



As singularidades do espaço audiovisual brasileiro nos anos 2000: Reflexões sobre convergência, cinema e televisão

The singularities of the Brazilian audiovisual space in the 2000s: Reflections on convergence, cinema and television

Lia Bahia Cesário¹

RESUMO A ideia de convergência se consolida como um recurso discursivo de progressivo destaque no mundo contemporâneo. No Brasil, a convergência se insere no planejamento do espaço audiovisual e gera novas oportunidades e contradições produtivas. Os anos 2000 apontam para uma transição política no campo audiovisual nacional que exige repensar as concepções historicamente estabelecidas. As experiências recentes de trânsito entre cinema e televisão no Brasil evidenciam dinâmicas entre a tendência mundial da convergência transmidiática e o histórico local de segregação entre os meios. Este artigo tem por objetivo refletir sobre as singularidades e limites do recurso da convergência no espaço audiovisual brasileiro contemporâneo.

PALAVRAS-CHAVE Convergência; circularidade; cinema; televisão; Brasil.

ABSTRACT Study on the conception of cybercultur@, which investigates if it would help community movements in redefining communication practices including the collective empowerment of information, communication - and knowledge - technologies. The objectives are to identify the main theoretical assumptions of cybercultur@ in the mark of dynamic restructuring of communication in contemporary society, to place the issue of the presence of popular communication, and alternative community in cyberspace, and to examine whether there is relevance to relate the concepts of cybercultur@ and its applicability to the study and practice of this type of communication in Brazil. The approach is based on theoretical and methodological principles of historical and dialectical materialism. The procedures presented in this study are part of the bibliographic and documental research.

KEYWORDS Convergence; circularity; cinema; television; Brazil.

¹ Formada em Comunicação Social pela PUC-RJ, é mestre em Comunicação Social pela UFF, com a dissertação "Uma análise do campo cinematográfico sob a perspectiva industrial". É doutoranda em Comunicação social pela UFF, sob orientação do Doutor Tunico Amancio. Foi coordenadora do Núcleo do Audiovisual da Secretaria de Estado de Cultura do Rio de Janeiro e Gerente de Fomento e Difusão da Riofilme, tendo elaborado e executado várias políticas para o desenvolvimento do audiovisual no Rio de Janeiro. Participa de Congressos, Fóruns e Seminários da Indústria Audiovisual e publica artigos em revistas especializadas.

O espaço audiovisual brasileiro enfrenta mudanças estruturais que parecem deslocar os meios dos rígidos lugares de distinção cultural. Historicamente os meios audiovisuais têm recebido no Brasil tratamentos distintos na análise teórica e nas formulações políticas.

O país é herdeiro de um processo histórico de modernização que apartou e distinguiu os meios audiovisuais, relegando ao cinema o papel artístico e à televisão a função comunicativa. As dicotomias observadas se estendem para outras mídias e fundamentam os estudos sobre o espaço audiovisual brasileiro². É possível verificar essa segregação atentando para a literatura existente de cinema e televisão no Brasil. As pesquisas sobre os meios têm fronteiras precisas e reiteram o isolamento e autonomia dos mesmos, criando uma narrativa linear, dicotômica e hegemônica.

Contudo, é importante destacar que o processo de formação do cinema e da televisão foi herdeiro da circularidade cultural (BAKHTIN, 2010 e GINZBURG, 2006). O primeiro cinema não era dotado de pureza; pelo contrário, a exibição de filmes estava tecida junto com outras formas de diversão populares como feiras de atrações, circo e espetáculos de magia. O cinema, neste momento, se misturava aos experimentos científicos e espetaculares, se distanciando do status de arte (GUNNING, 1990 e COSTA, 2005). A formação da televisão por sua vez, não encontrou em seus primeiros tempos um cinema brasileiro suficientemente estruturado e coeso para ter como referência. Assim, se baseou no modelo comercial radiofônico e incorporou e reinven-

² O princípio de fluxos de Heráclito perdeu para o princípio da estabilidade de Parmênides e o mundo ocidental foi moldado a partir da polarização binária e lógica hierárquica.

tou os cânones da literatura, teatro e cinema norte-americano, campos culturais já consagrados no imaginário coletivo (RIBEIRO et al, 2010).

Se no seu nascedouro cinema e televisão eram frutos da circularidade latente, no qual transitavam elementos de diversas produções artísticas e mídias, com o projeto modernizador brasileiro há uma cisão radical entre os meios. Consagrou-se no imaginário nacional que cinema é um meio cultural e televisão um meio de comunicação. O marco da cisão na forma de distinção cultural entre cinema e televisão - relegando a um as questões artísticas e a outra a função de entreter - são os anos 1960/70, momento de especialização diante da ampliação do mercado de bens culturais no país. Ao longo das décadas seguintes, com a consolidação da televisão no Brasil, isso se torna ainda mais evidente, cristalizando, a partir desses lugares separados, o campo audiovisual brasileiro.

A perspectiva culturalista/artística que dominou o pensamento cinematográfico brasileiro afastou as tentativas de união entre cinema e televisão no país que foi acompanhada pelo pensamento empresarial e massivo. Esse hiato entre cinema e televisão impediu que houvesse a formação de um campo audiovisual sistêmico, integrado e institucionalizado.

A política estatal colaborou para a segmentação do universo simbólico ao investir em desenvolvimento e implantação de infraestrutura, no caso da televisão, e criação de órgãos públicos para o cinema. A organização diferenciada de investimento expressou a diferenciação de políticas culturais entre cinema e televisão no Brasil. Para Canclini, os procedimentos de distinção simbólica operam numa dupla separação: de um lado, o



tradicional administrado pelo Estado, de outro o moderno gerenciado por empresas privadas; e o experimental para elite administrada por um perfil de empresas e o massivo organizado por outro.

No entanto, as abordagens baseadas na polarização entre cinema e televisão parecem ter perdido potência explicativa diante da tendência mundial do discurso da convergência transmidiática. Os anos 2000 apontam para uma transição política no espaço audiovisual que exige repensar as concepções historicamente estabelecidas. As experiências de circularidade entre cinema e televisão evidenciam o processo de deslocamento, interface e alargamento de fronteiras como estratégia de sobrevivência diante do adensamento transnacional das trocas econômicas e culturais.

O discurso da circularidade entre os meios se fortalece e políticas privadas e públicas são formuladas e acionadas no Brasil para integração entre cinema e televisão. Há um desconforto de críticos, especialistas e pesquisadores, acostumados a lidar com o cinema e a televisão como formas de expressão audiovisual isoladas, diante do discurso da convergência tecnológica, mercadológica, de linguagens e de formatos que tem caracterizado de maneira cada vez mais acentuada o audiovisual brasileiro.

A tendência de entrecruzamento dos meios audiovisuais, principalmente cinema e televisão, se apresenta no cenário contemporâneo como discurso e ferramenta do capital para potencializar os produtos nacionais no mercado local e global. Meios, que até então se encontravam segregados dentro da hierarquia cultural, se misturam, através do processo da hibridação, gerando produtos de trânsito e circulares. Como consequência há alar-

gamento de fronteiras do culto, popular e massivo na produção e consumo audiovisual. Para Canclini mais do que a dissolução das categorias tradicionais do culto e do popular no mercado cultural, o que se rompe é a pretensão de cada campo se considerar como autônomo (2006).

Há uma lógica de interdependência fundamental entre os meios que está na base do processo produtivo do audiovisual global. Existe uma reorganização importante de bases transnacionais que são reapropriadas e inseridas na formação socio-cultural do audiovisual brasileiro. As demandas da cultura do capitalismo ganham roupagem singular no país, dialogando com continuidades e contradições históricas locais e tendências globais.

Estes processos são recentes no país e ainda estão em consolidação; contudo, já apontam mudanças que precisam ser problematizadas e debatidas. Existe uma transição em curso que nos confronta com a necessidade de repensar concepções historicamente estabelecidas acerca da relação entre cinema e televisão no Brasil.

Relações entre cinema e televisão no Brasil: notas de uma mudança

A estratégia da convergência se torna um discurso e uma prática cada vez utilizados para o desenvolvimento do audiovisual no mundo globalizado de economia capitalista. Os anos 2000 apontam para uma transição política e produtiva do campo audiovisual brasileiro diante do que Henry Jenkins denominou de cultura da convergência.

Para Henry Jenkins "a cultura da convergência é aquela, na qual novas e velhas mídias colidem,

onde mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis” (2008, p. 27). Novos e velhos meios de comunicação passam a conviver e interagir uns com os outros, de maneira que não há substituição dos meios mais antigos, mas suas funções e status são transformados pela introdução de novas tecnologias. O autor defende que “se o paradigma da revolução digital presumia que as novas mídias substituiriam as antigas, o emergente paradigma da convergência presume que novas e antigas mídias irão interagir de formas cada vez mais complexas” (idem, p. 30).

No contexto contemporâneo, novos processos socioculturais demandam outras abordagens de investigação. Nas palavras de Gunning:

Hoje, um século depois, o cinema parece definir-se em relação a outro gêmeo perverso – o espectro da televisão. Mas se hoje ainda o cinema é inconcebível em vários níveis sem a televisão (como um componente de financiamento da produção e como modo dominante de distribuição e exibição), isso não deve dar a ilusão que este novo meio tem uma identidade estável (GUNNING in XAVIER, 1996, p. 10).

As transformações são conceituais e atingem todos os meios, uma vez que as fronteiras previamente demarcadas no campo audiovisual são frequentemente apagadas, desafiando os paradigmas teóricos estabelecidos.

O mundo contemporâneo assiste um inevitável processo de interdependência e complementaridade entre os meios que compõem o espaço audiovisual, que abalam as fronteiras entre os espa-

ços midiáticos e as falsas oposições. “Em vista das cooperações e dos cruzamentos que acontecem, esta hierarquia vai aos poucos se apagando” (LIPOVETSKY e SERROY, 2009, p. 215). Para Kompare, “a tecnologia, a indústria e a cultura não são domínios autônomos; cada um é moldado pelos outros de maneiras particulares, ajudando a construir formas e práticas midiáticas particulares em contextos particulares”³ (2006, p. 336).

Os modelos tradicionais de produção e distribuição são desafiados pelos novos modos de exibição e formas alternativas de consumo, alterando a relação com o hábito de ver filmes e consumir conteúdos audiovisuais. Assim, a indústria que sempre foi marcada pela incerteza e pela imprevisibilidade está mais incerta e imprevisível do que nunca, na medida em que novas forças passam a influenciar o mercado. Neste contexto, cinema e televisão sofrem abalos institucionais e crises de identidades.

Arlindo Machado introduz reflexões sobre uma possível crise do cinema no mundo contemporâneo e afirma haver três “crises do cinema”. A primeira seria uma crise de natureza econômica, devido ao aumento dos custos de produção; a segunda se refere à mudança de comportamento da população urbana, que se volta cada vez mais para o consumo doméstico de produtos culturais como livro, cd, dvd, televisão; a terceira crise se relaciona a uma mudança de hábitos perceptivos da imagem. Explica o autor: “A convivência diária com a televisão e os meios eletrônicos em geral tem mudado substancialmente a maneira como o

3 Tradução da autora. Versão original: “Technology, industry, and culture are not autonomous domains; each is shaped by the other in particular ways, helping construct particular media forms and practices in particular contexts”



espectador se relaciona com as imagens técnicas e isso tem consequências diretas na abordagem do cinema” (2008, p. 209). A transformação de hábitos perceptivos colocada são fundamentalmente mudanças em práticas de consumo.

A televisão também sofre mudanças importantes, como discorre Kompare:

A televisão está atualmente engajada em um conjunto de mudanças que afetam o modo como ela é financiada, produzida, distribuída, experimentada e ligada ao resto da cultura. Ao longo das últimas duas décadas, o aparato doméstico também tem se modificado, de modo intermitente, de um receptor analógico de sinal aberto, de baixa definição, para um portal multimídia customizável, digital e de alta definição, que incorpora centenas de canais, um alcance audiovisual ampliado e uma maior capacidade para interatividade. Estas mudanças derivam de mudanças nas instituições midiáticas, tais como novas tecnologias, novos modelos de negócio, novas estruturas regulatórias, novas formas de programação e novos modos de assistir interagem com os antigos, com resultados largamente variáveis e frequentemente imprevisíveis⁴ (idem, p.335).

4 Tradução da autora. Versão original: “Television is currently engaged in an array of changes that affect how is financed, produced, distributed, experienced, and linked with the rest of culture. For the past two decades, the domestic set itself has been transforming, in fits and starts, from an analog, low-definition receiver of broadcast signals to a digital, high-definition, customizable multimedia portal, incorporating hundreds of channels, an augmented audiovisual range, and a greater capacity for interactivity. These changes stem from shifts in the institutions of the media, as a new technologies, business models, regulatory structures, programming forms, and modes of viewing interact with the old, with widely varying and often unpredictable results”.

As tendências globais fizeram emergir no país alguns ensaios de construção audiovisual que se deslocam dos espaços pré-estabelecidos e interagem com outros meios e linguagens. Esses produtos geram desencaixes e hibridações que perpassam os processos de produção e consumo cultural, abalando, e, em certa medida, redimensionando, as fronteiras de distinções demarcadas no campo audiovisual brasileiro nos anos 2000.

As abordagens baseadas na polarização entre cinema versus televisão e cultura de elite versus cultura popular versus cultura massiva tornam-se frágeis diante do discurso da convergência transmidiática global. O trânsito de atores, diretores e profissionais entre os meios, a circulação dos processos produtivos, dos produtos audiovisuais (filmes, séries e programas de televisão) são cada vez mais frequentes. Iniciativas institucionais como a criação de um departamento de cinema da TV Globo - Globo Filmes – e as dinâmicas entre cinema e televisão por ele proporcionadas, a entrada gradual de produção audiovisual independente⁵ na TV aberta e TV fechada (programadoras internacionais⁶), os marcos regulatórios e mecanismos de incentivos específicos de entre-

5 Produção independente é aquela cuja empresa produtora, detentora majoritária dos direitos patrimoniais da obra, não tem qualquer associação ou vínculo, direto ou indireto, com empresas de serviço de radiodifusão de sons e imagens ou operadora de comunicação eletrônica de massa por assinatura.

6 Programadora internacional é aquela gerada, disponibilizada e transmitida diretamente do exterior para o Brasil por satélite ou qualquer outro meio de transmissão ou veiculação, pelos canais, programadoras ou empresas estrangeiras, destinada às empresas de serviço de comunicação eletrônica de massa por assinatura ou de quaisquer outros serviços de comunicação que transmitam sinais eletrônicos de som e imagem.

laçamento entre os meios e lançamentos de editais públicos para cinema e televisão são causa e consequência de uma demanda contemporânea de processos de convergência.

Somado às reorganizações institucionais do campo cinematográfico e televisivo, o crescimento do mercado de home-vídeo viabilizou a expansão da distribuição de audiovisual, lançando filmes nacionais, séries televisivas e caixas de DVD, redefinindo a relação mercantil entre o audiovisual e seus espectadores. Se inicialmente, o mercado de vídeo doméstico era destinado à indústria cinematográfica, com o crescimento da tecnologia do DVD, este se expande para a televisão, instituindo uma nova relação da imagem com o espectador-consumidor.

Apesar de mudanças importantes no campo audiovisual brasileiro, a cultura da convergência ganha roupagem singular, dentro de um campo de possibilidade específico do país. O Brasil vive uma convergência *fora do lugar* pois não estruturou bases produtivas e de consumo para realizar o projeto sistêmico para o audiovisual. Existe uma reorganização importante que se origina em bases transnacionais, no entanto, as mudanças estão inseridas na formação sociocultural e no processo histórico do audiovisual brasileiro: um histórico de modernidade conservadora, de segregação distintiva entre os meios audiovisuais, ausência de estrutura industrial da atividade cinematográfica e hegemonia televisiva no campo audiovisual brasileiro.

O discurso da convergência conduz a transformação audiovisual nacional contemporânea. No entanto, ele não se encaixa plenamente no país enquanto prática integrada, conformado uma *convergência à brasileira*.

Convergência à brasileira: limites e oportunidade

A Globo Filmes protagoniza e institucionaliza o movimento de convergência entre cinema e televisão no Brasil nos anos 2000. A empresa desenvolveu as primeiras estratégias de deslocamento fronteiras entre cinema e televisão no Brasil ao criar produtos declaradamente híbridos, móveis e de trânsito com destaque midiático e de público e renda. Segundo Butcher: “A TV Globo arregimentou setores da produção e passou a interferir com firmeza no sentido de tornar alguns filmes brasileiros produtos competitivos em relação ao produto americano, o que seria uma oportuna demonstração de forças em um campo dominado pelo produto estrangeiro” (2006, p. 15). Mais do que a função de cada campo (cinema e televisão), a Globo Filmes está interessada na formação de um mercado audiovisual nacional integrado e potente no cenário da globalização econômica e cultural.

Projetos de coprodução como o curta *Palace II* (2001) de Fernando Meirelles e Kátia Lund dá origem ao filme *Cidade de Deus* (2002) de Fernando Meirelles, que tem continuidade com a série na TV Globo *Cidade dos Homens* (2002 -2005), de diretores variados, e que, em 2007, se torna um longa-metragem de Paulo Morelli, todos mediados pela TV Globo e Globo Filmes explicitam a lógica interdependente dos produtos audiovisuais. Ou ainda a sequência e o sucesso de público do filme *Se eu fosse você* (2006) e *Se eu fosse você 2* (2009) de Daniel Filho, produzido pela produtora independente Total Entertainment, coproduzido pela Globo Filmes e distribuído pela Fox Film do Brasil é um produto que se insere na cultura da intermediação cultural



e desloca e afrouxa os rígidos lugares de distinção.

O referencial televisivo adquire novos horizontes e se apresenta de modo explícito na filmografia brasileira a partir do final dos anos 1990. Segundo Butcher: “Todos os filmes lançados a partir dos anos 1990 não escapam a esse novo referencial” (2005, p. 69), seja através de adesão ou rejeição explícita. Se, em período recente da história, os filmes nacionais sofriam influência do modelo estrangeiro (europeu ou norte-americano), esse referencial voltou-se para dentro do país, baseando-se no “padrão Globo de qualidade” da emissora.

Outra iniciativa da TV Globo é a intensificação da realização em coproduções com produtoras independentes com o objetivo de agregar “qualidade e prestígio” à sua grade de programação. A exibição da minissérie *Som e Fúria* (2009) de Fernando Meirelles, uma coprodução da TV Globo com a produtora independente O2, exibida em HDTV, com 12 episódios de duração; a exibição na TV Globo da minissérie *Decamerão – A comédia do sexo* (2009), com 4 episódios, dirigida por Jorge Furtado e coproduzida com a produtora independente, Casa de Cinema de Porto Alegre, evidenciam esse processo de trânsito e a interdependência fundamental entre cinema e televisão.

Portanto, não é só o cinema que passa a depender e ter como referência a televisão nacional; a entrada de atores e diretores vindos do teatro e do cinema na grade televisiva é uma importante estratégia da TV Globo para agregar “qualidade artística” na sua programação. É notável a participação dos diretores Guel Arraes, Luis Fernando Carvalho e Jorge Furtado que atuam tanto no cinema e quanto na televisão e garantem ao último meio lugar de prestígio cultural.

Junto às ações privadas, há a progressiva atenção do Estado e implantação de mecanismos públicos voltados para integração dos meios. Nos anos 2000, o Estado, que sempre concentrou esforços no cinema, parece atentar à importância da televisão e à colaboração entre os campos audiovisuais. O diretor-presidente da Ancine, Manoel Rangel, explicou a política do órgão:

Há várias formas de se promover a integração da produção audiovisual independente e do cinema com a televisão. O caminho que temos percorrido até aqui é o do estímulo a esta integração e vamos operar o aprofundamento dessas relações. Acreditamos que num futuro próximo teremos mais produção independente na televisão brasileira e mais parcerias entre emissoras e programadoras de TV com produtores independentes brasileiros, como já faz a Globo Filmes, declarou o diretor-presidente da ANCINE, Manoel Rangel (site Ancine, em 29.03.2011)

Após cinco anos de discussão no Congresso foi aprovada em setembro de 2011 a Lei N° 12.485 e se destaca por criar novos marcos legais para a televisão por assinatura⁷. A lei abre o mercado para as operadoras de telefonia e estabelece cotas e obrigatoriedade de exibição de conteúdo brasilei-

7 Serviço de Acesso Condicionado: serviço de telecomunicações de interesse coletivo prestado no regime privado, cuja recepção é condicionada à contratação remunerada por assinantes e destinado à distribuição de conteúdos audiovisuais na forma de pacotes, de canais nas modalidades avulsa de programação e avulsa de conteúdo programado e de canais de distribuição obrigatória, por meio de tecnologias, processos, meios eletrônicos e protocolos de comunicação quaisquer (Lei 12.485).

ro independente na grade de programação, entre outras medidas benéficas para a produção independente nacional que sempre ficou marginalizada da televisão.

O instrumento legal estabelece entre outras normalizações: 1. que os canais de espaço qualificado⁸ reserve no mínimo 3h30 (três horas e trinta minutos) semanais dos conteúdos veiculados no horário nobre deverão ser brasileiros; 2. que em todos os pacotes ofertados ao assinante, a cada 3 (três) canais de espaço qualificado existentes no pacote, ao menos 1 (um) deverá ser canal brasileiro de espaço qualificado; 3. que da parcela mínima de canais brasileiros de espaço qualificado pelo menos 1/3 (um terço) deverá ser programado por programadora brasileira independente; 4. que dos canais brasileiros de espaço qualificado a serem veiculados nos pacotes, ao menos 2 (dois) canais deverão veicular, no mínimo, 12 (doze) horas diárias de conteúdo audiovisual brasileiro produzido por produtora brasileira independente, 3 (três) das quais em horário nobre.

A lei representa um ganho político do setor audiovisual e promete gerar expansão e conexão do campo audiovisual brasileiro independente com a televisão por assinatura. No entanto, a regulamentação da lei já é alvo de críticas de parte de agentes do mercado que acusam a Ancine de fiscalização e burocratização sufocante, e apontam uma possível incapacidade da agência de dar agi-

⁸ Espaço Qualificado: espaço total do canal de programação, excluindo-se conteúdos religiosos ou políticos, manifestações e eventos esportivos, concursos, publicidade, televentas, infomerciais, jogos eletrônicos, propaganda política obrigatória, conteúdo audiovisual veiculado em horário eleitoral gratuito, conteúdos jornalísticos e programas de auditório ancorados por apresentador (Lei 12.485).

lidade à cadeia do audiovisual.

Junto à nova lei, há dispersos mecanismos de incentivo fiscal e publicação de editais de fomento para integração entre cinema e televisão. Entretanto, as ações localizadas do Governo Federal não instituíram um processo sistêmico de integração entre cinema e televisão no interior da política pública.

Há marcos pontuais e isolados de colaboração entre os meios que não garantem sequer a presença do filme brasileiro na programação televisiva que ainda é um dos obstáculos a ser superado pela política pública. Em 2010, das oito emissoras de TV aberta apenas 13,3% da programação foi de filmes nacionais, com exibição de 233 títulos. Nos canais de TV por assinatura o quadro é ainda mais grave. O filme nacional corresponde a 7,0% do total da programação de quinze canais (Dados 2010, fonte: OCA, Ancine, 2011).

As ações de conexão entre cinema e televisão colocaram em pauta o desconforto e as potencialidades, e expôs os impasses de realizadores, críticos e pesquisadores - historicamente acostumados a lidar com o cinema e a televisão como forma de expressão audiovisual antagônica – frente à tendência de adensamento das relações entre cinema e televisão no mundo e no país. A atuação do Estado e da iniciativa privada debates importantes sobre a relação entre os meios e colocou a discussão na agenda pública⁹.

⁹ No ano 2000, no III CBC (Congresso Brasileiro de Cinema) entre as reivindicações estava a política de regulação da televisão para incentivo ao cinema nacional (taxação de 3% e cumprimento de cotas de exibição de 30% da programação de produção brasileira independente). Em 2004, o projeto ANCINAV (Agência Nacional do Cinema e Audiovisual) também previu ações voltadas para a regulação da televisão aberta e por assinatura e integração entre os meios.



Considerações finais

Os debates sobre a circulação entre cinema e televisão são recentes no país. Contudo, já apontam uma reorganização que gera novas distorções e contradições, e suscita importantes discussões no campo audiovisual brasileiro. Há uma lógica de interdependência fundamental entre os meios que está na base do processo produtivo do audiovisual global.

A participação da televisão no cinema nacional e vice-versa se limita, hoje, muito menos ao que uma pode colaborar com a outra do que a um conflito mortal entre os meios. O mais significativo de tudo é que, paradoxalmente, a televisão, acusada de ser a maior inimiga do cinema nacional, torna-se hoje seu mais relevante e significativo aliado.

Os níveis de cultura, na década de 60/70, bem marcados e delimitados discursivamente rompem as fronteiras diante do reconhecimento e incorporação do fluxo e do processo circular da cultura. As experiências de trânsito recentes deslocam os rígidos lugares historicamente estabelecidos e marcam uma nova etapa de se fazer e pensar o audiovisual brasileiro, no qual os lugares hierárquicos defendidos como “puros” e “intocáveis” explodem.

O discurso passa a se organizar na circularidade, mas esbarra em velhas amarras constitutivas e disputas políticas e culturais. Há inevitável mediação entre os processos históricos passados com as tendências do campo audiovisual mundial que transparece na atual política pública de conexão e circulação entre cinema e televisão.

É possível dizer que o tempo institucional está atrasado com relação ao tempo real. O Estado,

apesar de gradual atenção à relação entre os meios, não programou uma política sistêmica que abarcasse a complexidade do circuito audiovisual.

A reorganização do espaço audiovisual brasileiro convive com a formação periférica brasileira e com as tendências globais de convergência cultural. As experiências recentes ocorridas no país compõem uma *convergência à brasileira*, na qual disputam e interagem elementos locais e globais, arcaicos e modernos, tradicionais e de vanguarda.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAKHTIN, Mikhail. A cultura popular na idade média e no renascimento. São Paulo: Hucitec, 2010.
BUTCHER, Pedro. A dona da história. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006 (Dissertação de Mestrado).

_____. O cinema brasileiro hoje. São Paulo: Publifolha, 2005.

CANCLINI, Néstor Garcia. Culturas híbridas: Estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006.

COSTA, Flavia Cesarino. O primeiro cinema: espetáculo narração, domesticação. Rio de Janeiro: Azougue, 2005.

GINZBURG, Carlos. O queijo e os Vermes. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

GUNNING, Tom. The cinema of attraction: Eraly films, its spectator anda avant-garde In ELSAESER, Thomas (Ed.). Eraly Cinema: Space-Frame-Narrative, London, BFI, 1990.

_____. Cinema e História. Fotografias animadas. Contos do esquecido futuro do cinema. In Xavier, Ismail (org.) O cinema no século. RJ, Imago Ed., 1996.

JENKINS, Henry. Cultura da convergência. São Paulo: Aleph, 2008.

KOMPARE, Derek. DVD Box. Sets and the reconception of television, in Television and New Media Vol. 7 Num.4, Novembro de 2006, p. 335-360.

MACHADO, Arlindo. Pré-cinemas & pós-cinemas. Campinas, SP, Papurus, 2008.

LIPOVETSKY, Gilles. A tela global: mídias culturais e cinema na era hipermoderna. Porto Alegre: Sulina, 2009.

ORTIZ, Renato. A moderna tradição brasileira. São Paulo: Brasiliense, 2001.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart, SACRAMENTO, Igor e ROXO, Marco (org.). História da televisão no Brasil. São Paulo: Contexto, 2010.

SCHWARZ. Roberto. Cultura e Política. São Paulo: Paz e Terra, 2005.

ANAIS DE CONGRESSOS, LEIS E PROJETOS DE LEIS

Anais III Congresso Brasileiro de Cinema, Porto Alegre, 2000.

Anteprojeto de Lei que criaria a Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual (ANCINAV). BRASIL. MP 2228-01, Ancine, 2001.

_____. Lei N° 12.485, 2011.

SITES

Site Ancine, 2011.

As singularidades do espaço audiovisual brasileiro nos anos 2000: Reflexões sobre convergência, cinema e televisão

Lia Bahia Cesário

Data do Envio: 24 de setembro de 2012.

Data do aceite: 17 de dezembro de 2012.

