações entre os atores envolvidos na produção de um filme? - Quais as formas mais comuns de se organizar a realização de um filme desde a sua concepção até a exibição? - Como você avalia a ação das instituições relacionadas com o cinema em Pernambuco? - Qual a sua perspectiva sobre as condições de se fazer cinema no Estado hoje?
		<b>Dimensões Privadas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estruturas de sentido</li> <li>• Trajetórias individuais</li> <li>• Transformação de idéias em “produtos”</li> </ul>	- Como são articulados os interesses e motivações dos realizadores envolvidos em cada projeto? - Como se deu a sua trajetória no campo da produção de cinema? - De que forma você analisa a sua atuação no setor? - Como são construídos os relacionamentos entre os atores do setor? - Como a atuação do produtor é vista no setor? Pelos pares, pelas instituições e pelo público? - Como se dá o diálogo entre os realizadores e o produtor em torno da realização dos filmes?

Fonte: Elaboração Própria (2010)

O *corpus* levantado foi composto tomando por referência três aspectos destacados por Bauer e Aarts (2002): relevância, homogeneidade e sincronicidade. Quanto

à relevância, os autores destacam a necessidade de os assuntos serem teoricamente relevantes e coletados a partir de um único ponto de vista. Em nosso estudo, essa orientação significa que foram coletadas apenas informações referentes à produção do cinema pernambucano contemporâneo. Já a sincronicidade obedece a um ciclo natural de estabilidade e mudança dos dados, devido ao fato de um *corpus* representar uma intersecção na história. Os autores mostram que os dados coletados devem fazer parte de um mesmo ciclo, ou seja, as informações devem ser provenientes de fontes que possuem o mesmo ciclo temporal. Dessa forma, evitamos a coleta de dados com vieses inerentes ao passar do tempo.

A análise foi realizada com o material resultante das transcrições realizadas. Durante a leitura desses textos, foram selecionados recortes que estavam cobertos tematicamente pelas categorias do protocolo teórico-metodológico apresentado na página 24. Após esse movimento, nos debruçamos sobre os recortes em busca de subcategorias para a composição final do quadro teórico-metodológico. Em seguida, as categorias emergentes foram organizadas de forma a apresentar um quadro geral sobre a ação empreendedora dos produtores culturais.

Destacamos que uma limitação do nosso *corpus* foi a utilização apenas das transcrições das entrevistas. A ampliação do material a ser analisado poderia garantir a emergência de outras formações discursivas, assim como outra perspectiva sobre as categorias presentes no protocolo teórico-metodológico mostrado no Quadro 2.

Os indicadores de validade e confiabilidade dos dados que foram utilizados estão descritos no estudo de Paiva Jr., Leão e Mello (2007), a triangulação e a descrição rica, que demarcam o esforço contínuo de interpretação dos dados. A triangulação foi realizada com o auxílio do professor Fernando Gomes de Paiva Júnior, orientador desse estudo, nas análises e na revisão das considerações finais. A descrição rica foi realizada na elaboração

dos textos “do contexto social do cenário da pesquisa e dos sujeitos analisados e das fases de sua elaboração” (PAIVA JR.; LEÃO; MELLO, 2007, p. 7), levando-se em consideração a importância da elaboração de um contexto para situar os possíveis leitores sobre a dinâmica interna desse grupo social.

Atentamos ainda para o fato de que, nos Estudos Culturais, o mais apropriado pode ser falar em validades no plural em lugar de validade no singular, em função de sua metodologia multidimensional e do fato de que os posicionamentos ontológico e epistemológico do pesquisador são diferentes daqueles preconizados pelo Positivismo. A noção de múltiplas validades não denota a ausência de regras para conduzir a pesquisa. Significa unicamente que, em vez de buscar uma regra universal a ser aplicada a toda pesquisa, devemos reconhecer a existência de distintas regras para diferentes abordagens metodológicas, as quais irão nos fazer relatar realidades de modos diversos (SAUKKO, 2003).

## APÊNDICE B – Transcrição Entrevista Leonardo Lacca

**Roberto:** Como é que começou para você o papel de produtor dentro da Trincheira?

**Leonardo:** Na verdade eu não me considero o produtor por vocação. Eu acho q eu não tenho o perfil de produtor. O ato de produzir é mais por uma necessidade... Tipo assim, de enxergar uma demanda mesmo interna da Trincheira... Por uma questão de confiança e tentar viabilizar os projetos. Porque na Trincheira são 3 diretores e roteiristas que querem... O principal ofício, digamos, dentro do cinema é a direção dos 3. Meu, de Tião e de Marcelo. Só que como eu tive essa experiência com o café, essa experiência como empresário, eu também despertei que eu teria uma possibilidade de produzir e eu também tenho uma curiosidade de passear pelas outras funções. Por exemplo, eu já fiz direção de arte, assistência de direção, fotografia, montagem... E agora eu to fazendo produção. Em última instância sempre fui eu que produzi meus filmes, de uma maneira indireta, isso é uma característica nossa. Produzir os próprios filmes para tornar-los viável. Esse filme “Animal Político” foi uma declaração mais objetiva de “eu sou o produtor do filme e Tião é o diretor”. Aí o filme foi crescendo um pouco no sentido tanto de roteiro, quanto de estrutura. Foram entrando mais pessoas, mas eu continuei produzindo e eu também vou ser o montador do filme.

R. É um longa ou um curta?

L. É uma boa pergunta porque inicialmente ele é um curta, só que... Como todo projeto de cinema é uma coisa viva no sentido de que desde a idéia do roteiro, filmagem até montagem ele vai mudando de acordo com a mudança da pessoa esse filme também mudou um pouco, aumentou o roteiro. É um filme que a característica dele... Digamos que ele tem uma narrativa um pouco parecida como se fosse um personagem de uma história em quadrinhos e essa narrativa tem um potencial muito grande de novas idéias. E aí novas idéias foram surgindo e hoje em dia eu acho que nem Tião, o diretor, sabe se ele é um média ou um longa, assim, porque no Brasil pelo Ministério da Cultura se eu não me engano curta é até 15 minutos ou 20. Em alguns festivais até 30. Mas com certeza esse filme vai ter mais de 30 minutos. Eu não sei se ele vai passar dos 60, que a partir de 60 já é considerado longa, mas também a gente tá privilegiando o filme e não a duração pré-formatada. Isso é um pouco ruim no sentido do mercado, porque média metragem no Brasil realmente é negligenciado, não tem festival de média e eu acho o formato bem interessante que dá pra congrega 2 por sessão, 3, eu acho uma coisa interessante assim do que ter, por exemplo, 6 curtas numa sessão cada um com 15 minutos, mas infelizmente o média no Brasil, assim... Festivais internacionais até tem muito assim, muitos festivais de média, mas no Brasil eu não sei o que é, eu acho que é exatamente a classe média, né e o média (riso, deboche)...

R. Mais uma média...

L. É... (riso, deboche)...

R. Você tocou no ponto do mercado. Como você avalia o mercado de cinema em Recife, Pernambuco de modo geral, passando pela produção, distribuição até a exibição. Como você vê isso?

L. Eu acho que a gente avançou muito no sentido de produção... E eu enxergo várias manifestações diferentes de estilos de produção, elas convivendo, tipo de uma maneira às vezes saudável, às vezes não, enfim. Por que existe... Como tá tudo pautado pelo edital do Governo e tal, isso pode gerar uma discordância política em relação a orçamento, essas

coisas, mas eu acho que Pernambuco tá com uma produção até no sentido de profissionais muito madura, você vê até desde técnicos, por exemplo, aqui na Fundação Joaquim Nabuco no CANNE tem uns cursos de chefe de elétrica, assistente de câmera, tipo bem voltado para o mercado convencional e também profissionalizante, a Universidade (Bacharelado em Cinema na UFPE) também tá aí e digamos que supre a demanda de estagiários e você vê o pessoal se focando em coisas específicas porque quem quer fazer cinema de uma maneira mais espontânea a maioria quer ser diretor mesmo porque o interesse surge a partir de uma vontade de se expressar... Então a maioria quer ser diretor, roteirista e tal e aí você ver que quando chega na Universidade um interesse por outras áreas também que ficam ao redor da direção que sei lá: fotografia, montagem, crítica também, produção... E aí eu acho que o mercado da produção no sentido de produzir filmes ele tá bem maduro, assim. Esse edital (FUNCULTURA Audiovisual) é um dos maiores do Brasil, tá enfim, e aí no sentido de distribuição e exibição eu já vejo um problema. Pra curta metragem... Eu acho que tem curta metragem que até mais exibido do que filme de longa é incrível assim. Tipo tem o caso de “Eletrodoméstica” de Kléber (Mendonça Filho) que rodou milhões de festivais, milhões não, mas centenas de festivais e isso aí se fosse computar o público, é um público que deve superar o de muito filme brasileiro comercial sabe... Até o fato de, por exemplo, de você exibir no Cine PE já são 3 mil pessoas, tem no filme no Brasil que não atinge 3 mil pessoas entendeu. Mas o mercado de curta ele fica ainda restrito para festivais. Têm algumas... Digamos... Algumas tentativas de gerar circuito, entrar em cartaz. Tem um programa “Curta Petrobras às 6” (Governo) que exhibe no Brasil todo assim, tipo tem os programas que eles ficam se alternando nas salas do *multiplex* às 6h (18h) de graça só que é um horário muito ruim e ninguém vai, entende. Tem os cineclubes que eu acho que é uma boa alternativa assim pra exibição só que aí não é comercial, assim você não tá falando de mercado, tá falando só de exibição. No quesito de longa, você vê tipo... Tropa de Elite bateu o recorde aí de Dona Flor (e seus dois maridos) e tal, mas contou com uma verba publicitária gigantesca e é um filme... No sentido... Eu acho que a temática dele tem um apelo muito forte... Enfim eu acho que o público não chega ao cinema. Eu não sei dizer se é por causa de ocupação de salas por parte dos filmes americanos. Eu acho que isso é um fato. Eu acho que... Salas no interior que fecharam... Eu não sei. Eu acho que não existe uma causa, mas são várias e aí o desafio hoje do cinema brasileiro é distribuição e exibição. Eu também acho que não tem a haver com a temática, porque filme brasileiro tem uma tendência assim a se radicalizar: ou é um filme muito comercial que é a novela no cinema ou é um filme que as pessoas vão achar muito autoral e tal, alternativo. Acho que falta um meio termo, mas eu acho que não é o caso de mudar o estilo e se adequar ao mercado que aí eu acho que vira uma publicidade sabe...

Pausa. Funcionária do Café Castigliani pede orientação sobre como fazer determinado café.

R. Vamos voltar aqui. Você falou que a projeto do filme começa em torno do roteiro e a partir dele você articula toda a equipe. Então como se dá essa agregação, esse movimento, essa idéia que chega do roteirista, do diretor até você montar a equipe toda?

L. No nosso caso específico, o mais importante é uma afinidade artística junto com uma afinidade de personalidade, daquilo que acredita, de energia também. A gente dá muito valor a um bom relacionamento no trabalho, pessoas que a gente tem algum tipo de ligação, inclusive afetiva, ou seja, é um cinema que tá muito ligado à amizade. Isso é uma palavra realmente pra gente...

R. É a brodagem?

L. Não é brodagem. É amizade no sentido de... Porque brodagem é aquele negócio que você faz de graça. Você pode trabalhar com amigo pagando a ele, tipo você ganhou um projeto de edital e você paga a ele, é um amigo. E você trabalhar com ele sem pagar por ele acreditar no projeto e ele também é um amigo. Então não é a brodagem que tá pautada assim, é uma questão de amizade. Eu tava lendo sobre cinema feito por amigos... Não sei onde, algum cineasta falou, eu vou... Enfim, se tu botar amizade e cinema (no Google) tu vai ver que não é uma coisa nova, entendeu? Tipo sei lá a “*nouvelle vague*”, por exemplo, eles eram amigos...

R. O Cinema Novo...

L. Existe uma amizade... Tipo, amizade é um fator. E aí digamos que por uma questão misteriosa eu não sei se a gente é amigo porque admira o trabalho, eu tenho certeza que não é por isso, mas tipo termina que as coisas ficam equilibradas: a amizade e a afinidade estética, artística. Isso é um fator é... Digamos que em alguns casos, por exemplo, uma vez... O primeiro filme que a gente fez com mais dinheiro que foi o “Muro” a gente contratou um fotógrafo de fora que tinha alguma indicação assim de algumas pessoas, mas o principal é que por coincidência a gente também virou amigo dele assim, ele é uma pessoa massa, assim uma pessoa legal. Foi... Mas aí a gente... A partir de algum tempo já a gente não trabalha com alguém desconhecido, entendeu? A gente não vai chamar porque o cara é melhor profissional, até porque como a gente acredita num cinema mais artístico, a gente... Não existe objetivamente um melhor, entendeu? Existe o que... Aquele que você vai ter uma comunicação mais fluida, aquele que você vai... Acrescentar no seu projeto e aquele que vai lhe entender, então, que é uma comunicação mais fluida, então não necessariamente o melhor vai... Tipo assim, Walter Carvalho nunca gostaria de trabalhar com ele assim, primeiro porque eu acho que ele nunca ia me ouvir (risos) e segundo porque eu acho que eu não teria dinheiro para pagar a ele. Tá entendendo? Então a gente forma uma equipe muito baseado nisso assim e também claro que depende do filme, assim, se for um filme sem dinheiro aí é que realmente tem que ser amigo, tem que ser pessoas que acreditam no projeto, pessoas que teriam disponibilidade pra isso e aí geralmente é uma equipe menor, o filme também é mais possível, tá entendo? É uma série de fatores que fazem com que a gente consiga...

R. Como você vê hoje a posição da Trincheira, a importância da Trincheira, se olharmos em retrospecto: “Décimo Segundo” que foi teu e foi pra Brasília e voltou com prêmio; “Muro” de Tião que foi a Cannes e voltou com prêmio; “Vigias” de (Marcelo) Lordello que foi selecionado pra Brasília... No cenário de Brasil... Como você vê a produtora?

L. A produtora... Eu acho que de uma certa forma é... Ela tá conhecida tipo, também essa questão dos festivais, por exemplo, agora mesmo o cara do festival de BH (Belo Horizonte) ele tava falando sobre um novo triângulo do cinema brasileiro que não é tão novo (ênfase), mas que é uma ligação entre Minas Gerais, Pernambuco e Ceará. E aí ele falou pra... Ele convidou... Isso aí é meio segredo e tal (riso)... Mas ele falou pra fazer uma mostra que seria justamente a Trincheira (PE), a Alumbramento do Ceará e meio que a Teia de Minas Gerais, entendeu? São 3 produtoras que são coletivos que fazem filme autoral que é... Enfim que produzem e que vão para os festivais. Tipo realmente que os festivais são aglutinadores de pessoas, eles são mobilizadores também e são legitimadores também. Porque, por exemplo, se você tem o filme no festival significa que... Até porque aquele negócio que eu falei do mercado de curta metragem como é que você exhibe... O festival é a principal vitrine mesmo, aí termina uma coisa automática, mas também eu não acredito muito nisso, porque a Alumbramento é uma produtora que distribuía muito pouco, começou bem recentemente, há dois anos a distribuir mais assim pra entrar em festivais e

aí (o Festival de Cinema de) Tiradentes foi uma abertura muito grande pra eles, o Festival de Tiradentes que no Brasil foi um dos primeiros que começou com... Não é que começou é que realmente deixou muito latente essa questão de curadoria, essa proposta de uma visão de seleção, uma seleção não como eu tava falando dos melhores, porque não necessariamente... Porque tem essa questão do perfil dos festivais também e aí eu acho que a gente vai fazer uma mostra da Trincheira em Londrina (PR) também... Eu acho muito bom de reconhecer a gente como grupo porque realmente a gente tem uma amizade, uma afinidade, tá entendendo? Eu acho bom isso. A gente conversa muito sobre projetos, sobre as idéias, a gente tem tentado se unir mesmo e aí começou também como um coletivo... Enfim, eu acho que as pessoas enxergam a Trincheira com... Têm uma boa visão da Trincheira

R. E dentro da Trincheira, como o papel do produtor é visto?

L. A gente... Ninguém da Trincheira é casado com uma produtora (risos)... Que tenha um produtor fixo assim. Tipo eu acho que tem grandes parcerias... Eu falo isso brincando porque tem grandes parcerias no cinema mundial de produtoras com diretores e a gente tem aqui em Recife, em Pernambuco, gente que vê essas parcerias que eu acho incrível assim e não é à toa pensado, mas é uma coisa que termina sendo uma relação de confiança porque o produtor e o diretor tem que ter uma relação de confiança muito grande tá entendendo? A pessoa que tá cuidando do dinheiro do filme, enfim, eu acredito muito nisso. A enxerga o produtor... Olhe eu vou dizer que até um ano atrás eu não teria idéia de quem chamar para produzir meus filmes e tal, mas hoje... Tem uma coisa engraçada. Quando eu comecei a produzir o filme de Tião eu também comecei a chamar produtores pra trabalhar comigo no filme de Tião e eu também trabalhei no filme de Kléber, "O Som ao Redor", e aí também convivi com algumas pessoas que até eu tenho afinidade de amizade só que nunca tinha trabalhado com eles em produção... Agora hoje eu tenho uma visão assim de várias pessoas que podem ser produtores do meu filme ou do de Tião ou de Marcelo no futuro. Assim por ser produtor e ter trabalhado e ter visto como é o trabalho das pessoas. É quase como... Eu tenho muito receio do produtor porque eu acho que tem que ser alguém que você confia. Não tem como não ser...

R. Então confiança seria a palavra...

L. Confiança e também eu acho que no caso do produtor tem que ser uma pessoa séria e muito responsável...

R. E ainda sobre o produtor. Como é que você avalia esse papel se a gente partir para o cenário local. Como é que você a importância do produtor pro desenvolvimento da área? No último SOCINE (Encontro da Sociedade Brasileira de Estudos do Audiovisual) aqui em Recife, o Paulo Caldas comentou que na cidade existe tanto diretor de cinema e roteirista que se colocassem todos eles em fila enchia a Avenida Caxangá (maior avenida da cidade) de ponta a ponta...

L. Eu acho que ele tá certo nesse negócio do diretor por aquilo que eu falei. Ele também é diretor... É raro um produtor que se apaixonou pelo cinema e quer viabilizar ele sem interferir na proposta criativa, muito raro. E eu acho que é porque não tem formação mesmo. Hoje você já tem... E também eu não vejo escola aqui em Pernambuco de produção, é feito na música também talvez. Na música você vê que a maioria... Todo mundo é músico, mas na música você vê que tem uma diferença pro cinema, porque cinema realmente não é careta de produzir assim precisa de muita dedicação, muita predisposição, muita... Precisa se debruçar bastante sabe. É isso sabe, eu acho que ele realmente tá certo, falta produtor mesmo em Recife. Agora ao mesmo tempo É

contraditório porque... Eu não necessariamente, tipo o fato de que se tivesse muitos produtores eu iria me sentir confortável porque eu não sou do tipo de pessoa que vai pegar um produtor qualquer no mercado de produtores é meio dilema assim, como eu vou achar esse produtor. Aí é como eu disse: sem querer eu achei várias pessoas que eu confio hoje porque eu entrei no lugar... Assim perto deles. É uma questão de sorte mesmo.

R. Então seria amizade e confiança a base pra estruturar isso... Tem o caso do João Jr. com o Marcelo Gomes que tá se repetindo...

L. Talvez João (Júnior da Rec Produtores) tenha outro mecanismo porque, por exemplo, tem o caso clássico pra mim que é de uma amiga nossa Lívia que é uma produtora incrível. Ela começou com a gente. Ela produziu “Eisenstein”, o filme de Marcelo, “Vigias”, e ela foi... Como é uma produtora e é uma pessoa que tem uma energia incrível e é uma profissional muito do bem, competente e ainda era nossa amiga... Ela foi tipo assim absorvida pelo mercado e digamos que ela não tem como por uma questão de vida adulta... De permanecer produzindo com a gente de uma maneira como a gente continua dirigindo. Ela precisa ganhar o dinheiro dela e tal, enfim, ela foi, ela passou pela REC porque a REC tem isso de estágio, assistência e aí ele vai desenvolvendo amizade ao mesmo tempo que pega pessoas e vê que é competente e tal, mas amizade ali também não vai ser o suficiente, vai ser competência. E ficou claro pra mim que ela foi absorvida mesmo pela REC. Hoje, ela trabalha na REC mesmo eu não sei se é e carteira assinada e tal, mas ela é da REC, entendeu? Tipo ela viajou e passou um ano fora. Voltou e fez um filme da REC. Até a gente tirou onda porque no meu longa eu queria que ela fizesse e espero que ela possa, mas não sei se ela vai poder...

R. Pelo menos emprestada...

L. Eu não sei! Quando eu falo que ela é da REC eu acho que é uma coisa muito boa. Ela trabalha e é um lugar que eu acho que deve ser bom de trabalhar. Faz filme massa e ganha dinheiro, então, é uma produtora estabilizada como tu falou. A gente não tem como garantir uma coisa dessas pra um produtor tem que ser um que queira se arriscar e ajude a gente a fazer projetos e acredite e tal e tenha um perfil parecido com a gente no sentido de direção. Então, produtor também é como se o diretor só vá fazer o projeto autoral no nosso caso, tipo, Marcelo ainda trabalha com alguns projetos tipo assim comerciais... (pausa, o café foi servido, cumprimenta alguns clientes), de fotografia, montagem. Tão menos. Eu tenho o café e às vezes posso vir a trabalhar, então o produtor precisa pegar mais trabalho e a gente também tem outros mecanismos tipo desenvolvimento de roteiro... É isso... No nosso caso é difícil ter um produtor pra se casar com a gente e ser nosso produtor... É complicado.

R. Léo, você tocou num ponto que a questão da formação de platéia. Como é que você vê esse cinema (sala da FUNDAJ) e outras experiências como essa em Recife?

L. Eu acho muito importante... Além da Fundação, a presença do Janela (Janela Internacional de Cinema, festival) que é um festival que tem uma curadoria mesmo... Porque pronto, o Cine PE ele é traçoeiro porque a própria ideologia dele... O que tem por trás é uma ideologia que é um pseudo-mercado que não consegue ser mercado, mas se vende como uma coisa bem glamorosa assim cheia de atores globais e tal e a exibição não é o principal e tem essa questão de quantidade que realmente chama atenção de todos os festivais do Brasil por ter 3 mil pessoas por sessão, isso chama muito a atenção das pessoas fora, mas no sentido de formação de platéia de oficina, debate ou alguma coisa assim não tem o menos esforço, inclusive não existe nenhuma intenção de agregar o realizador com o público, os debates não são debates são coletivas de imprensa num hotel longe, então é um

festival que o mercado dele é... O cara (Alfredo Bertini diretor geral do Cine PE) deve ganhar muito dinheiro viu, ele deve gostar de cinema e tal, mas não compartilha... É bem diferente do Janela que tem um perfil... Óbvio eles têm que ganhar dinheiro, eles devem receber, eles precisam né, eles estão trabalhando, mas eles fazem porque acreditam no cinema e fazem porque privilegiam o filme independente do ator que esteja, privilegiam a exibição, o debate depois da exibição... Tipo uma conversa do realizador com o público, a interação, a troca, tá entendendo? Então eu acho que festival de cinema é um grande formador de platéia, além da Fundação também e talvez o cinema São Luiz com as sessões de clássicos que aí é uma coisa bem interessante no sentido em que você vê o filme em 35 mm como ele foi pensado pelo diretor não é na televisão. Outro âmbito que tem um papel importante eu acho que são os cineclubes... O Barravento na Federal (CAC-UFPE) que teve durante muito tempo foi um grande formador de platéia O Dissenso aqui na Fundação também...

R. Que também saiu de lá inclusive...

L. Exatamente. Eu acho que tem um na Católica (UNICAP) também, mas eu destacaria o Dissenso como um grande cineclube. Aí tem, por exemplo, outras iniciativas que eu acho que termina por formar platéia. Eu acho que Internet também essa possibilidade de você pegar um filme tailandês sei lá feito por um realizador local que fez na raça, você pegar esse filme e assistir aqui... Eu acho isso maravilhoso como influência mesmo para algo cultural e tal.

R. Vamos pra outro ponto agora Léo que é a questão do Governo. Você já falou do Edital do Audiovisual do Funcultura, como é que você avalia hoje o papel do Governo na produção de filmes aqui em Pernambuco? Vamos começar por aqui e depois podemos falar em nível nacional... Mais uma vez sobre as três etapas do cinema: produção, distribuição e exibição...

L. É porque no sentido de produção é o que eu falei tipo, só vem pra causar um boom maior ainda na produção. Porque antes do Funcultura Pernambuco já tinha um destaque em festivais, agora pra ser sincero eu não percebo um avanço proporcional no sentido de quantidade de produção que vem sendo feita à representação em festival assim... Antes de ter o Funcultura já tinha uma representação muito forte. Hoje, continuou, tem uma manutenção dessa representação...

R. Mas pelo dinheiro que é investido deveria ser muito maior...

L. É... Muito maior talvez, eu acho. Mas também quando aumenta tipo... É um movimento meio lento porque você aumenta a verba, mas não necessariamente vão ter projetos suficientes muito bons para contemplar essa verba. Vai terminar que vai entrar uns que não entrariam normalmente, tá entendendo?

R. Só para aquele dinheiro não ter que voltar...

L. Exatamente. Tá entendendo? É como se fosse assim: você de repente tem um Ari Severo (edital da Prefeitura de Recife) que são dois curtas por ano e não tem nenhum negócio de longa, são patrocínios meio de balcão e aí vem um negócio de 2 milhões que premia quatro longas e mais 2 milhões...

R. 8 milhões esse ano...

L. É... Mais 10 curtas, tipo assim... Aí a demanda ô (gesto de crescimento) e entra muita coisa ruim também, mas agora eu acho que tá se acomodando. Fora isso, deixa eu ver... No sentido de distribuição tipo é um problema que não é local, é tipo nacional. Tipo... tá bom,

alguns filmes são garantidos que vão ter distribuição, mas não são garantidos de público, mas é muito louvável ter a manutenção dos cineclubes... É um edital muito amplo... E até teve uma discussão nesse sentido nesses dias na lista da ABD (Associação Brasileira de Documentaristas e Curta Metragistas) que se fala um pouco que a ABD lutou muito por esse edital, foi uma das grandes mobilizadoras da classe pra conseguir esse edital e pra configurar também é muito aberto eu percebo. Por exemplo, na reunião passada numa das únicas que eu fui sobre as regras do edital teve um pessoal de TV lá que brigou e conseguiu assim uma verba maior na hora tá entendendo? Tinha pra curta e TV e eles tavam falando tinha a TV Pernambuco e o cinema tem uma verba muito grande no Edital do Audiovisual, vamos tentar pelo menos equilibrar com os curtas e eles conseguiram... Então é um edital bem ambicioso no sentido de que quer abarcar tudo e termina por dar uma instigada bastante na produção... Tem coisa sendo feita a todo momento. Eu me lembro de quando eu comecei eu cheguei a fazer um curso com Maria Pessoa, ela fazia curso de 16 mm, e ela falou, por exemplo, “tem 2 curtas sendo feitos na cidade”, no ano todo, tá entendendo? Tinha essa noção meio “uau” tão fazendo 2 curtas e eu lembro que a gente tava fazendo um também que ela não considerava filme porque a gente era digital, enfim, mas aí já são outros quinhentos...

R. E do ponto de vista do Governo Federal depois de 8 anos do governo Lula...

L. Realmente a política cultural é impecável assim... E ela é bem ampla, mas ampla ainda do tipo sei lá... Tem concurso de audiovisual do tipo “Revelando os Brasis” pra municípios com menos de 10 mil habitantes, assim tem pra manifestações religiosas... Pontos de Cultura, é muito amplo. Fora os editais mais convencionais tipo longa metragem de baixo orçamento, curta metragem de ficção, documentário e animação, curta metragem infantil, no sentido de incentivo à cultura por meio de editais abarca muita coisa. Agora, proporcionalmente, por exemplo, você premia no edital do MINC são 7 longas metragem de 1,2 milhão cada, mas proporcionalmente para um edital de Pernambuco, Pernambuco é incrível... É uma possibilidade para vários tipos de manifestações cinematográficas.

R. Você falou na classe... Você vê um setor hoje estruturado...

L. Eu vejo assim que há alguma discussão, mas não há uma participação ativa. Tão programando um sindicato de pessoas do audiovisual, ainda é muito incipiente. Mas tudo depende de como você enxerga. Por exemplo, eu não tenho a intenção de trabalhar muito na produção dos outros só entre eu, Tião e Marcelo... Eu não sou um profissional... Eu fiz preparação de elenco por exemplo, eu não vou fazer preparação de elenco em qualquer filme entendeu? Eu vou fazer preparação de elenco se for o caso porque eu não sei se vou fazer mesmo no de Marcelo, no de Tião, eu fiz no de Kléber, no meu eu sempre faço... Mas tipo assim, eu não vou colocar o meu currículo num site pra preparador de elenco, então eu não sou muito ligado mesmo.... Assim não, mas a força da classe do cinema pernambucano está em conseguir essas conquistas de edital mesmo sabe, de cursos profissionalizantes, isso eu acho bem importante.

R. Como você falaria... brevemente esse panorama do cinema feito em Pernambuco hoje, como é que tu falaria sobre isso?

L. Eu acho que é muito diverso. Quem tá fazendo hoje em dia assim ficou mais diverso ainda com o surgimento da Universidade. O cinema carioca... O cinema carioca salvo algumas exceções, o cinema carioca em si é um cinema que eu considero deprimente porque é um cinema que reflete uma questão de representação audiovisual que ele já se vê muito na tela da televisão, então isso aí eu acho que polui mesmo o cinema, sabe? Sem querer ser purista, mas o cinema de Pernambuco eu vejo uma... Uma coragem é foda, mas

um desprendimento mesmo a fórmulas, a atores famosos, eu não uma necessidade assim... Alguns até podem ter, mas eu não vejo isso como uma premissa. Eu acho que tem uma questão de autores mesmo bem forte. O cinema feito pelo pessoal daqui que entrou na faculdade, na Federal e tal, eu não conheço muito, mas mesmo assim eles se formando eu não estou vendo um mais do mesmo sempre, assim. Por exemplo, o pessoal da Asterisco que ele ganhou o melhor filme em Brasília e tal, o Felipe, é um festival com uma vertente bem política assim eu acho bem interessante... Tipo a Símio que é muito diversa entre eles... Eu não identifico uma coisa em comum, o que eu posso arriscar é desprendimento e uma questão e autor também...

R. A única unidade é a diversidade?

L. Exatamente. É muito diverso.

R. Pra finalizar quanto à questão da produção vamos pegar o exemplo do filme que você está trabalhando agora, o filme do Tião (“Animal Político”) como é que o filme foi organizado desde a idéia do roteiro até esse início de filmagem?

L. Ele foi um roteiro que durante a filmagem do filme ele cresceu. Só pra tu entender por questões específicas do filme a gente filmou desde março aí voltou a filmar no mês passado e vai voltar a filmar agora em dezembro e vai filmar em janeiro. Ao todo, sendo realista, são uns 45 dias de filmagem isso não é comum assim pra um filme que pode não ser um longa. Por exemplo, o “Som ao Redor” que eu trabalhei de Kléber, foram 36 dias de filmagem e é um longa assumido. Isso tem está relacionado com nosso estilo de produção que tenta ser um pouco mais calmo, um pouco mais tranqüilo, mas ao mesmo tempo, é um filme que foi se transformando e virando grande e confesso também... Que por causa disso se perdeu um pouco o controle e retoma. É um filme que tipo assim tá durando, mas também acontece. Por exemplo, esse último filme de Kléber, ele demorou um ano e meio filmando tipo assim porque tinha umas questões climáticas... No nosso caso, tem umas questões específicas do filme, de transporte, de objetos de cena que são muito específicos, então... Tem muito animal em cena... Como eu te disse, o roteiro tem um potencial muito grande e foi crescendo e isso aí se reflete na produção.

R. Léo, deixa eu tocar num ponto aqui para a gente finalizar. Em 2008, Marcelo (Lordelo) tocou nesse ponto... E hoje, falou de Internet, do (cinema) digital. Você encara que a tecnologia, a inovação... Elas funcionam a serviço da idéia de você ou seria o contrário a idéia a serviço disso? Marcelo falou na época também sobre o fetichismo tecnológico, mas em contrapartida o digital pode baratear todo o esquema de produção...

L. ... É. Eu acho que o digital tanto pode potencializar a produção, assim, tipo... Mas eu atribuo ao digital o fato de eu estar fazendo cinema. A gente começou fazendo assim com uma camerazinha qualquer e fez... Entendeu? Eu acho que tem esse lado e tem um lado também de uma banalização, tipo de muito lixo que é feito, porque como barateia você termina por querer abarcar tudo pra depois escolher, tipo... Aí muito gente deixa de pensar por causa do digital, entendeu? E o digital também possibilita alguns tipos de propostas, tipo propostas que tem a ver com duração de tempo, sabe... Um tempo maior. Tipo assim, eu fiz um curta que realmente não teria como ter sido feito em 35 (mm) porque tem um plano que demora, que dura um tempo que não teria como filmar em 35 esse plano, nem em 16 (mm), entendeu... Dura 17min. Não teria como, tá entendendo? E foi uma opção de linguagem, então o digital pode tá a serviço da linguagem, pode tá a serviço de uma estética também que teoricamente, inicialmente, podia ser uma estética bem diferente limitada, mas hoje em dia você pode, tem opções de que forjar uma película, mas também acho que não é o objetivo. Eu acho que é assumir mesmo o digital e a natureza dele,

entendeu? E também usar como potencial de... É... Psicológico mesmo, por exemplo, a película tem uma noção de desperdício assim que eu acho que pela minha personalidade eu ficaria muito preocupado de tá rodando, rodando, e o dinheiro passando e se der errado, entendeu? É uma coisa que você não deve pensar, mas eu me conheço. E o digital de certa forma dá um conforto maior...

R. Você vai testando até o limite de encontrar aquilo...

L. É... Liberdade assim pra alguns tipos de filme que acho que tem a ver com os que eu faço.

R. Deixa eu te fazer uma última pergunta...

L. Não, tranquilo...

R. Que é sobre a questão do tal “o cinema pernambucano” essa etiqueta, ou essa unidade. A polêmica do “árido movie” e a tentativa de dar um nome a esse movimento, por exemplo. Tu acha que dá pra gente falar em um movimento ou dar um nome a esse movimento?

L. (pausa)... Acho que não. Até porque, por exemplo, eu não considero que esse pessoal me influencia, entendeu, no sentido estético. Eu só fui ver filmes deles bem depois assim, sabe? E Tião, por exemplo, nunca viu nenhum assim... Você só ver se quiser ver mesmo e eu acho que existe uma tentativa... Tipo, da universidade assim que eu não to criticando, mas eu percebo essa tentativa de apresentar o cinema pernambucano... Eu acho isso muito louvável bem na formação, então isso aí vai ter uma influência muito grande no sentido de estilo e tal... Mas as maiores influências da gente não vêm do cinema pernambucano. No sentido político... Assim é herdar apoios, é herdar um edital que foi uma luta de uma galera mais velha e tal... Isso aí influencia diretamente, mas no sentido estético não existe uma conversa também... É mesmo forma de... Influência não necessariamente vem de cima pra baixo assim, por exemplo, eu considerar que Cláudio Assis me influencia é a mesma coisa de eu achar que eu influencio ele porque eu só comecei a ver filme dele... É depois de já fazer... Termina por influenciar... Porque se eu vejo, eu vou assumir que tudo me influencia... Mas se ele ver um filme meu também, ele vai ser influenciado também. Então eu não vejo uma lógica aí de achar que o cinema pernambucano tá caminhando por uma trilha de evolução estética coerente e tal. Até porque não existe uma troca...

R. É uma outra geração, é uma outra história...

L. É eu acho. E também a geração do caso que eu tava falando, do Cláudio Assis, é uma geração que sofreu um pouco com isso assim de produzir, a gente tem uma facilidade maior, um desprendimento maior assim com o digital, sabe... É uma questão do que acredita mesmo assim... Sabe?

## APÊNDICE C – Transcrição Entrevista João Vieira Jr.

João Jr.: Agora eu posso te contar o seguinte, veja só... A REC, ela tem 13 anos... Tá fazendo. Eu me tornei produtor primeiro porque assim eu sempre tive identificação com as artes e nos anos 80 eu mordi um pouquinho de cada coisa. Eu fiz teatro, fiz não sei o quê, eu fiz um curta... Eu estudei Direito, de formação, e entendi que em um certo momento, quando acabei o curso, que eu não queria ser advogado, aí talvez assim, desse meu grupo de amigos todas as pessoas que tinham um mínimo de organização acabavam como produtor, não como roteirista, nem como diretor ou talvez eu não tivesse mesmo a cabeça que levasse a isso, levava mais a coisa do planejamento e o Direito de uma certa forma me ajudou muito, porque ele te ajuda a pensar por hipóteses: se eu escolher esse caminho, como é que vai dar? Isso vai se transformar nisso, nisso e nisso... E isso vai dá em tal e nisso outro. De certa forma isso é uma idéia de planejamento... De estratégia. Que você acaba trazendo... Isso é empírico, isso nunca foi planejado como se deu, mas aí nos anos 90 quando se tinha uma super dificuldade não dava pra se ter um plano de cinema... Governo Collor, fim da EMBRAFILME e tal... E eu felizmente naquela época eu fui trabalhar numa produtora que é muito grande e muito conhecida aqui que é a Center Produções (Multimídia) e na Center eu fui diretor de atendimento e diretor de produção, onde me colocavam... Eu não fazia exatamente naquela época como eu também não faço hoje a produção de set, né. Eu geralmente não estou no set, mas mais do que isso eu fazia atendimento ou então ia nas agências e entendia os prazos, a idéia e tinha que satisfazê-lo ali como cliente, então, anos depois, eu passei 6 anos na Center, quando eu resolvi abrir a REC eu acho que a publicidade ajudou muito, além do curso de Direito antes, a que eu planejasse uma empresa minimamente organizada como... Eu sou de uma geração... Esses compromissos que eu assumi trabalhando pra produção de publicidade eu trouxe, e talvez empiricamente pra produção de cinema no começo. Hoje, não, a gente tem um pensamento de gestão, a empresa se profissionalizou, mas mesmo nos primeiros anos da REC tudo isso era mais empírico, não era tão planejado, tão intencional, mas tinha esse background, tinha esse repertório anterior com essas passagens que faziam com que você estabelecesse cronograma, prazos pra você mesmo, mandasse um relatório pra um investidor, que era uma coisa vinda da experiência na publicidade, né. Que era uma coisa que eu tinha que dar lucro, que eu tinha que manter meus orçamentos sempre na linha nessa empresa e tinha que satisfazer sempre os clientes, seja o Bompreço, o Shopping Recife, quem fosse na época da publicidade. Acho que isso fez um diferencial pra que a REC tivesse assim, por exemplo, a visibilidade que ela tem hoje. Obviamente, essa visibilidade foi conquistada por conta dos produtos que a gente lançou e eu acho que essas experiências de antes me ajudam como produtor, uma coisa que eu sempre persigo é primar pela qualidade técnica e artística. Pela qualidade técnica, é um pensamento da produção; pela qualidade artística é pelas parcerias que você vai fazer com os diretores, porque mesmo que produtoras menores, por exemplo... (pausa e troca de tom) porque a gente ganha editas, adicionais (de renda, também por meio de editais) daí elas acham que a gente faz cinema comercial, né. Uma ignorância assim descabida. Na verdade a gente no Brasil, produtores do *meu* tamanho, só conseguem fazer o cinema autoral né. O comercial tá longe da gente. Agora... Aliás, até quem tem um cinema assim de mais resultado de bilheteria também não é indústria eu acho assim, ainda tá longe do que é realmente um cinema comercial porque todo mundo sai atrás de dinheiro de editais...

R. Da mesma forma...

J. É e ninguém faz investimento direto do bolso, nem Daniel Filho.

R. João, nesses 20 anos de produção cultural, o que você poderia destacar de mudanças ocorridas nesses anos para garantir a visibilidade do setor em Pernambuco, do ponto de vista estratégico?

J. Se a gente olhar pra 20 anos, o grande divisor de águas foi... Eu percebo assim, eu acho que tem 3 coisas: primeiro é o governo Lula e especialmente o ministro Gilberto Gil. Talvez eu não conseguisse ser a produtora que eu sou hoje... Aqui na REC pra gente sobreviver e fazer... Eu tenho 3 sócios. Então, a gente tem áreas de atuação. Eu faço projetos de cinema e TV, o outro faz atendimento comercial e o terceiro o administrativo-financeiro. A gente queria fazer outras coisas, mas a visibilidade e a conquista que a gente tem no cinema nacional tem muito a ver com as políticas instituídas eu acho *especialmente* (ênfase) pelo ministério (da cultura) pensado por Gilberto Gil que trouxe toda essa idéia de descentralização, se prestou atenção às produtoras que estão localizadas em outros estados, em outras praças com a idéia de realmente, quebrar essa hegemonia né, da produção cultural sempre sediada no RJ e em SP, que ficavam com 90% dos recursos. Agora somar isso por si só, não faria a diferença. Inclusive eu sempre me posicionei contra assim... Eu nunca queria ser visto como o piminho pobre, eu sempre desconfiei dessa idéia: vem vamos fazer um edital do BNDES para o Nordeste, aí fica tudo caladinho e não participa do nacional. As pessoas têm que se qualificarem e estarem nos editais nacionais e foi isso talvez que eu tentei, mas eu acho assim que o fato das minhas parcerias com Marcelo Gomes, com Karim Ainouz, com Hilton Lacerda, são muito mais decisivas, porque eu to associado a talentos que são inquestionáveis.

O segundo é o FUNCULTURA, o fundo local, ele se profissionalizou, ele se aperfeiçoou, nesses últimos anos. Eu acho que ele se alinhou também às políticas instituídas pelo MINC, mas ele se aperfeiçoou muito como fundo, porque antes você aprovava um projeto e o que é que aconteceu, você tinha que buscar um parceiro que deduzisse do ICMS, então o governo assim do Estado, ele tinha 4 ou 3 milhões de renúncia fiscal e só 1 milhão era captado por esses produtores e às vezes os arranjos eram questionáveis. Ele entendeu em algum momento do governo que como aquilo ali era um fundo, aquilo vinha do próprio cofre do governo, que ele teria de acessar aquilo diretamente e a produção cultural daqui deu um salto né, sem dúvida, inquestionável. A partir disso, o modelo veio se aperfeiçoando muito e recentemente com o FUNCULTURA eles entenderam as particularidades que a produção de cinema tem e instituíram uma comissão técnica que entende porque o cinema demora tanto, porque ele é uma arte mais cara, porque ele envolve tanta gente, porque ele necessita de tantos recursos, porque as tecnologias são tão diferentes de obra pra obra, de linguagem pra linguagem. Isso eu acho que foi também um grande avanço. E por fim é que eu acho que produtoras como a REC ajudaram a profissionalizar esse mercado. A gente ainda vive... Ainda busca... Por uma formalização desse setor. Ele de certa forma é muito informal ainda, mas eu acho que cresceu muito. Entre o “Aspirinas” (Cinema, Aspirinas e Urubus. Direção de Marcelo Gomes) o primeiro longa da gente, filmado em 2003 e o que eu acabei de filmar agora (Era uma vez Verônica, também do diretor Marcelo Gomes) tem uma larga diferença na postura dos profissionais, na organização do sistema de trabalho.

R. E isso em apenas 7 anos. O que é muito acelerado...

J. É foi muito acelerado. Profissionais que foram estagiários ou assistentes da gente no “Aspirinas”, trabalhando pela primeira vez em cinema, já consolidaram carreiras, como Daniel Aragão, Gabriel Mascaro.

R. Como você avalia, por exemplo, a entrada da Universidade e os outros centros de formação no campo de cinema em Pernambuco. Está chegando uma mão de obra melhor, mais qualificada ou você acha que isso ainda está no começo?

J. Ainda tá no começo. Aqui dentro dessa produtora ainda não gerou isso. A gente tem uma abertura para estágios, para essa troca, agora, sinceramente, eu acho muito cedo para que eu possa avaliar. Agora, como produtor, que trabalha pelo desenvolvimento desse mercado, pelas melhorias nele, eu fiquei muito feliz com a Universidade Federal (de Pernambuco) abrir um curso. Acho que esses jovens têm um desafio que é todos eles ultrapassarem o desejo de serem apenas diretores ou roteiristas. Lembrar que existe uma escala... Que existe em Recife uma deficiência enorme de técnicos de som, existe uma deficiência na preparação de elenco, porque o que tem levado muitas pessoas ao cinema hoje eu temo que seja aquela idéia assim que com 12 anos a pessoa aprendeu a usar uma câmera digital e manipula um programa de edição e acha assim que tá tudo pronto. Com isso às vezes eles esquecem que... E a Universidade pode ajudar com isso, de estudar a linguagem do cinema, de ir ao teatro, de ver as expressões artísticas para que ela possa se formar como diretor. Porque eu acho que o diretor precisa de uma formação muito superior à da Universidade. Agora a Universidade pode contribuir muito pra isso, mas eu acho que direção é um processo de vivências, de amadurecimento profissional, emocional, de entendimento do mundo, filosófico, então eu acho que um diretor não precisa só de um curso de cinema. Pra mim, ele pode sair da Antropologia, da Filosofia, de qualquer outra área, agora desde que ele faça todo esse dever de casa: ter que ir ao teatro, ter que ver as exposições de arte, tem que pesquisar e estudar muito. E talvez o grande barato da Universidade hoje fosse preparar técnicos, agora me parece que a grande maioria quer sempre ser diretor, mas pra ser diretor tem que buscar caminhos muito mais vastos.

R. João deixa eu te fazer uma pergunta agora indo para o filme. Você começou deu início a sua trajetória com o pessoal dos anos 90, o Marcelo (Gomes), e a gente já pode ver uma segunda geração que também tá indo cada vez mais longe. Como é que você avalia essas duas gerações? Ou pra você não existe uma descontinuidade?

J. Eu acho que uma reflete na outra. Essa geração atual tem outros recursos tecnológicos mesmo ou o mercado está se formalizando o que propicia tudo isso. Eu só acho às vezes que o risco dessa geração é ela se perder um pouco na produção e não pensar a obra de arte de um jeito maior. Por exemplo, uma crítica que eu faço a isso é que é a idéia de que você prepara um filme e cria-se, às vezes, um certo ufanismo: ganhou 12 prêmios no festival de Canoa Quebrada. Sinceramente, não significa nada isso pra mim. Eu prefiro que eles estejam mais qualificados e que não ganhem prêmio nenhum, mas que tenha participado do Festival Internacional de Los Angeles que só seleciona 12 filmes do mundo. Ou então essas coisas assim... Tem a mostra latino-americana de não sei o que... Tudo bem, super bacana tá lá, mas por que você faz esses filmes? Faz o primeiro filme porque você está construindo uma carreira. Então, uma coisa é sair dessa coisa bonitinha que sai do jornal e efetivamente quem é que tá construindo uma carreira? Quem é que se preocupa com a distribuição de um filme? Quem é que tem um diálogo com o distribuidor? Quem é que pensa assim um plano de distribuição, um plano financeiro? Porque não adianta as pessoas se matarem pra fazer um filme de 50 mil reais quando o orçamento dele seria de 2 milhões porque juntou toda a sua galera que tava lá, mas faz isso uma ou duas vezes, mas no final quem fez carreira com isso? Quem fez 4 longas, constitui família e colocou a filha pra estudar, pagou um transporte, comprou um carro a partir do seu trabalho?

R. Explica como se dá o diálogo do produtor com o diretor, o roteirista, com toda a equipe. Conta um pouco a partir da tua experiência.

J. Como o cinema que a gente faz é autoral, o principal diálogo que a gente tem é entre o produtor e o diretor e, às vezes, ele começa muito antes de tudo, antes mesmo do projeto, antes de ganhar um corpo esse diálogo já tem que existir e é um casamento, porque depois do filme pronto... 20 anos e essa relação ainda vai existir, então são parceiros que tem que ser muito, muito bem escolhidos. Tem que ser uma relação de confiança e de respeito...

R. De amizade também?

J. De amizade. É que às vezes... Assim, amizade é um dado meu, que acontece comigo, mas eu não acho que seja necessário, mas confiança e respeito têm que ser. Até porque você tratar isso mais profissionalmente também. Não precisa ser padrinho do filho do diretor. Mas se for é melhor porque o negócio é tão intenso e as dificuldades são tantas, por exemplo, “Cinema, Aspirinas e Urubus” foram 5 anos captando para ele ser feito porque era o nosso primeiro filme e com esse título que virou depois um anti-marketing porque todo mundo memorizou isso, mas era super difícil de vender, tinha gente que ria com o nome, mas eu tinha que apresentar isso. Era o primeiro filme de todo mundo. Com o resultado e a visibilidade que esse filme teve, eu achei que fosse assim como um passe de mágica e que 2 anos depois eu estaria filmando o novo longa do Marcelo, mas pelo contrário, passaram 4 anos e as mesmas dificuldades de captação apareceram, então a coisa não mudou tanto assim. Isso é quando você quer fazer formalmente, né, pra que tudo der certo, tendo um prazo, um transporte digno, uma alimentação digna.

R. João, a gente já citou os festivais, o Governo e que outros atores-chave você identifica no campo do cinema que faz com legítima a tua produção. Você já circulou por festivais importantes e tudo...

J. Quando eu falei da profissionalização é o seguinte, equipe de produção é uma coisa fundamental. Quando a gente estiver falando do mercado local, esse é um dado que se profissionalizou muito. Alguns outros técnicos ainda faltam, a gente não consegue por aqui e aí temos que convidar de outras praça, mas a equipe de produção já tem excelentes profissionais no Recife.

R. Você consegue ver um setor estruturado, uma classe. Ou se isso não existe você sente falta de uma representatividade dos produtores?

J. Sinto. Às vezes, tem um lampejo assim de organização, mas ele se dilui muito rapidamente não só entre os produtores, mas entre os técnicos também e o prestadores de serviço. Tem lampejos de organização motivados por certo acontecimento: discutir o edital tal, mas tudo se arrefece assim. Tudo para rapidamente, são muito pontuais. Disso eu sinto falta.

R. E você acha que se ocorresse a criação de um sindicato poderia potencializar... Garantir uma sustentabilidade maior do setor...

J. Sim desde que as pessoas aprendessem que o sindicato... Ele é uma relação bilateral. Ao mesmo tempo que você tem a proteção dele para as questões trabalhistas, mas elas têm que estar muito bem preparadas profissionalmente para prestar esse serviço. Porque enquanto o mercado é muito informal, o produtor pode passar a mão na cabeça. Então, você vai poder também pela profissionalização, pela capacitação das pessoas. Por exemplo, electricista chefe, você não tem nenhum aqui assim como maquinista chefe. Você tem o electricista, o esboço de maquinista, mas um que seja qualificado exatamente, que você levante um problema e ele resolva você não encontra.

R. E como você avalia a questão do mercado de exibição aqui em Pernambuco?

J. Uma vergonha né. Porque se a gente tirar a sala da Fundação (Joaquim Nabuco) e agora o Cinema São Luis, não sobra nada pra gente. A gente só tem as salas de shopping com um agravante muito grande que é o fato da projeção digital só ter num cinema minúsculo que a sala da Fundação. O digital é hoje um suporte importante no mundo inteiro e muitos filmes já deixaram de ser produzidos em película. Mesmo que você capte você pode ter um sistema de exibição final que seja em HD (alta definição). Em São Paulo, se não me engano, já tem em várias salas. Em Recife, só tem em uma sala. Você tem bilhões de outras salas, em outras capitais, inclusive talvez com um público muito menor, mas com uma quantidade maior de salas que talvez possibilita a dupla... Possibilidade de exibição: ou digital ou 35 mm (película). Isso eu acho um atraso significativo pra gente.

R. E em relação ao digital, à tecnologia, você realmente que isso é um caminho sem volta?  
 J. Totalmente desde que as pessoas deixem de confundir o equipamento amador que eles têm em casa pra filmar uma festa de aniversário com uma possibilidade de fazer um filme. Então as pessoas falam digital como se fosse uma palavra mágica, onde tudo acontece dentro desse bojo. O equipamento digital não barateou os custos da produção de cinema de forma alguma. Você pode ter barateado o acesso a uma câmera, mas a finalização, você colocar, você ter um material de qualidade não é com numa fita mini DV tem que ir pro high definition de qualquer forma e isso é similar aos preços de finalização que você já tinha com 35. Isso é muito diferente assim porque é um conceito gigantesco a idéia do digital, então aquele velho menininho com 12 anos e a câmera do pai acha que pode fazer um filme bacana, mas não faz. Porque aí faz e passa aqui na TV Universitária, entendeu. Mas se ele quiser entrar nessa de comercialização não vende pra nenhuma TV de lugar nenhum do mundo porque não obedece aos critérios, ao padrão de exigência, que as pessoas têm pra comprar, pra adquirir, pra exibir, pra ir nos grandes festivais.

R. E ainda em relação à exibição, vamos agora sair da sala de cinema e vamos pro público. Como você avalia o público consumidor de filmes aqui em Recife? Ele está muito a mercê dessa exibição que é problemática ou você acha que existe um problema...

J. Eu acho que é um público conservador, basta você ver que das 40 e poucas salas que têm no shopping e ver quais os filmes que estão cheios. Porque não adianta pegar apenas pelo nicho como o alternativo do cinema da Fundação, que está sempre cheio, mas porque é uma única sala, ou por eventos pontuais que possam vir a lotar o cinema São Luis. Como eu acho que essas oportunidades de você ter cinemas de repertório, de grandes mostras, ainda é muito reduzida na cidade, então esse é um público que se forma muito mais devagar, então as escolhas são conservadoras e eles acabam tendo uma postura também conservadora porque acaba aí sim... E quando eu digo conservadora é porque fica a mercê sempre desse cinema hegemônico que é o cinema americano e não tem a experiência de vivenciar, conviver, outras cinematografias, outras linguagens, conhecer diretores.

R. Mudando o rumo da conversa, em um livro sobre o cinema brasileiro, "Cinema, Aspirinas e Urubus" foi classificado como um filme de nicho e para exportação. Como você avalia a questão da co-produção internacional e da inserção do filme no mercado estrangeiro? Como você vê essa possibilidade e a relação disso com a tua produção?

J. Veja só. A questão do público alvo seja nacional, ou internacional é uma coisa que você já começa a pensar no nascedouro do projeto. Ele não pode ser só depois do filme pronto. Porque mesmo que aquilo te surpreenda e possa ser ainda maior ou te decepcione, você tem que escolher assim... Você tem um artista que tem que se expressar e você tem que encontrar com quem ele vai falar, os nichos são um caminho super possível para o cinema autoral, você tem que sabe identificar exatamente e poder defender aquilo. E conseguir

dinheiro com investidor e muito complicado. Isso tem que estar muito claro no teu plano financeiro e esse plano financeiro tem que estar em sintonia com o teu público-alvo e como você pretende atingi-lo, quais são os mecanismos.

R. A captação de recursos no exterior já consegue ser viável ou rentável?

J. Esse é o caminho de todos os produtores, agora é um trabalho de formiguinha. Às vezes, mais do que você conseguir aquele projeto você começa a criar relações com outros produtores pra que aquilo dali a algum tempo você faça esses cruzamentos com mais facilidade. Agora uma coisa que eu entendi é que não dá pra você fazer isso sem você ter um dinheiro já do seu país no projeto e aí eu estabeleci que buscar co-produção internacional é mais interessante quando você já tem 40% do orçamento já garantido, já reconhecido pelo país de origem se não você não chega muito fortalecido. Uma coisa que eu sempre uso nos meus discursos quando eu vou apresentar ou defender um projeto é que o primeiro lugar que eu coloco na maioria das vezes é o FUNCULTURA eu já trago o reconhecimento do meu próprio Estado, eu já chego com 15%, com 20%, e isso é super importante pra você poder fazer composições financeiras e crescer o seu bolo.

R. João, você consegue visualizar um cinema produzido em Pernambuco que não precise do governo?

J. Não. Eu acho impossível. Eu acho que a produção do cinema brasileiro, do cinema autoral, tem que ser defendida e até do cinema comercial também, se não eles morrem à míngua. O cinema comercial tem um certo limite pra Globo Filmes porque já teve muito retorno e já pode fazer seus investimentos. Mas o meu sonho como produtor era dar retorno para poder desenvolver, não era nem produzir, novos projetos, dar condições para que os diretores e roteiristas trabalhassem e eu tivesse os projetos levantados a partir dos meus próprios rendimentos e isso é impossível, você sabe que de cada ingresso 50 ou 60% já fica com a exibidora, depois dessa outra parte tem os 25 a 30% do distribuidor, na parte do produtor todos os impostos da cadeia são descontados ainda e ele não é seu, porque ainda tem todos os investidores se você teve artigo 1º, todos eles têm participação no filme, você vai ter que devolver esse dinheiro, se você também pega emprestado, tem que devolver, tem também a participação do diretor. Por último o que se paga é o produtor e ele trabalha quantos anos pra desenvolver aquele projeto... Pois é. Pra ele ter aquele retorno e fazer uma produtora funcionar, ter que abrir as portas todos os dias, pagando todas as contas, pagando funcionário e pra que ele ainda tenha fôlego pra desenvolver novos projetos... É difícil, por isso... E que não é nenhuma novidade no Brasil, como em outros países do mundo também protegem suas cinematografias que é uma defesa da sua cultura, da sua identidade.

R. Pra gente finalizar João. Como é que você vê a partir de hoje e num futuro próximo o cinema feito em Pernambuco do ponto de vista da produção?

J. Do ponto de vista da produção, a coisa mais agregadora, mais principal, o motor é manter o FUNCULTURA como ele funciona. É isso que vai dar esse gás pra produção. O segundo é esperar que todo esse mercado, junto com a Universidade, com esses profissionais, que eles se profissionalizem e se capacitem mais para que eles estejam mais presentes no cinema nacional também. Porque essa idéia de um cinema pernambucano é uma cafonice, afinal todos nós estamos fazendo cinema brasileiro, temos que rodar o Brasil. Isso não se explica conceitualmente... O que seria o cinema pernambucano? Porque você nunca ouve falar do cinema texano. Eu acho isso é um dado mais bairrista do que estético ou qualquer coisa que seja.

A entrevista com roteiro termina. A conversa segue mais um pouco sobre outros assuntos. Extrato significativo sobre a temática.

R. E as gravações do “Era uma vez Verônica” acabaram bem?

J. Acabaram bem.

R. Eu acompanhei pelo Twitter. O próximo é “Tatuagem” do Hilton (Lacerda)?

J. É sim no segundo semestre de 2011, mas eu queria que fosse já, entendeu, porque você fica azeitado. O produtor e o diretor é o que levam mais tempo para filmar. O técnico mesmo ele circula muito mais né, ele só vai fazer mais um filme. O produtor e o diretor é que ficam com essa paixão de achar que é uma coisa de muito especial que eles estão fazendo, que está acontecendo na sua vida, mas é quem se enferruja mais, porque leva mais tempo.

R. É um hiato muito grande...

J. Por exemplo, um técnico de som ele entra num filme, entra em outro. Um maquiador sai de um filme, entra no outro.

## ANEXO A – Transcrição Entrevista em Vídeo João

### Vieira Jr.

Esta entrevista faz parte do projeto [Produção Cultural no Brasil](#). Alguns direitos reservados.

#### **João Vieira Júnior**

Produtor de cinema e diretor da REC Produtores

Íntegra da entrevista, gravada no dia 3 de maio de 2010 no estúdio Cine & Vídeo, em São Paulo (veja a entrevista em vídeo clicando em <http://www.producaocultural.org.br/slider/joao-vieira-junior/>)

-----  
Eu me chamo João Vieira Júnior, eu sou produtor, produtor de cinema. Eu trabalho e vivo no Recife, onde eu tenho uma empresa produtora chamada REC Produtores Associados.

Um filme que eu fiz, que é o meu primeiro filme e que é um filme que trouxe muita visibilidade para a produtora e que lançou carreiras, é o "Cinema, Aspirinas e Urubus". Eu tenho um carinho especial por este filme. É o longa de estreia do diretor Marcelo Gomes, é o longa de estreia na ficção do fotógrafo Mauro Pinheiro, do ator João Miguel e é o meu longa de estreia também, da minha produtora. Com este filme, nós fomos ao Festival de Cannes, na seleção oficial, no "Un Certain Regard".

Bom, este ano eu filmo o novo filme do Marcelo Gomes, que chama "Era uma vez Verônica", um filme todo rodado no Recife, contemporâneo, no ano de 2010, longe do sertão. Não é filme histórico. Eu acho que este é o próximo, então eu acho que este vai ser o grande filme.

A produção de cinema é uma atividade bastante complexa e às vezes você vê lá nos créditos o nome de 50 produtores e se pergunta o que isso significa, por que é que tem tanta gente numa equipe de produção. Agora, produtor, quem recebe este nome de produtor, é sempre quem tem um CNPJ, é quem representa a empresa produtora. O produtor articula todo o filme, ele planeja de uma forma macro a equipe deste filme, o diretor, o fotógrafo, o diretor de arte, mas principalmente ele planeja também como este filme vai ser financiado, como ele vai ser distribuído, como ele vai chegar até as pessoas, de que forma ele vai chegar, se ele vai a festivais internacionais, qual é a carreira deste filme. Se daqui há 20 anos tiver um problema jurídico, seja autoral, seja de uma nova venda, de um relançamento, é o produtor que vai tomar todas as decisões sobre isso.

[Qual é a sua pergunta, o bom produtor é...?] Um bom produtor tem que entender basicamente dos processos de cinema, as suas fases, ou como manejar, como ele pode administrar mais de um projeto ao mesmo tempo, porque o cinema é uma atividade, além de cara, é um processo muito demorado. Então o produtor, o dono de uma empresa produtora, não poder ter, por vezes, um único projeto, senão esta empresa pode ficar muito vulnerável, muito ameaçada a sobrevivência dela.

Eu acho que o produtor tem que ter uma cinefilia interessante. Os diretores com quem eu tenho trabalhado alguns estudaram cinema, outros, não. Eu estudei direito, por exemplo, então este conhecimento eu acho que necessariamente não vem da escola de cinema, mas é ótimo que as escolas de cinema existam e que as pessoas que saem da escola de cinema também não queiram também ser só diretores, que eles se identifiquem com as outras áreas, tão importantes, que são da produção cinematográfica.

Eu acho que desde que eu comecei a trabalhar com cinema até hoje, olhando, focando a produção de cinema, primeiro eu percebo que houve uma profissionalização muito maior de todos os departamentos que compõem uma produção de cinema. Acho que esses últimos filmes feitos no Brasil, com diretores como o Karim Ainoz, o Marcelo Gomes, são filmes

que encontraram também caminhos internacionais que são super importantes para a gente criar novas composições financeiras para os filmes que são do mercado internacional, da coprodução internacional. Eu acho que a gente tem um aumento significativo dessa produção. Você vê o exemplo de documentário. Ele é notável no Brasil dos últimos 10 anos. E me parece que essa produção, toda ela, de uma certa forma, é muito mais constante e me parece que a gente pode estar evitando aí o fantasma da produção pontual.

## ANEXO B – Produções da REC Produtores Associados

Quadro 6 – Lista de Produções da REC Podutores Associados

Filme	Diretor	Lançamento	Co-produtores
A Perna Cabiluda (curta-metragem)	Beto Normal, Gil Vicente, João Júnior, Marcelo Gomes	1997	
O Pedido (curta-metragem)	Adelina Pontual	1998	
Porcos Corpos (curta-metragem)	Sérgio Oliveira	2001	
Véio (curta-metragem)	Adelina Pontual	2005	
Cinema, Aspirinas e Urubus	Marcelo Gomes	2005	
Uma Vida e Outra (curta-metragem)	Daniel Aragão	2006	
Baixio das Bestas	Cláudio Assis	2006	Parabólica Brasil
Solidão Pública (curta-metragem)	Daniel Aragão	2008	
KFZ 1348	Gabriel Mascaro e Marcelo Pedroso		
Viajo proque preciso, volto porque te amo	Marcelo Gomes e Karin Ainouz	2010	
Era Uma Vez Verônica	Marcelo Gomes	(Finalização)	
Tatuagem	Hilton Lacerda	(Pré-produção)	
O Homem das Multidões	Cao Guimarães e Marcelo Gomes	(Em desenvolvimento)	Cinco em Ponto (MG)
Tiradentes	Marcelo Gomes	(Em desenvolvimento)	Wanda Filmes (ESP)

Fonte: Elaboração Própria (2011).

## ANEXO C – Produções da Trincheira Filmes

### Quadro 7 – Lista de Produções da Trincheira Filmes

<b>Filme</b>	<b>Diretor(es)</b>	<b>Lançamento</b>
Ventilador	Leonardo Lacca	2004
Eisenstein	Leonardo Lacca, Raul Luna e Tião	2006
Décimo Segundo	Leonardo Lacca	2008
Nº 27	Marcelo Lordello	2008
Muro	Tião	2008
Vigias (longa-metragem)	Marcelo Lordello	2010

Fonte: Elaboração Própria (2011).