

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
CENTRO DE ESTUDOS LATINO AMERICANOS SOBRE CULTURA E COMUNICAÇÃO

CINEMA DIGITAL LATINO-AMERICANO

Estudo de caso do projeto Retina Latina

AISLAN FRASÃO DA SILVA

MAIO 2017

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Especialista em Mídia, Informação e Cultura sob orientação da Profa. Dr. Daniela Osvald Ramos.

CINEMA DIGITAL LATINO-AMERICANO

Estudo de caso do projeto Retina Latina

Autor: Aislan Frasão da Silva

RESUMO

A revolução digital em curso vem modificando profundamente o modelo de produção, distribuição de produtos cinematográficos, uma transformação cultural global com fortes impactos locais, principalmente em função do complexo processo de formação cultural da América Latina. O estudo de caso do Projeto Retina Latina ajuda a demonstrar o resultado de ferramentas digitais no enfrentamento de problemas estruturais históricos no âmbito mercadológico, social e cultural da região, ainda que não se utilize de novos modelos de linguagem digital em toda sua potencialidade na formulação de novas mídias.

Palavras-chave: cultura; digital; cinema; América Latina; novas mídias;

ABSTRACT

The ongoing digital revolution has profoundly changed the model of production, distribution of cinematographic products, a global cultural transformation with strong local impacts, mainly due to the complex process of cultural formation in Latin America. The case study of the Retina Latina Project helps to demonstrate the results of digital tools in confronting historical structural problems in the marketing, social and cultural spheres of the region, even if new models of digital language are not used in all their potential in the formulation of new medias.

Key words: cinema; culture; digital. Latin américa; new medias;

RESUMEN

La revolución digital en curso está cambiando profundamente el modelo de producción, distribución de productos cinematográficos, un cambio cultural global con fuertes impactos locales, debido principalmente al complejo proceso de desarrollo cultural en América Latina. El estudio de caso del Proyecto Retina Latina ayuda a demostrar el resultado del uso de herramientas digitales para hacer frente a problemas estructurales históricos de mercado, sociedad y cultural en la región, aunque no utilice nuevos modelos de lenguaje digital en toda su potencialidad en la formulación de nuevos medios de comunicación.

Palabras claves: cinema; cultura; digital; América Latina; nuevos medios;

INTRODUÇÃO

De acordo com a obra de Marshall McLuhan, *Understanding Media* (1964), vivemos uma profunda transformação social em função da evolução tecnologia, principalmente no que se refere aos meios de comunicação. Remontando a história moderna, principalmente após a Revolução Industrial, demonstra como o homem vem experimentando um poderoso e profundo processo de expansão de suas capacidades por meio da utilização de máquinas.

Inicialmente, as máquinas que revolucionaram o sistema de produção expandiram nossa capacidade física, principalmente em relação à força e repetição de movimentos, projetando o nosso corpo físico em grandes dimensões. Mais adiante, no desenvolvimento dos processos tipográficos que deram origem à imprensa e aos livros, expandimos radicalmente as nossas habilidades de linguagem e memória e, finalmente, após a manipulação da eletricidade, demos início à expansão de todo nosso sistema nervoso no espaço. Esse último passo, ainda em andamento, talvez seja responsável por uma revolução de inimagináveis proporções.

Como é particularmente difícil para o ser humano entender o contexto em que está submersamente inserido, muitas vezes esse processo de simbiose entre homem e máquina se torna imperceptível, acarretando em uma contínua imprevisibilidade de resultados, que só são mensurados por seus impactos. Atualmente, começamos a observar o impacto da tecnologia da informação e da internet em nossa sociedade.

Na década de 1960, onde a internet ainda era um projeto embrionário, Marshall McLuhan observando os efeitos sociais da televisão cria sua máxima “o meio é a mensagem”, vislumbrando que os meios de comunicação tecnológicos impactariam não apenas na forma como as mensagens são transmitidas, mas a própria forma como os seres humanos se comunicam.

Na obra *The language of New Media*, Lev Manovich (2001) foca no desenvolvimento das tecnologias de computação, para abordar a convergência das mídias tradicionais dentro do universo digital, como a palavra impressa ou até mesmo o cinema. Buscando estabelecer um novo padrão de comunicação social, fenômeno que nomeia de “novas mídias”, e qual impacto disso em nossa construção cultural.

Conhecendo profundamente o funcionamento dos meios digitais, Lev Manovich nos revela que a revolução propiciada pela tecnologia da informação é tão profunda que não estamos adaptando o meio digital a nossa forma de pensamento e sim, transformando o nosso modelo mental em função das possibilidades identificadas no universo digital, teoria que vai de encontro ao prognóstico estabelecido por Marshall McLuhan.

Para estruturar seu pensamento, Lev Manovich estabelece cinco princípios bases das novas mídias: representação numérica, modularidade, automação, variabilidade e transcodificação cultural. Num plano mais próximo do nosso cotidiano, já sentimos o impacto que as novas mídias estão causando nos mercados de produção cultural, fenômeno que ganha contornos especiais quando analisado a luz da desigualdade de desenvolvimento econômico, social e tecnológico entre as diferentes regiões do mundo.

Na América Latina, que compartilha um passado de colonização europeia, períodos de ditaduras militares e redemocratização, teve peculiar formação cultural fruto da hibridização cultural de vários povos e condições, e da interação de governos e sistemas políticos e econômicos com diversos pontos de vistas e estratégias diferentes, gerando um cenário bastante complexo. Nestor Canclini, em sua obra *Culturas Híbridas* (1997), relata que:

“Ao chegar a década de 90, é inegável que a América Latina efetivamente se modernizou... O problema reside em que a modernização se produziu de um modo diferente do que esperávamos em décadas anteriores. Nessa segunda metade do século, a modernização não foi feita pelos estados quanto pela iniciativa privada. A “socialização” ou democratização da cultura foi realizada pelas indústrias culturais – em posse quase sempre de empresas privadas – mais que pela boa vontade cultural ou política dos produtores. Continua havendo desigualdade na apropriação dos bens simbólicos e no acesso à inovação cultural, mas essa desigualdade já não tem forma simples e polarizada que acreditávamos encontrar quando dividíamos cada país em dominadores e dominados, ou o mundo em impérios e nações dependentes. Depois deste acompanhamento das transformações estruturais, é preciso averiguar como diversos agentes culturais – produtores, intermediários e públicos – redimensionam suas práticas ante tais contradições da modernidade, ou como imagem que poderiam fazê-los.” (1997, p. 97)

O encontro desse modelo de modernização latino-americana com os meios digitais, em tempos pós-modernos, vem gerando choques complexos entre identidades nacionais frágeis e sistemas econômicos instáveis. Entretanto, um novo modelo de produção e distribuição de conteúdo audiovisual também se configura como uma importante alternativa a entraves já clássicos da produção cultural local. Sistemas antes controlados por intermediários da indústria cultural globalizada, quase sempre estrangeiros, passam a dividir espaço com crescentes iniciativas regionais que buscam espaço em meio ao cenário contemporâneo. Segundo a pesquisadora Lucia Santaella, em seu artigo *Porque as artes e a comunicação estão convergindo*, essa revolução cria um ambiente no qual “milhões de pessoas de renda média possam se tornar produtoras de suas próprias imagens, de suas próprias mensagens, próprios sites na internet, enfim, que se tornem produtores culturais sem sair de casa”. (2008, p. 59)

Este artigo se propõe a analisar o caso de uma dessas iniciativas, o projeto Retina Latina, que se apresenta como uma plataforma digital de difusão, promoção e distribuição do cinema latino-

americano, de carácter público e acesso gratuito e individual para os cidadãos da região, desenvolvida por seis entidades cinematográficas de América Latina.

O objetivo deste artigo será encontrar indícios do impacto de projetos digitais na produção cultural da América Latina através do cinema. Para tanto, o primeiro capítulo apresenta uma breve descrição da complexa formação da cultura latino-americana. A segunda parte apresentará, sob a ótica de Lev Manovich (2001), o que são as novas mídias digitais e como elas estão impactando o desenvolvimento cultural.

Por fim, a terceira parte tratará do projeto Retina Latina, relatando como ele se enquadra dentro do contexto das “Novas Mídias” e o que pode representar para o desenvolvimento da cultura da região.

1. Cultura Latino Americana

A entrada da América Latina na modernidade ocorreu de forma bastante ambígua. Segundo Canclini, a região entrou na era moderna sem se modernizar, apoiado mais nos conceitos estéticos do que no real desenvolvimento social, econômico e tecnológico observados nos países ditos desenvolvidos do norte. Desde então, foi marcada por contradições que culminaram em diversos entraves que se tornam cada vez mais evidentes no choque com os valores da globalização.

Ladeado na periferia econômica mundial, a região sempre enfrentou dificuldades de estabelecer nações com identidades fortes, já que dependentes economicamente ficaram vulneráveis aos interesses internacionais e do mercado transnacional globalizado. Fato evidente nos períodos de ditadura militar e nas interferências econômicas constantes por meio dos órgãos internacionais e instituições mercadológicas, como por exemplo OMC – Organiza Mundial do Comercio e FMI – Fundo Monetário Internacional.

O entrave no desenvolvimento tecnológico também foi um fator que impossibilitou a construção de uma indústria cultural própria, forçando o consumo de produtos midiáticos internacionais massivos, principalmente americanos nas últimas décadas, já que controlavam os meios de produção. Marcando a produção artística regional como artesanal e folclórica, ainda segundo Canclini.

Este domínio sobre a produção de bens simbólicos acaba ultrapassando a esfera dos produtos culturais e passa a exercer um monopólio estético, primeiro dominado pelas elites e mais tarde pelos atores que controlam o mercado. Canclini, analisando os estudos de Annie Verger sobre a reorganização do campo artístico a partir dos anos 80, estabelece que:

“No cinema, nos discos, no rádio, na televisão e no vídeo, as relações entre artistas, intermediários e público implicam uma estética distante da que manteve as belas-artistas: os artistas não conhecem o público, nem podem receber diretamente suas opiniões sobre as obras; os empresários adquirem um papel mais decisivo que qualquer outro mediador esteticamente especializado (crítico, historiador da arte) e tomam decisões fundamentais sobre o que deve ou não deve ser produzido e transmitido; ...dando maior peso ao benefício econômico e subordinando os valores estéticos ao que eles interpretam como tendências de mercado... as informações para a tomada de decisão passam a ser obtidas por procedimento eletrônicos de pesquisa.” (Canclini, 1997, página 113)

Na última década, além das iniciativas de cooperação econômica criadas para desenvolver uma maior integração entre os países do bloco sul-americano, como o Mercosul, Unasul e outros tratados, também foi identificada a necessidade de criar meios que criem uma integração que ultrapasse a esfera econômica, principalmente na esfera cultural, na tentativa de gerar uma

identificação social capaz de colaborar com a redução das assimetrias globais. Porém, apenas alguns projetos ligados ao intercâmbio educacional universitário e políticas de incentivo a coprodução de produtos audiovisuais foram postos em práticas, ainda com tímidos resultados.

Entretanto, a intensificação no processo de popularização da tecnologia digital vem possibilitando uma expansão e aprofundamento da inclusão digital e suas transformações inerentes na região, desestruturando as bases de controle desse sistema e abrindo inéditas e incontáveis possibilidades de reconfiguração da produção cultural, que podem facilitar o intercâmbio cultural e impactar de forma mais incisiva no desafio de criar uma identidade comum ao bloco.

2. Cibercultura e as Novas Mídias

Os cinco princípios que Lev Manovich utiliza para descrever as novas mídias ajudam a separar as mídias tradicionais das novas e entender seus efeitos na transformação cultural, entretanto não tem a intenção de serem absolutas ou restritivas, já que o dinamismo intrínseco aos processos digitais nem sempre se adequam a todos os requisitos.

O primeiro dos princípios, chamado de Representação Numérica é o que permite que um objeto seja programável, pois tudo que é criado ou convertido para a linguagem digital se torna um código binário. Em poucas palavras, isso torna as mídias digitais passíveis de customização. O lado negativo desse princípio é que a organização binária ainda não é capaz de organizar as informações diferenciando contextos, apenas lógica simples, sim ou não, zero ou um.

Ainda segundo Manovich, a modularidade é o segundo princípio das novas mídias, todos os conteúdos da web são criados e organizados em módulos independentes, permitindo que sejam alterados em partes e reorganizados ou re combinado sempre que necessário. Esse é um dos principais motivos de muitas informações da internet se encontrarem fragmentadas, fora de um contexto referencial completo.

Os dois primeiros princípios geram o terceiro, a automação, é o que possibilita as diferentes formas de acesso aos dados digitais, permitindo a manipulação e operação por meio de comandos, como copiar e colar, por exemplo, ou mesmo o clicar em um ícone para abrir um programa. Sendo assim, esse princípio está diretamente ligado aos bancos de dados, que armazenam, organizam e permitem o acesso a uma gigantesca quantidade de informação, como por exemplo, os sistemas de busca e seus processos de indexação por *tags*. Entretanto, as maiores partes dos bancos de dados estão segmentados por nicho, nos permitindo apenas um acesso parcial a determinados módulos; ainda não

evoluímos para um verdadeiro banco de dados universal que contenha todo o conhecimento humano digitalizado disponível.

Por conseguinte, o quarto princípio é o da variação, que em função dos princípios anteriores, nos permitem criar diversas versões dos objetos das novas mídias, pois é possível construir informações sob demanda do usuário, selecionando diferentes linguagens e detalhamentos de informação, personalizando segundo os interesses de quem interage com os bancos de dados.

Por último, o mais importante princípio se refere a Transcodificação cultural, onde ao invés de adaptarmos essa lógica computacional à nossa lógica de pensamento, estamos nos adaptando a linguagem digital, impactando diretamente a nossa produção cultural.

Como a nova mídia é criada, distribuída e armazenada em computadores, pode-se esperar que a lógica do computador influencie significativamente na lógica da tradição cultural midiática; ou seja, nós devemos esperar que a camada computacional afete a camada cultural. (MANOVICH, 2001, p.46, Tradução livre) ¹

Nesse sentido, podemos identificar que a produção de conteúdo digital nas novas mídias, gera uma nova configuração estética da sociedade, na forma como damos sentido, trabalhamos e produzimos conhecimento a partir da informação.

Hoje, já identificamos diversos produtos produzidos nos padrões das novas mídias, grande parte utilizando-se do conceito de narrativas transmidiáticas e/ou mecanismos inteligentes de coleta de dados para desenvolvimento de novos produtos.

Frente a este cenário complexo, a arte audiovisual e mais especificamente o cinema vem enfrentando grandes transformações, no âmbito mercadológico, produção, distribuição e consumo, quanto no cultural, na sua forma e impacto sobre os indivíduos e sociedade. Portais de vídeo *on-demand* (VOD) via *streaming*, se proliferam e crescem em grande velocidade, seja por iniciativas de mercado, como Netflix, ou por diversas iniciativas independentes provenientes da cultura hacker, como PopCorn Time e Stremio, por exemplo.

A liberdade de assistir filmes onde e quando desejarem, a partir de diferentes tipos de dispositivos tecnológicos, como smartphones e tablets, além de ter o controle sobre a projeção, pausando ou trocando de filme quando desejar, impactando rapidamente a lógica mercadológica do cinema, onde as salas físicas e os modelos de distribuição tradicional perde relevância ou ganham outros significados.

¹ Because new media is created on computer, distributed via computers, and stored and archived on computers, the logic of a computer can be expected to significantly influence the traditional cultural logic of media;

Paralela a essa transformação, as narrativas cinematográficas também se modificam, acompanhando gerações cada vez mais conectadas ao ambiente digital via internet. Exigindo produtos cada vez mais complexos, com uma maior quantidade de informação e interatividade que vão além do cinema tradicional e passam a se tornar transmidiáticas, encontrando ressonância em livros, aplicativos, jogos, textos, e outros produtos audiovisuais, criando camadas de informação dentro de uma mesma narrativa.

Nesse cenário de transformação no universo do audiovisual global e de obstáculos econômicos e socioculturais históricos do setor na América Latina, iniciativas comerciais e governamentais começam a ser articuladas sobre os desafios e oportunidades desse novo momento.

Entendendo a relevância do cinema na formação cultural e identitária, além do aspecto comercial, algumas iniciativas institucionais de setores ligados a governos foram postas em prática no intuito de fortalecer as indústrias de cinema nacionais e regionais, como na Argentina, com o portal *cinemaargentino.com* e um projeto cooperativo entre cinco países latino-americanos, o portal *retinalatina.org*, que nasce como uma das iniciativas de integração do bloco latino-americano por meio da cultura.

3. Projeto Retina Latina

O site *retinalatina.org* é uma plataforma digital (Video on Demand, VoD) de filmes que disponibiliza mais de 100 títulos gratuitamente via streaming. Completou no mês de fevereiro de 2017 um ano de existência com cerca de 50 mil projeções, conforme relatório divulgado pela coordenação do projeto (figura 2). Nasceu de um projeto de coordenação regional para distribuição de audiovisual e foi financiado por um edital de Bens Públicos Regionais do Banco Interamericano de Desenvolvimento – BID.

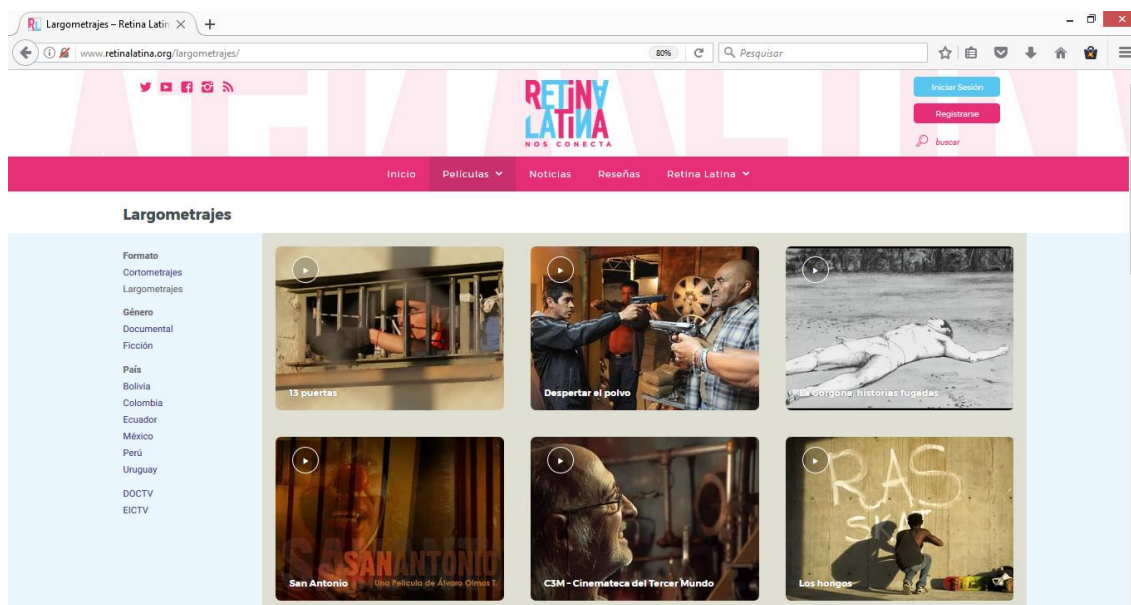


Figura 1 - Portal Retina Latina

Foi executado pela Proimágenes Colombia, uma entidade sem fins lucrativos ligada ao governo colombiano que visa desenvolver o cinema do país e conta com o apoio de outras seis entidades de países como México, Bolívia, Uruguai, Perú e Ecuador.

O projeto também conta com a colaboração da Conferência de Autoridades Cinematográficas de Iberoamérica-CACI, através do seu programa DOCTV Latinoamérica de incentivo de produções documentais, que reúne 21 canais de televisão pública de 17 países da região, incluindo o Brasil, apesar deste não ter integrado diretamente o projeto Retina Latina por meio de apoio governamental, justificando falta de recursos.

Segundo Yenny A. Chaverra, da Direção de Cinematografia do Ministério da Cultura da Colômbia, integrante da equipe responsável pelo projeto Retina Latina, em entrevista, a proposta surge da necessidade de gerar ações concretas de alcance regional para responder a três condições enfrentadas pelo setor cinematográfico latino-americano: a inexistência de um mercado regional consolidado, concentração de obras nacionais de sucesso em seus mercados locais e insuficiência de mecanismos de coordenação regional para a distribuição de cinema.

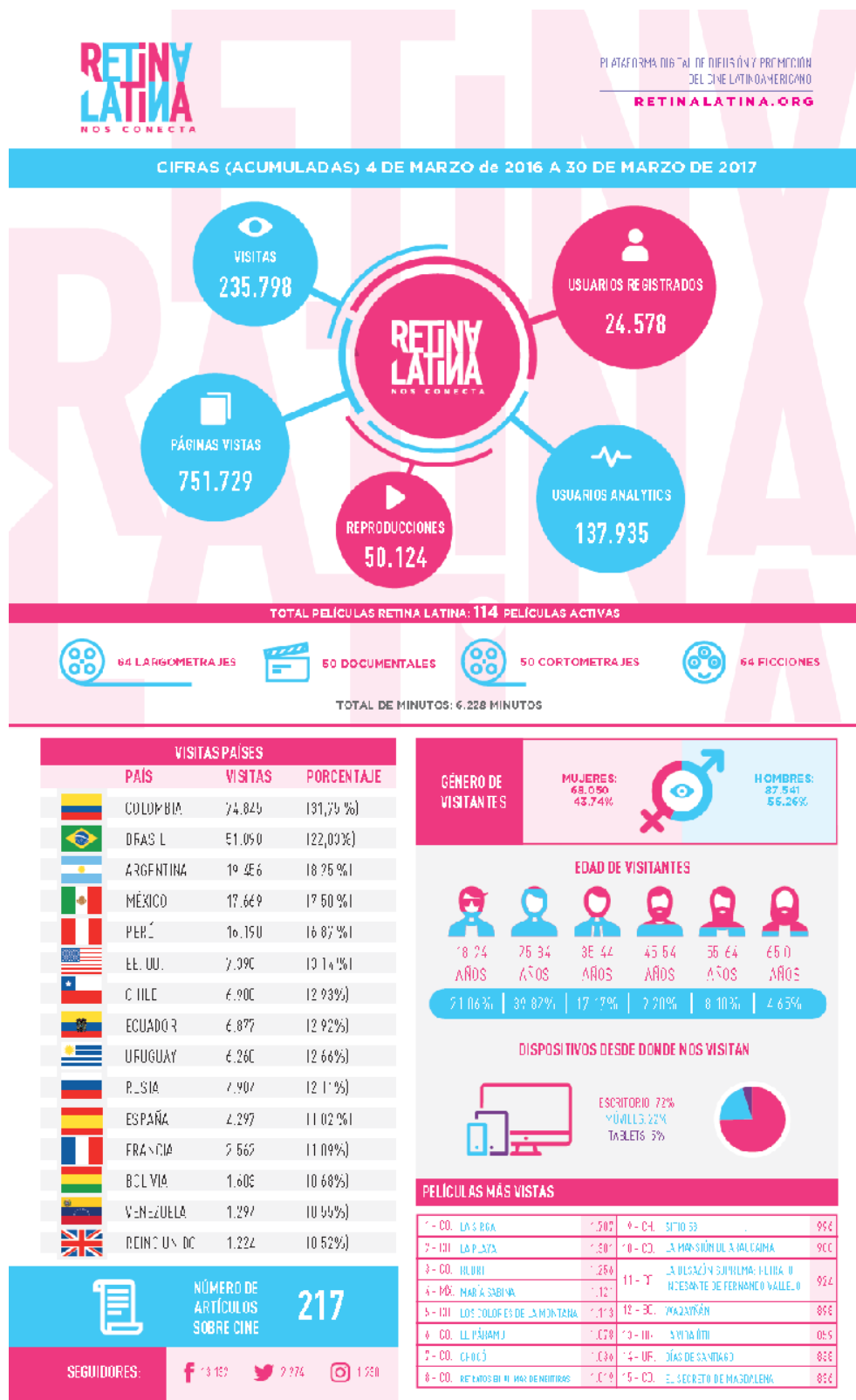


Figura 2

- Relatório de um ano do portal Retina Latina

A soma dos entraves na capacidade de produção e distribuição de produtos nacionais, com a predileção do público aos produtos americanos, como blockbusters, decorrente da abundância de produtos e fortes estratégias de marketing, resultou em um difícil cenário latino-americano para o audiovisual, principalmente para o cinema. De acordo com dados da MPA Latin América (<http://www.mpaamericalatina.org/sobre-nos-brasil/>), apesar de crescente, no Brasil as produções nacionais tiveram apenas 12,1% de participação na bilheteria em 2015, por exemplo. Nesse contexto, a criação de alternativas para promoção dos produtos nacionais nos países latino-americanos se tornou imprescindível.

Diante desse cenário, a equipe do projeto identificou em estudos próprios sobre o mercado cinematográfico que a criação de uma plataforma digital era a melhor oportunidade para desenvolver um projeto de impacto regional, apropriando-se da expansão da internet e dos novos hábitos de consumo de audiovisual para poder contornar as barreiras mercadológicas históricas. No âmbito cultural, a estratégia do projeto foi fornecer o conteúdo democraticamente, sem custo, e apoiados no princípio da diversidade cultural, possibilitando o acesso ao maior número de cidadãos possíveis da América Latina e Caribe.

Outra importante questão apontada por Chaverra é a representatividade e a diversidade na difusão de conteúdo, a escolha dos filmes é realizada por uma equipe com membros de todos os países envolvidos no projeto, fazendo com que a plataforma ofereça aos usuários explorar um panorama diverso da cinematografia latino-americana, com filmes de diferentes estilos, autores, épocas e temáticas, aprofundando o conhecimento a respeito da produção cultural do bloco. Nesse aspecto, a plataforma também funciona como uma cinemateca, um arquivo digital público, cumprindo uma função importante diante da baixa permanência que dos filmes latino-americanos em cartaz nas salas comerciais em seus países de origem e vizinhos.

O objetivo central da plataforma é promover a difusão do cinema da região, colaborando com o desenvolvimento da indústria local, sendo assim não possuem nenhum tipo de algoritmo de *big-data* com a função de capturar dados além dos que são informados voluntariamente pelos usuários cadastrados na inscrição e dados de audiência, usados apenas para acompanhar o desenvolvimento do projeto. A decisão de não utilizar estes algoritmos, demonstra que a utilização de ferramentas digitais na promoção cultural não precisa necessariamente se submeter à demandas mercadológicas, configurando-se como alternativas viáveis a lógica da cultura como um mercado.

Não faz parte do escopo do projeto o desenvolvimento de conteúdos a partir dos dados dos usuários ou qualquer conteúdo audiovisual próprio, ficando restrito a criação de conteúdo em cooperação entre os países apenas a elaboração de artigos sobre cinema e mercado latino-americano. A

produção de produtos cinematográficos em cooperação é gerida por acordos e tratados em outras instâncias.

De acordo com uma reportagem divulgada pelo Jornal El País Colombia (28 ago. 2012), o filme colombiano *La Sirga* teve em 2012 cerca de 7.400 espectadores em seu país de origem. Até o atual momento é o filme mais visto do Portal Retina Latina com 1.707 projeções, um incremento de 23% ao volume de espectadores em seu ano de lançamento nas salas de cinema. Pode se considerar um número exitoso em função do pouco tempo de existência do portal, porém ainda muito pequeno se comparado com a população estimada da América Latina e Caribe que é de 570 milhões de habitantes.

Os coordenadores do projeto avaliam a eficácia da ferramenta frente seus objetivos originais medindo a audiência dos filmes e número de usuários cadastrados, e comparando com outras plataformas de cinema de nicho, onde o crescimento vem sendo gradual e dentro do esperado, segundo Chaverra. Diante da realidade de uma proporção totalmente assimétrica entre produções locais e americanas, além da tendência do público a preferir os produtos hollywoodianos, qualquer outra natureza de cinema é considerada como de nicho, por isso não se compara a plataforma Retina Latina com grandes plataformas de mercado.

Brasil e Argentina figuram como fontes de maior frequência de acesso ao portal, mesmo não fazendo parte dos países gestores do projeto, fator que também é compreendido pela coordenação como positivo, já que começa a apontar um impacto amplo no público latino-americano, demonstrando a eficácia do projeto.

Entre iniciativas institucionais, como Retina Latina e atores comerciais, como Netflix, existem ainda inúmeras plataformas digitais alternativas que criam mecanismos para burlar o sistema de distribuição de produtos por meio da chamada pirataria, fortemente criticada e combatida pelos atores do mercado.

“... com base em dados de 01 de dezembro de 2015 a 30 de maio de 2016, existem mais de 400 websites de pirataria audiovisual voltados para o mercado brasileiro, entre os quais 57 recebem mais de 1 milhão de visitas mensais. Ao todo, eles oferecem mais de 13 mil títulos nacionais e estrangeiros, incluindo lançamentos ainda no cinema, e somaram 1,7 bilhão de visitas no período. Além dos efeitos nocivos já discutidos acima, esse tipo de atividade prejudica também o desenvolvimento do mercado de VoD, uma vez que representa uma concorrência desleal a esses serviços.” (Relatório MPA SIPAV 2016, pág. 71)

A iniciativa do projeto Retina Latina, e mesmo as plataformas de caráter alternativo, apesar de darem um importante passo para formação cultural do bloco, já que promovem a democratização de acesso e a pluralidade cultural das produções artísticas da região, à luz da teoria das novas mídias do Manovich e McLuhan, ainda não abarca completamente as transformações culturais advindas da

revolução tecnológica da nossa era, pois não se aplicam para desenvolver uma nova linguagem nova conectada a cultura digital. Ainda que sejam soluções digitais, a linguagem utilizada na transmissão da informação segue o modelo clássico da era moderna.

Para ultrapassar a esfera de ferramentas alternativas em questão de distribuição e alcançarem patamares de subversão do sistema vigente atual, utilizando a essência da revolução digital para criar uma nova linguagem, é necessário questionar os modelos de direitos autorais, conhecidos mundialmente como Copyright. Alternativas como o CopyLeft e Creative Commons, se estabelecem como modelos mais conectados a nova realidade cultural do universo digital, pois permitem não apenas o consumo das obras criadas e divulgadas nas plataformas digitais, mas também a sua reprodução e alteração em diferentes níveis. Assim, se desprende as obras do caráter puramente comercial, permitindo que as obras alcancem uma real dimensão de democratização, libertando a cultura da lógica de mercado.

No Brasil, algumas iniciativas com investimento governamental como o portal videolive.org.br, trabalham sob essa nova perspectiva em relação ao compartilhamento e transmissão de vídeos. Segundo texto de apresentação contido no próprio portal, a iniciativa tem como foco em investigar, selecionar e difundir conteúdos audiovisuais que representem os valores, as ideias e o comportamento da sociedade contemporânea como forma de preservar e promover a diversidade cultural. Mesmo tendo uma proposta totalmente diferente do portal Retina Latina e outras plataformas focadas na produção e/ou distribuição de produtos cinematográficos, oferece uma visão mais aprofundada de conceitos a respeito da democracia na era digital que podem indicar possíveis caminhos disruptivos em relação ao cinema Latino Americano.

Considerações finais

Levando em consideração o modelo de desenvolvimento cultural latino-americano, observamos que o atraso tecnológico é um grande entrave à autonomia cultural, devido principalmente ao controle dos meios de produção, entretanto a popularização da tecnologia da informação e as novas ferramentas possibilitadas pela internet estão se viabilizando com alternativas viáveis aos entraves históricos.

No campo das batalhas clássicas do cinema latino-americano por melhores condições de produção e distribuição e acessibilidade aos produtos audiovisuais locais, as plataformas de *video on-demand* se tornaram alternativas viáveis a falta de espaço e baixa permanência dos filmes nas salas comerciais de cinema. Mesmo restrito a categoria de cinema de nicho, incapaz de competir a preferência da massa de espectadores pelas produções norte-americanas, as soluções geram impactos importantes na promoção do cinema latino-americano.

Iniciativas democráticas e públicas como o projeto Retina Latina vão além do aspecto comercial e ajudam a criar um panorama diverso da produção cultural do bloco, criando uma cinemateca digital gratuita que corrobora com a formação da identidade cultural da região e desenvolvimento do mercado local.

Entretanto, as iniciativas de fomento ao mercado audiovisual focadas em investimentos em produção e ferramentas não se conectam com a natureza das novas mídias, que requerem uma linguagem nova, capaz de abarcar todas as mídias já existentes para elevar a informação a um novo nível de complexidade.

A busca por espaço no circuito comercial tradicional do cinema, inovando pouco nos formatos pode perpetuar o bloqueio das produções latino-americanas no circuito global e até mesmo local. Atores comerciais do núcleo de plataformas de *video on-demand* já investem significativamente em linguagens transmidiáticas, atraindo novas gerações de consumidores altamente conectadas com o universo digital e toda sua potencialidade.

Entretanto, nenhuma dessas soluções ainda contempla toda a potencialidade da nova onda cultura possibilitada pelo universo digital. Para que atinjamos uma real transformação da linguagem precisamos questionar e subverter os valores que estabelecem as leis de direitos autorais e os modelos de produção vigentes, para que a cultura atinja verdadeiros e profundos níveis democráticos. Onde os novos atores culturais do século XXI, conforme cita Lúcia Santaella (2001), possam realmente se apropriar de conteúdos e ferramentas para se tornarem produtores culturais autônomos, se libertando dos entraves econômicos que limitam a produção cultural a indústria estabelecida.

Nesse contexto, a criação de narrativas e ferramentas pensadas na nova cultura digital que se estabelece com rapidez e força, se mostra uma grande oportunidade na cultura latino-americana, com sua identidade própria, contornar os espaços problemáticos comuns e dar um salto mais adiante na consolidação da sua identidade cultural local ao mesmo tempo em que adere a dinâmicas globais de comunicação.

Referências

MCLUHAN, Marshall. **Understanding Media: The Extensions of Man**. EUA: McGraw-Hill Book Company, 1964

SANTAELLA, Lucia. **Por que as comunicações e as artes estão convergindo?** São Paulo: Paulus, 2005.

MANOVICH, Lev. **The language of new media**. Massachusettes Institute of Tecnology, 2001. Disponível em: http://dss-edit.com/plu/Manovich-Lev_The_Language_of_the_New_Media.pdf

CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas Híbridas: Estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: Edusp, 1989 (tradução 2015).

LEBLANC, Paula Barreto. **Cinema é cachoeira, stream e torrente**. Em Cinemas em Rede – tecnologia, estética e política na era digital. Papirus: 2016

Relatório MPA SIPAV 2016 – MOTION PICTURE ASSOCIATION AMÉRICA LATINA: Impacto econômico do setor audiovisual brasileiro. Disponível em www.mpaamericalatina.org/wp-content/uploads/2016/10/mpa_sicav_2016.pdf

OLIVEIRA, Denis. **Desafios à Integração da América Latina**. Em Cultura e Comunicação na América Latina: integrar para além do mercado. São Paulo: CELACC/ECA/USP, 2012.

Reportagem sobre o novo cinema colombiano: **Seis películas colombianas compiten por la taquilla nacional**. Sem autor definido. Disponível em: <http://www.elpais.com.co/entretenimiento/seis-peliculas-colombianas-compiten-por-la-taquilla-nacional.html>

Dados sobre América Latina: https://pt.wikipedia.org/wiki/Am%C3%A9rica_Latina

Projeto Vídeo Livre: <http://www.videolive.org.br/sobre/>

ANEXO I – ENTREVISTA

YENNY ALEXANDRA CHAVERRA

Dirección de Cinematografía / Ministerio de Cultura / Colombia

Tel: [\(571\) 3424100](tel:5713424100) opción 1, ext. 1412

yhavera@mincultura.gov.co

- 1) **Todos los países del grupo se enfrentan exactamente los mismos problemas identificados o incluso existen asimetrías dentro del grupo? Si los hay, ¿cuáles son?**

Retina Latina es una plataforma digital de difusión, promoción y distribución del cine latinoamericano, de carácter público y acceso gratuito e individual para los ciudadanos de la región desarrollada por seis entidades cinematográficas de América Latina: el Consejo Nacional de Cinematografía de Bolivia-CONACINE, el Consejo Nacional de Cinematografía del Ecuador-CNCINE, la Dirección del Audiovisual, la Fonografía y los Nuevos Medios del Ministerio de Cultura del Perú, el Instituto Mexicano de Cinematografía de México-IMCINE, el ICAU-Dirección del Cine y Audiovisual Nacional del Uruguay, y La Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura de Colombia en la coordinación y secretaría técnica. Como se puede ver, del proyecto hacemos parte países que tenemos mercados y dinámicas cinematográficas diferentes, por lo cual efectivamente experimentamos diferencias en este sentido. Un país como México tiene un mercado mucho más grande, que le permite estrenar en salas de cine más o menos unas 80 películas mexicanas. Colombia, un mercado intermedio, para el año 2016 estrenó 41 producciones nacionales. El resto de países representan mercados más pequeños respecto a la cuota de estrenos nacionales del total de estrenos. Bolivia, es el que dentro de los 6, tiene el número de estrenos nacionales más bajo. De manera que efectivamente existen asimetrías que son el reflejo del tamaño de nuestras industrias. No obstante, en Retina Latina precisamente queremos destacar frente a estas diferencias, que cada industria y cinematografía latinoamericana guarda una importancia especial para el desarrollo de la industria regional y es el reflejo de realidades sociales, económicas, políticas y culturales. Así que estas diferencias son para nosotros una realidad de la que queremos dar cuenta en la plataforma.

Sin embargo, sí podríamos decir que todos los países compartimos un problema común y es que más del 80% de la oferta cinematográfica proviene de Hollywood, la que a su vez concentra un porcentaje similar en ingresos por entradas a salas de cine. Así que la asimetría más fuerte que experimentamos como bloque latinoamericano tiene que ver con la concentración de la oferta de cine de los estudios de Estados Unidos y unos hábitos de consumo del público, cuya preferencia es por estas

producciones. Esto impide claramente que frente a la verticalidad del mercado norteamericano, las películas latinoamericanas tengan la suficiente visibilidad y oportunidad de participar en igualdad de condiciones en el circuito comercial y tener mejores posibilidad de encontrar a sus espectadores.

2) **¿Cómo fue el proceso de desarrollo de la plataforma con múltiples partes interesadas? Como se organizó el proceso?**

Seis entidades cinematográficas, entre las cuáles están el Consejo Nacional de Cinematografía de Bolivia-CONACINE, el Consejo Nacional de Cinematografía del Ecuador-CNCINE, la Dirección del Audiovisual, la Fonografía y los Nuevos Medios del Ministerio de Cultura del Perú, el Instituto Mexicano de Cinematografía de México-IMCINE, el ICAU-Dirección del Cine y Audiovisual Nacional del Uruguay, y La Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura de Colombia – desde la que ejercemos la coordinación técnica del proyecto –, nos aliamos con el propósito de crear una plataforma VoD de carácter público, gratuita e individual para los usuarios con el objetivo de promocionar y difundir el cine latinoamericano en los territorios de nuestra región. La idea fue entonces, ofrecer una plataforma que pusiera a disposición del público de América Latina y el Caribe, un catálogo de películas que abarcara distintos momentos, épocas, autores y formatos, que a su vez derivara en formar una comunidad fiel y seguidora de la cinematografía latinoamericana. De esta manera, vimos una gran oportunidad en la convocatoria de Bienes Públicos Regionales del Banco Interamericano de Desarrollo, dado que nos animaba lograr una integración regional a través el cine latinoamericano, así que presentamos el proyecto a dicha convocatoria y por fortuna salimos beneficiados para el desarrollo de la iniciativa

Desde que iniciamos con el proyecto el objetivo era claro: difundir el cine que estamos haciendo entre los países de nuestra región, y lograr que las películas de cada país traspasaran las fronteras nacionales y pudieran ser vistas en la región. La urgencia la vimos porque uno de los puntos para poder promover el desarrollo de nuestras cinematografías es lograr que esas películas lleguen al público y se instalen en él. Reconocemos que el cine latinoamericano -a excepción de unos pocos éxitos de taquilla nacionales que incluso tienen un buen comportamiento en mercados vecinos- tiene poca permanencia en las salas comerciales y por ende mucho, los espectadores no logran tener acceso a la mayor parte de la producción. Siendo así las cosas, contemplamos las posibilidades que tiene la ventana de internet y sus emergentes dinámicas de consumo de lo audiovisual y decidimos poner en marcha la creación de una plataforma que nos permitiera generar una red de intercambio

entre las obras, los agentes de la industria y los usuarios a través de la red.

Básicamente el proceso se ha organizado a través de la participación y aportes de cada entidad a través de recursos profesionales, financieros, así como producción cinematográfica, conocimientos técnicos y todo su saber hacer respecto a acciones concretas para el fortalecimiento de la industria cinematográfica regional. Este trabajo lo articula la Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura de Colombia quien ejerce la coordinación y secretaría técnica del proyecto.

3) El formato de la plataforma se determinó sobre la base de un estudio específico de los nuevos medios? Si es así, ¿qué?

A la implementación de la plataforma la antecedió el desarrollo de tres estudios, con el fin de conocer la industria latinoamericana, así como los derechos de autor para obras audiovisuales en internet y los modelos de negocio de plataformas VoD en Iberoamérica. Asimismo, de manera constante evaluamos las distintas plataformas VoD que aparecieron y desaparecieron en el mercado hasta el lanzamiento de Retina Latina en marzo de 2015. Efectivamente, para nosotros una plataforma digital era una mejor oportunidad para desarrollar un proyecto de impacto regional al que tuvieran acceso todos los ciudadanos de América Latina y el Caribe (territorio en el cual están disponibles las películas) de manera gratuita, por la expansión que ha tenido internet y por los nuevos hábitos de consumo que éste ha generado. De manera adicional, observamos que además era más interesante ofrecer la producción latinoamericana de manera informada a través de artículos sobre la industria y el cine de la región y no únicamente poner la película para que el usuario la reprodujera sin tener ningún contexto. Así que efectivamente sí realizamos distintas investigaciones y analizamos el ecosistema de plataformas digitales para implementar Retina Latina. Nuestros fundamentos están alineados políticamente con el principio de diversidad cultural, y de promover el desarrollo de estrategias innovadoras para que existan medios de difusión y acceso al cine latinoamericano.

4) La plataforma utiliza mecanismos de recolección de datos para los usuarios, como el Netflix, por ejemplo? Si es así, cómo se utilizan los datos?

Los usuarios deben registrarse, ya sea a través de su correo electrónico o ingresando con su usuario de redes sociales de Facebook o Twitter si quiere ver películas. Para

leer los artículos no es necesario el registro, y además, a diferencia del acceso a las películas cuyo territorio está limitado a América Latina y el Caribe, a los artículos puedes acceder desde cualquier parte del mundo.

De manera que la información que recogemos son los datos de contacto del usuario. Tenemos además previsto el mecanismo para su protección según se especifica en los términos y condiciones de Retina Latina. Los datos nos sirven internamente para saber la edad de los usuarios, desde donde nos visitan, para enviar el boletín de novedades de cada mes, y para hacer el análisis estadístico de la plataforma y determinar qué se consume, quiénes lo consumen, desde donde, en qué pantallas. Esto es posible además porque contamos con herramientas como Google Analytics, así como con la información que nos proporciona nuestro gestor de contenido en Wordpress, y la plataforma de video Kaltura. Es importante aclarar, que no tenemos ningún sistema de big data. Lo que nos interesa está más del lado de los datos que nos ofrece el usuario de manera voluntaria, así como de la información y su percepción de la plataforma que nos suministra a través de sus comentarios tanto en Retina Latina como en las redes sociales. No es un sistema tan sofisticado y con propósitos comerciales como Netflix, quienes acopian información muy granulada de los usuarios con el fin de orientar los contenidos que ofrece así como aquellos que produce. Nuestro propósito al enfocarnos más en lo cultural, usa los datos para un análisis que nos permita entender si la plataforma efectivamente está cautivando públicos para el cine latinoamericano.

5) **¿Cuál es la evaluación de la eficacia del proyecto en relación con los problemas identificados hasta ahora? Hay índices para medir la eficacia?**

Nuestros principales indicadores son las visitas, las reproducciones y los usuarios registrados. Efectivamente, al día de hoy tenemos más de 24 mil usuario registrados viendo cine latinoamericano en la plataforma, con lo cual consideramos que aunque la plataforma todavía puede tener un mayor impacto, está creciendo de manera razonable como todos los sitios VoD de nicho, dado que es una realidad que frente a la concentración del cine norteamericano, todo lo que sea diferente, será de nicho, y en nuestro caso el cine latinoamericano. Así que el crecimiento de usuarios en términos cuantitativos, pero a la vez otros factores como los países desde donde nos visitan – Brasil y Argentina se encuentran entre los países de mayor frecuencia de visitas aunque no están entre los países gestores del proyecto- es importante para saber que hemos sido eficaces en llegar a un público latinoamericano amplio, con interés en el cine de la región que no había tenido la oportunidad de acceder a cinematografías diversas, por las asimetrías arriba señaladas. Los directores y productores de cine

también nos muestran que una iniciativa como la nuestra funciona y tiene sentido, dado que incluso muchos nos ofrecen sus producciones de manera gratuita solo con el fin de que tengan visibilidad y estén en un único sitio de convergencia del cine de América Latina. Además están los usuarios, quienes nos cuentan que siempre habían querido ver esta o aquella película de un país distinto al suyo y que gracias a Retina Latina han podido hacerlo. Eso es una medida cualitativa de la eficacia de la plataforma que esperamos que siga creciendo en número de usuarios y en la diversidad del producción que ofrece.

6) **¿Cuál es el número de visitas a la página web por país?**

Compartimos el ranking de los países que más nos visitan en infografía adjunta.

7) **¿Qué películas tienen mayor audiencia? Esta audiencia fue usuarios de otros países o el país de origen en la producción?**

En la infografía adjunta se puede consultar esta información

8) **La comunidad de productores y agentes de mercado generada por el proyecto Retina Latina originó algunos subproyectos de cooperación entre los países? Por ejemplo, las nuevas producciones de contenido o películas?**

Es preciso aclarar que nuestra plataforma es para la distribución, difusión y promoción del cine latinoamericano, y que no busca entre sus objetivos directos generar contenidos propios o ser una plataforma para la producción o coproducción. Digamos que desde la política pública regional e Iberoamericana ya que cuenta con acciones para que esto sea posible como lo son el programa Ibermedia, el Acuerdo Iberoamericano de coproducción, así como acuerdos bilaterales. De manera que consideramos que este no es el problema al que nos dirigimos, además, porque cada una de nuestras leyes de cine nacionales ha priorizado la producción sobre otros eslabones de la industria cinematográfica, con lo cual ya se cuenta con medidas para responder el tema de la producción y coproducción. Retina Latina le apunta a la difusión y distribución por ser este el cuello de botella y la falla de mercado regional más grande a la que nos enfrentamos.

En Iberoamérica se cuenta con un organismo internacional para generar cooperación entre los países de diversas maneras que es la Conferencia de Autoridades del Audiovisual y el Cine de Iberoamérica- CAACI desde la cual se gestan diversas acciones para colaborar entre países desde la formación, hasta la producción. De manera que ya se tiene la herramienta. En suma, y tal como se explica arriba, nuestra cooperación se ha centrado fundamentalmente en difundir el cine latinoamericano y dar visibilidad a sus agentes en una única plataforma que trata nuestras cinematografías como de primer nivel. Para coproducir existen otros mecanismos.

9) Se sabe que el gobierno de Brasil y Argentina decidió no participar en el proyecto. La ausencia de estos países ha dañado los planos de diseño originales?

El diseño original estaba previsto para los países de América Latina que estuvieran dispuestos a participar en el desarrollo de una plataforma VoD gratuita de difusión del cine latinoamericano, y cuya operatividad se los permitiera. En ese caso estamos inicialmente los seis países que nombro arriba, pero hemos tenido colaboraciones y presencia de producción de otros países, por ejemplo, a través del Programa DOCTV Latinoamérica y de otras colaboraciones con productores, entidades y agentes del sector. Estamos abiertos a ampliar la participación de más países de la región, que con una plataforma en marcha, funcional y exitosa, revisen la viabilidad de participar. De manera que los planes se han cumplido y estamos abiertos a enriquecer aún más la plataforma e integrar a los países que tengan capacidad de participar y aportar en su mantenimiento.

10) ¿Cuáles fueron las razones dadas para esta decisión?

Cada país tiene una política y acciones alineadas con sus propósitos. De tal manera, que en el caso de Argentina, los esfuerzos en su momento prefirieron concentrarlos en el desarrollo de su plataforma nacional Odeon, hoy Cine ar. En el caso de Brasil, desde el ANCINE estaban priorizando otras estrategias para el mercado VoD más en relación con la regulación y el apoyo a los agentes de este sector, sin necesariamente pasar por la participación pública y directa en una ventana de este tipo a nivel regional. No obstante, con la plataforma en marcha, seguimos avanzando y revisando el interés de distintos agentes del sector del cine, no solamente de las autoridades o entidad públicas de cine nacionales, dado que las formas de articulación pueden ser diversas.

11) ¿Cuáles son los criterios utilizados para elegir? Hay una figura de un responsable artístico en el equipo o son definidos por criterios de mercado solamente?

Cada país miembro, con la asesoría de expertos en cine de su sector aporta las producciones a Retina Latina. Nuestro criterio es diversidad de formatos, temáticas, géneros. Miradas que aporten a la construcción de las cinematografías nacionales y regionales por sus condiciones estéticas, sociales, y culturales. Las preferencias del mercado no son nuestra guía, pues la plataforma guarda el espíritu de permitir el acceso a los servicios culturales del cine en su diversidad. Es nuestro fin y objetivo como entidades públicas. Dar visibilidad a las distintas imágenes en movimiento que hablan además desde momentos históricos diferentes de lo que hemos sido y somos. Los criterios de mercado están más del lado de los VoD comerciales, que tienen mayores preocupaciones en retorno de inversión y monetización. A nosotros nos corresponde contribuir a que el cine latinoamericano se vea en toda su diversidad y riqueza.