

O cinema e a produção audiovisual: Um estudo preliminar sobre as novas formas de distribuição na Internet

Alessandra Campos Périgola
Universidade Federal de São Carlos

Índice

1 Introdução	1
2 Descrição da pesquisa	2
3 Metodologia empregada	2
4 Análise dos resultados	3
5 Conclusão	19
6 Referências bibliográficas	19

Resumo: Este artigo trata das novas formas da distribuição da produção audiovisual pela Internet, bem como uma sondagem inicial de sites especializados na distribuição e exibição de filmes e vídeos de curta duração. Recentemente a popularização da Internet de banda larga¹ possibilitou uma maior eficiência, abrangência e redução de custos, do sistema que compreende a distribuição e exibição do produto audiovisual, promovendo a reconfiguração de suas estratégias de divulgação.

¹ Conexão permanente com a Internet por linha telefônica convencional sem a cobrança de pulso por dados, possibilitando enviar e receber dados, áudio e imagens em alta velocidade.

1 Introdução

Os avanços nas áreas de telecomunicações e transmissão digital de dados trouxeram novas possibilidades para realização de uma enorme variedade de produtos audiovisuais. Esses conteúdos influenciam diretamente o dia-a-dia de milhares de usuários da Internet, que têm à disposição ficção, documentários, projetos experimentais, animações e transmissões ao vivo, o que incentiva a produção/distribuição/exibição de obras realizadas nos mais variados formatos e suportes disponíveis, da película ao vídeo, do computador doméstico às poderosas estações gráficas, do amador ao profissional.

A Internet é, por natureza, um meio em constante mutação, que cria e adapta sua tecnologia de acordo com as necessidades e desejos dos produtores e consumidores do entretenimento audiovisual. Isso colaborou para que a Internet se tornasse um dos meios mais baratos e eficientes para distribuição de filmes e vídeos hoje em dia, principalmente para produtores independentes, que podem atingir maior público sem que isso signifique necessariamente acréscimo aos custos. Além disso, as tecnologias de captação e finaliza-

ção digitais promovem a integração ágil e eficiente, além da redução de custos, dos sistemas de produção com os meios de distribuição. O desenvolvimento e barateamento de tecnologias mais avançadas possibilitam que cada vez mais pessoas, amadores e profissionais, se interessem e utilizem os recursos disponíveis, incentivando a produção audiovisual.

As vantagens criativas que a tecnologia digital oferece são enormes, possibilitando uma maior liberdade de expressão (...), ao mesmo tempo em que permite integrar num mesmo sistema os procedimentos de produção em cinema, vídeo e televisão. (MASSAROLO, 2001, p. 03)

2 Descrição da pesquisa

Esta pesquisa trata das novas formas da distribuição da produção audiovisual pela Internet, bem como uma sondagem inicial de sites especializados na distribuição e exibição de filmes e vídeos de curta duração, e como o advento da Internet rápida possibilitou uma reconfiguração do sistema que compreende a produção, distribuição e exibição do produto audiovisual.

As tecnologias atuais permitem o acesso a filmes de todos os formatos, gêneros e qualidades a partir de computadores pessoais. No entanto a maioria dos filmes disponíveis na Internet ainda é feita sem considerar uma adequação de linguagem mais apropriada às limitações e vantagens do meio e de sua forma de transmissão.

Um dos primeiros filmes exibidos no final do século XIX, pelos irmãos Lumière, mos-

trava a chegada de um trem em uma estação. O interesse e o espanto causados naquela época, pela exibição de imagens em movimento, se assemelham com a experiência atual de assistir filmes e vídeos transmitidos via Internet na tela do computador, não necessariamente por uma inovação na experiência visual como no início do cinema, mas sim pela vasta quantidade e variedade de conteúdos disponíveis e pela facilidade de acesso e produção destes.

Esta nova realidade de produção/distribuição/exibição surge ao mesmo tempo em que a democratização do acesso à Internet de banda larga, que permite a transmissão de maior quantidade de dados, aliada a novas interfaces de visualização, possibilitam avanços na qualidade visual e sonora, formando o que José Augusto de Blasiis chama de “micro-cinema”: “um cinema feito em vídeo, editado e pós-produzido em casa, e alocado em um site de distribuição”. (2000, Associação Cultural Kinoforum, www.kinoforum.org).

3 Metodologia empregada

O presente projeto caracteriza-se pela pesquisa empírica de caráter qualitativo. Divide-se em quatro fases, em que foram aplicados os seguintes métodos:

1ª Fase: Nessa primeira etapa, realizou-se a atualização bibliográfica e a pesquisa de artigos, projetos já realizados, entrevistas e textos referentes à distribuição da produção audiovisual pela Internet, para compreender como o assunto é tratado atualmente, qual a importância e abrangência do mesmo. Foi possível a participação em eventos que contribuíram para a pesquisa: Encontro de Mídias Digitais (2001, DAC-UFSCar) e Fórum

de Convergência de Mídias Digitais (2002, SESC São Carlos), ocorridos na cidade de São Carlos-SP.

Nesta etapa também foi realizada a pesquisa bibliográfica e de canais de distribuição e exibição *online* sobre os temas que englobam e contribuem para a distribuição da produção audiovisual pela Internet: Tecnologia e abrangência do uso da Internet em Banda Larga, definição do Web-cinema, panoramas da Internet no Brasil e no mundo, como é feita e a distribuição de fato por grandes estúdios cinematográficos, softwares que possibilitam a distribuição *online* e a televisão na Internet.

2ª Fase: Esta etapa visou o estudo da literatura pertinente pesquisada na fase anterior, direcionando a pesquisa para a distribuição de filmes e vídeos de curta-metragem na Internet. Listou-se, quantitativa e qualitativamente, os sites especializados que possibilitam esta distribuição, tendo como parâmetro de análise a eficiência, abrangência e disponibilidade de uso desses serviços pelos produtores independentes e profissionais.

3ª Fase: Após a primeira triagem dos sites distribuidores de curtas-metragens, foram selecionados e estudados os exemplos que obtiveram resultados mais satisfatórios e que melhor representam o avanço da tecnologia digital para este fim, mostrando os diferentes meios de que se utilizam esses sites para distribuir os filmes e vídeos.

4ª Fase: Nesta etapa, foi finalizada a pesquisa sobre os sites distribuidores e foram testados os meios para realizar a distribuição pela Internet, entrando em contato com o grupo de produção da “Televisão de Imagem e Som” (TELVIS) do Departamento de Comunicação e Artes da UFSCar – São Carlos, que produzem quinzenalmente um

programa de televisão que é transmitido ao vivo pela Internet além de disponibilizar vídeos dos alunos do curso de Imagem e Som no site da TELVIS, que podem ser assistidos *online*. O acompanhamento do trabalho deste grupo colaborou para a compreensão da produção/distribuição *online* e quais são os *softwares* e tecnologias utilizados para a transmissão de imagens e sons pela Internet. Como finalização, foi realizado um estudo preliminar sobre o impacto das novas tecnologias de distribuição cinematográfica com o uso da projeção digital de longas-metragens.

4 Análise dos resultados

4.1 Breve panorama da Internet no Brasil e a banda larga

O número de usuários da Internet é muito difícil de ser estimado com precisão. No Brasil, os dados variam muito de fonte para fonte. Além disso, o crescimento do número de usuários é rápido, tornando as informações rapidamente desatualizadas. As estimativas mais recentes sobre a quantidade de usuários brasileiros foram divulgadas em janeiro de 2001² pelo Ibope e Ratings³ e pelo serviço norte-americano Nielsen/NetRatings. Segundo as duas instituições, havia 9,8 milhões de internautas⁴ em dezembro de 2000, o que perfaz 5,7%

² Fonte: Com Ciência – Revista Eletrônica de Jornalismo Científico, março de 2001

³ O IBOPE/NetRatings é uma união entre o Grupo IBOPE e a Nielsen NetRatings, líder mundial em medição de audiência na Internet. Atuando no mercado brasileiro desde setembro de 2000, a empresa é referência no setor de análise de audiência e monitoramento de publicidade na internet no Brasil.

⁴ Nome comum dado aos usuários da Internet

da população brasileira. A empresa norte-americana NUA⁵ fez uma compilação de dados sobre o acesso à Internet em quase todos os países do mundo. Segundo essa compilação, o Brasil ocupa o segundo lugar na América Latina em termos de proporção da população com acesso à Internet (6,71% / 407,1 milhões), perdendo para o Uruguai com 9%. Nos Estados Unidos, o país com a maior proporção de pessoas plugadas à Internet, 55,83% da população tem acesso à rede.

A Internet hoje em dia funciona como um grande banco de dados, onde as pessoas acessam e buscam informações de qualquer tipo. Os produtos audiovisuais pensados para a Internet se adequam a esse sistema, pois não são necessariamente assistidos somente em dias e horários específicos, e por isso são armazenados para que o espectador possa assistir quando quiser. Com o advento da banda larga os formatos de vídeo podem implementar novas características, como interatividade ou maior qualidade de imagem e som, deixando, em alguns casos, o espectador à vontade para escolher a duração, personagens, ângulos de câmera (como acontece em DVDs com a função multi-ângulo), acontecimentos, sexo do protagonista etc, como já acontece em jogos para computador por exemplo.

4.2 Web-cinema

O termo “web-cinema” foi dito inicialmente por Arlindo Machado⁶ em uma entrevista onde ele afirma que “um produto audiovisual concebido especificamente para a rede não é mais cinema, nem televisão,

⁵ www.nua.ie/surveys/how_many_online/index.html

⁶ Professor e especialista em cinema e linguagem das novas mídias. ECA - USP

nem rádio, pelo menos não no sentido em que hoje entendemos esses meios” (2002, www.justoaqui.com). Arlindo Machado diz que “um audiovisual disponibilizado na Internet é diferente de um audiovisual como conhecemos, para o meio telemático e que essa nova forma de distribuição, que está sendo experimentada, terá que receber um novo nome” (2002, www.justoaqui.com.br). Pessoas assistindo a filmes na televisão não significa que cinema é televisão, assim como um filme também não vira web-cinema somente por ser distribuído pela Internet. A Internet parece ser um meio de distribuição ideal para filmes e vídeos de curta duração e é nesse sentido que ela está sendo utilizada atualmente.

Nos anos 90 houve a explosão do digital. As transformações desta década até hoje fazem teóricos acreditar que no futuro próximo os meios diferentes – cinema, televisão, vídeo, multimídia, rádio – estarão convergindo em direção a um meio novo, que será único, mas plural. Essa foi a discussão do “Fórum Convergência das Mídias Digitais”, ocorrido no SESC São Carlos em 2002 em parceria com o curso de Imagem e Som da UFSCar, que trouxe profissionais e estudiosos de diferentes partes do Brasil para mostrar o que acontece atualmente e quais os rumos dessa possível convergência. Este novo meio, que englobará os meios existentes hoje, poderá utilizar as linguagens dos meios atuais em um novo ambiente, em formas diferentes e com imensa variedade de estilos e gêneros, assim como a televisão hoje.

O web-cinema não inclui apenas narração de ficção e, no futuro, esse cinema poderá assumir através dos recursos digitais de interatividade, formas mais próximas do *videogame*, ou das atualidades e do telejornal,

e em outros casos ainda, mais relacionadas com o videoclipe ou o documentário.

Com o avanço cada vez mais rápido das tecnologias para Internet e com o advento da Internet em banda larga é possível imaginar produtos audiovisuais inteiramente novos, como já é o caso das web-câmeras, que podem ficar permanentemente ligadas em algum lugar, transmitindo imagens e sons ao vivo de tudo o que acontece, seja real ou ficção. As web-câmeras explodiram há aproximadamente quatro anos atrás, quando usuários de computadores comuns deixavam suas *webcams* ligadas 24 horas em lugares estratégicos, como quarto ou banheiro de suas casas. Em alguns casos, o acesso a esse serviço é pago, para que, por exemplo, sejam reveladas intimidades do cotidiano de alguém, fenômeno que foi inspiração livre para os *reality shows* para televisão como o *Big Brother*⁷.

O fenômeno das *webcams* fez proliferar uma série de serviços na Internet que exploram esta tecnologia. Misturando um pouco de exibicionismo, voyeurismo e vigilância, estes sites formam comunidades virtuais cujo objetivo não é outro senão o de se mostrar na rede.

É importante “não confundir mídia e forma narrativa veiculada nesta mídia” (RAMOS, 2001, p.37). Algumas formas narrativas são particulares à mídia televisiva, outras não. O cinema deve ser entendido enquanto forma narrativa que pode ser veiculado pela mídia televisiva, na sala de cinema e pela Internet. O fato de o cinema ser realizado com câmeras com suporte digital ou película é digno de pesquisas, mas não diminui suas fronteiras. O grande número de

filmes recentes produzidos com utilização de suporte digital é uma prova evidente disso. O suporte digital serve tanto para experiências de vanguarda como para narrativas clássicas ou vídeos independentes veiculados na Internet.

A produção audiovisual passa por uma revolução de meios. Podemos captar em vídeo, desde os formatos mais simples, com uma câmera mini-DV de preço mais acessível e por isso de uso comum, aos profissionais, de qualidade broadcast como Beta-cam, até os mais sofisticados, como câmeras HDTV (*High Definition Television*).

Sob esses aspectos pode-se dizer que todos os obstáculos que os grandes estúdios impuseram entre o diretor do filme e seu público (produtores, agentes, distribuidores, exibidores etc.) podem ser demolidos pela Internet.

4.3 Distribuição pela Internet por grandes estúdios

Desde 2001 os grandes estúdios de Hollywood planejam distribuir filmes pedidos via Internet nos Estados Unidos, de acordo com o desejo e demanda do público. Os estúdios que tiveram essa iniciativa – MGM, Paramount, Sony, Universal e Warner Bros. – se uniram para proporcionar aos usuários de banda larga dos EUA uma nova e grande opção de filmes de todos os tipos, passando pelos clássicos até estréias. Com estas iniciativas, os sete grandes estúdios de cinema respondem às preocupações dos produtores de Hollywood quanto à crescente rede de pirataria dos filmes na Internet.

Em 2001 os EUA tinham mais de 10 milhões de casas conectadas à banda larga e

⁷ www.globo.com/bbb

mais de 35 milhões⁸ de computadores aptos a receber esse tipo de serviço, incluindo empresas e universidades. Esse grande público foi a justificativa para a opção de distribuição *online* dos filmes, mesmo que ainda não se tenha um nome específico para este tipo de serviço. Os estúdios não informaram quando esse novo sistema entrará em operação e o tempo de recepção dos filmes pelo usuário dependerá da velocidade de sua conexão com a Internet. Os filmes poderão ser assistidos diretamente da tela do computador ou da TV, ligada ao computador por um sistema de cabos específicos.

A distribuição de filmes na Internet também é a nova aposta das empresas Walt Disney e 20th Century Fox. Estas duas empresas apostaram na distribuição online, sendo que o serviço deverá estar disponível no início do próximo ano (2004). O Movies.com (www.movies.com) irá distribuir filmes e outros programas produzidos pelos estúdios da Walt Disney e da Twentieth Century Fox, mas não exclui a hipótese de incluir outras produções.

4.4 Distribuição não intencional

Fato semelhante a essa distribuição almejada pelos grandes estúdios já acontece sem a intenção dos mesmos, utilizando *softwares Peer-to-Peer*⁹(*P2P*) gratuitos, para *download* de arquivos. Um exemplo destes *softwares* é o Kazaa (www.kazaa.com). Este é no momento o mais popular dos compartilhadores de arquivos. Os usuários podem

procurar por arquivos de outros usuários da mesma rede, organizar e tocar os arquivos e se comunicar com outras pessoas. Suporta áudio, vídeo, *software*, jogos, imagens, e documentos. Distribui-se de tudo nesses *softwares* e nem sempre com o consentimento de distribuição adequado. Os usuários de Internet têm facilidades incríveis e quase nenhuma censura para ouvir músicas, filmes etc.

Ainda não há uma lei específica de direitos autorais para a Internet e após a falência do Napster (Primeiro software popular para compartilhamento de música, extinto em meados de 2000 por fazer pirataria), outros programas surgiram, mais potentes e mais preparados tecnologicamente para enfrentar a censura e fazer a alegria de seus usuários. Isso foi possível com a chegada da tecnologia da banda larga, pois como a Internet ficou mais rápida, os programas de compartilhamento além de distribuir arquivos de música, começaram a distribuir também arquivos maiores como filmes e *softwares* piratas completos.

Um bom exemplo do que acontece atualmente com essa distribuição ilegal é que o programa Kazaa continua vivo e distribuindo músicas, filmes e fotos gratuitamente pelo mundo. O site da empresa norte-americana de computadores Apple (www.apple.com/trailers) disponibiliza em seu site *trailers* de lançamentos de filmes que sairão em cartaz nos EUA, aproximadamente um mês antes de chegar ao Brasil. É possível assistir o *trailer* de um filme no site da Apple ou outro lugar, e utilizar *softwares P2P* para fazer *download* deste filme (em um tempo relativamente curto) muito antes de sua estréia em salas de cinema no Brasil.

A forma de pirataria utilizada no antigo

⁸ fonte: Jornal JB Online, 16/08/2001 – www.jbonline.terra.com.br

⁹ Programas que conectam usuários para transferência de arquivos diretamente, de um computador para outro.

Napster, para troca de músicas, ainda não afeta a indústria cinematográfica da mesma forma que a da música, pois o público cinéfilo ainda não deixa de frequentar as salas de cinema, porém, o crescente número de *downloads* ilegais de filmes na Internet (cerca de 350 mil filmes por dia, segundo a Viant, empresa de pesquisas de mercado) já começa a preocupar os órgãos da indústria cinematográfica. Ou seja, essa divulgação e distribuição não são realizadas intencionalmente pelos empresários ou pela distribuidora do filme, e sim pelo próprio público que armazena este filme e o deixa disponível para outros usuários.

4.5 Distribuição intencional

As empresas brasileiras TeleImage (www.teleimage.com.br) e a iMusica (www.imusica.com.br) se uniram em 2003 para criar um sistema inédito na América Latina de *video on demand* (VOD) que permitirá a usuários residenciais e corporativos receberem arquivos audiovisuais em seus computadores. As iniciativas de organizar e tornar essa troca uma prática comercial estão restritas a poucos exemplos na Europa e EUA, como MovieLink e Sight Sounds (EUA) e Fnac.com (França), que vendem filmes como "Harry Potter".

No Brasil, o público potencial para o serviço é representado pelos 700.000 usuários de banda larga (segundo dados do IDC - International Data Corporation¹⁰), o que indica um aumento de 112% sobre o ano passado, um dos maiores índices de crescimento no mundo.

Para esses consumidores, além de títu-

¹⁰ www.idc.com

los consagrados, a união TeleImage e iMusica trará a possibilidade de distribuir formatos ditos como alternativos. De acordo com Patrick Siaretta, presidente da TeleImage "Produtores de curtas-metragens, filmes de animação e outros conteúdos não-comerciais também terão acesso a uma nova ferramenta para divulgar e distribuir seus trabalhos"(2003, Jornal JB Online). Os interessados em licenciar seus produtos já podem entrar em contato pelo site da iMusica.

A TeleImage fornecerá toda sua experiência para a digitalização de conteúdo e captação de novos materiais. A iMusica, responsável pela implantação da primeira plataforma de Distribuição e Gerenciamento de Mídia Digital da América Latina, utilizará sua tecnologia nessa nova empreitada.

O resultado desta parceria TeleImage - iMusica chegou ao mercado consumidor no início de setembro de 2003 para venda nos sites que compõem a Rede de Distribuição Digital iMusica.

Em maio de 2003, a empresa Sight-Sound (uma loja de vídeos *online*) (www.sightsound.com) lançou o que foi considerado o primeiro filme com distribuição exclusiva pela Internet: "The Quantum Project". O filme, orçado em 3 milhões de dólares, recuperou seu investimento depois de uma hora que estava disponibilizado para *download*. Mais de um milhão de usuários "baixaram" o filme, ao custo de 3,95 dólares. A SightSound usou uma tecnologia própria de compactação e digitalização criptografada que permite uma qualidade superior à convencional. Todo o projeto do filme foi pensado para o formato da rede.

Antes do lançamento do "The Quantum Project", a Miramax, ex-produtora indepen-

dente, hoje subsidiária da Walt Disney Company, já havia anunciado um acordo para lançar de 12 títulos de seu catálogo para *download* a partir desta tecnologia da SightSound.

4.6 Televisão e Internet

Seguindo a tendência de colocar programação de TV na Internet, a rede de TV britânica BBC (www.bbc.co.uk), anunciou a criação do Creative Archive, um serviço gratuito que vai colocar todo o acervo de imagens da emissora, um dos maiores do mundo, à disposição dos internautas. O anúncio foi feito em agosto de 2003, no festival de TV de Edimburgo¹¹, pelo diretor-geral da BBC, Greg Dyke, que não divulgou o cronograma do projeto.

Por todo o mundo, emissoras de TV, como a americana ABC (www.abc.go.com) e a italiana RAI (www.rai.it), põem parte da programação na rede. O canal de esportes ESPN de TV por assinatura (www.espn.com) oferece vídeos de esportes e também planeja transmitir ao vivo.

No Brasil, o Globo Media Center (www.gmc.globo.com), por exemplo, oferece, permanentemente, quase todas as atrações exibidas pela Rede Globo. Depois que os programas vão ao ar, os vídeos levam, em média, de duas a quatro horas para entrar no site. Além da programação da TV aberta, também ficam disponíveis no site os conteúdos dos canais pagos GNT, Multishow e Sexy Hot.

Já o canal de notícias Globo News é transmitido ao vivo, 24 horas por dia. Para acessar o acervo - que inclui programas antigos -, é preciso ser assinante

do Globo.com (www.globo.com) ou pagar a mensalidade de acesso do Globo Media Center.

A brasileira Rede TV! (www.redetv.com.br), oferece sua programação ao vivo na Internet gratuitamente. Duas *webcams* mostram o que se passa em outros estúdios da TV enquanto um programa é transmitido. Há ainda uma videoteca com trechos de programas anteriores.

A Rede Bandeirantes, do Rio de Janeiro (www.tv.videomart.com.br/brand), e a TV Cultura (www.tvcultura.com.br), também podem ser assistidas ao vivo pela Internet.

Além dos sites que trazem vídeos de programas produzidos originalmente para a TV, há um grande número de endereços que oferecem atrações especialmente feitas para exibição via Internet. O site Comfm (www.comfm.com) é um portal que traz *links* para quase 3.000 emissoras de TV de todo o mundo e oferece três novos canais todos os dias.

No Brasil, a All TV (www.alltv.com.br), apresenta uma programação ao vivo, 24 horas por dia, que inclui noticiário, entrevistas e debates. Os programas podem ser assistidos pelo Windows Media Player, programa incluso no pacote de instalação do Windows. Foi a primeira do Brasil nesse aspecto. Atualmente, em São Paulo, a programação é transmitida também pela TVA. Alguns programas da All TV *online* têm “linha direta”, onde o usuário pode colocar seu apelido, como numa sala de bate-papo e fazer perguntas aos apresentadores dos programas, em tempo real. Além da programação ao vivo o site também possui programação *on demand*, onde o usuário pode

¹¹ www.eif.co.uk

escolher programas inteiros para assistir, entre os programas distribuídos online nas últimas 72 horas. A distribuição *online* é gratuita e se sustenta com patrocinadores que divulgam no site.

Há ainda uma infinidade de sites que transmitem programas nos moldes da TV, mas ao vivo pela Internet, como o Internet TV (www.internetv.com.br) que transmite entrevistas ao vivo em horários específicos e o site TV OM (www.tvom.com.br) que é feito para os amantes de rodeios e transmite as principais competições do esporte no país. Demanda e programação não faltam.

O importante na Internet é saber “garimpar” para achar o que se tem interesse e usufruir dessas facilidades sem limites de horário nem a preocupação de horário certo para assistir os programas, como nos canais de TV normal, pela facilidade da programação disponível *on demand*.

Faculdades e cursos de cinema além de utilizarem a distribuição *on demand* de vídeos, colocando seus trabalhos universitários gratuitamente em sites, também usam a divulgação como na TV, fazendo programas *online* em tempo real que podem ser transmitidos em horários específicos.

O curso de Imagem e Som da UFS-Car desenvolve o projeto TELVIS (www.telvis.ies.ufscar.br), uma TV *online* que transmite programas ao vivo, feitos pelos alunos a cada 15 dias, e depois disponibiliza o conteúdo *on demand* também. Com isso, os alunos aprendem a trabalhar com essa nova tecnologia, ampliando os conhecimentos teóricos para a prática, e divulgam seus trabalhos. Além da transmissão pela Internet os programas podem ser vistos em um telão dentro do teatro do Departamento do curso. O site contém fotos,

notícias, informações sobre os programas e sobre o projeto.

4.7 Distribuição de Curta-metragem

A distribuição de vídeos de curta duração na Internet é realizada através de sites que disponibilizam serviços, pagos ou não, e através de festivais de vídeo feitos exclusivamente para a Internet. A Internet fornece cada vez mais ferramentas e possibilidades para que os realizadores hospedem e exibam seus filmes utilizando a tecnologia de *streaming*, além de fornecer gratuitamente uma série de *softwares* que podem ajudar na produção e distribuição. Sites como o Icast (www.icast.com), AntEye (www.anteeye.com) e CameraPlanet (www.cameraplanet.com) proporcionam um vasto espaço em seus servidores para hospedar e fornecer vídeos em *streaming*. Para os visitantes há sempre a possibilidade de criar canais personalizados com os vídeos preferidos e de entrar em contato com o realizador.

Muitos realizadores estão construindo sua audiência através da Internet. Se antes eles precisavam ir até aos festivais para serem vistos e para mostrar seus trabalhos, agora podem utilizar também a Internet. O filme "More" de Mark Osborne (EUA, 1998)¹², por exemplo, apesar de ter sido indicado ao Oscar e ganho prêmios em festivais, é um curta-metragem de 6 minutos que teria caído no esquecimento se não fosse a Internet. "More", exibido pela Ifilm (www.ifilm.com) ficou 1 ano na lista dos filmes mais acessados e Osborne ganhou uma legião de admiradores.

Há pequenos produtores e diretores inde-

¹² www.scifi.com/exposure/frameup/more.html

pendentes no Brasil, na maioria das vezes, estudantes de cinema, que após finalizarem seus vídeos de baixo custo, fazem um site na Internet para divulgação dos mesmos, onde “montam” uma pequena loja virtual para vender coletâneas dos vídeos, geralmente em VHS ou CD, como no exemplo do site www.br.vixee.nom.br. Em alguns casos esses produtores independentes conseguem projeção e ganham popularidade, como é o caso do Pepa Filmes (www.pepafilmes.com.br) que disponibiliza seus projetos para download e já é reconhecido e entrevistado por Jornais e canais de TV, como Canal Brasil. Segue abaixo a análise dos sites especializados na distribuição de produtos audiovisuais de curta duração,:

4.7.1 Portacurtas

O site PortaCurtas (www.portacurtas.com.br) é um projeto desenvolvido pela Synapse Produções com patrocínio do programa Petrobras Cinema, para disponibilizar na Internet a produção nacional de filmes de curta-metragem.

O site oferece um grande acervo de curtas metragens para exibição *online* e ferramentas de pesquisa num banco de dados de mais de 1.400 filmes, diretores, elenco e até diálogos. Para assistir aos filmes é preciso um programa básico de áudio e imagem como o Windows Media Player¹³ ou o Realplayer¹⁴. Não é possível copiar os filmes para um computador pessoal. Os cineastas/produtores terão participação (*royalties*) das receitas geradas pela inserção de publicidade, associada à exibição de seus filmes, via tecnologia *strea-*

*ming*¹⁵ (como Realplayer, etc.) e também da arrecadação com a comercialização de *streamings* sem anúncios, *download* de filmes para usuários com conexão banda larga, ou mesmo venda de filmes ou coletâneas em VHS ou DVD (no caso de curtas-metragens, compilações com um mínimo de títulos selecionados diretamente por cada comprador).

Os cineastas/produtores, detentores dos direitos autorais, receberão uma senha, antes do início das operações do site, e com ela poderão verificar *online*, a qualquer momento, os créditos de cada um de seus filmes, relativamente a cada uma das formas de receita acima. Relatórios anuais serão enviados também por correio, e as transferências de *royalties* realizadas em até 30 dias após a emissão de cada relatório.

4.7.2 E-movies

Empresa para divulgação de curtas-metragens nacionais nas mídias tradicionais e em novos mercados como linhas aéreas, aeroportos, Internet, instituições, tvs a cabo, etc. Os filmes serão exibidos em rodízio no site (www.e-movies.com.br), a título de divulgação, sem pagamento. O acervo é constituído de vários formatos de filmes (Super 8, 16mm, 35mm, super VHS, Beta, Digital) e de cineastas iniciantes até os mais famosos.

4.7.3 Projecto Rayuel

O projeto Rayuel, de promoção cultural, e a empresa sueca CaribeVision, especializada em cabos, fibra ótica, comunicação e publicidade, oferecem aos produtores latino americanos a possibilidade de colocar

¹³ www.microsoft.com/downloads

¹⁴ www.real.com

¹⁵ áudio e vídeo em tempo real

gratuitamente os seus produtos na Internet (www.caribevision.com) como: videoclipes, peças teatrais e monólogos, *trailers* de filmes ou documentários, vídeo-arte etc.

4.7.4 Eveo

O EVEO (www.eveo.com), um dos sites de *streaming* de vídeo mais conhecidos, que significa "*everyone's a director*" ("Todo mundo é um diretor"), continha um catálogo de 2.500 vídeos e uma rede de 1.500 realizadores formando seu canal. O site se transformou em 2003 e acabou se lançando agressivamente numa nova direção: o Eveobiz.com que irá desenvolver uma plataforma "eVideo para eBusiness" com a qual pretende integrar eficientemente a criação, o *streaming* e o processo de distribuição de vídeos para negócios externos. Uma espécie de nova solução para originar, aplicar, distribuir e gerar receita com o *streaming* de vídeo na Internet. Em entrevista à indieWIRE¹⁶, o diretor do EVEO, Olivier Zitoun, declarou que seu sonho inicial com o EVEO era "democratizar o cinema através da Internet".

4.7.5 Atomfilms

A Atomfilms (www.atomfilms.com) é um dos maiores e mais bem sucedidos sites provedores de entretenimento atualmente, e em conjunto com a Shockwave.com (www.shockwave.com) que distribui jogos, formam a AtomShockwave Corporation e disponibilizam na Internet um acervo com jogos e os melhores curtas-metragens e animações já produzidos. A maior parte desses vídeos é de produtores independentes, sendo

¹⁶ www.indiewire.com - site de comunidade e fonte para produtores independentes

que qualquer pessoa pode colocar gratuitamente seu trabalho neste site, que passará por uma seleção, devido ao grande número de material recebido todos os dias. O grande segredo dessa empresa, que consegue atingir cerca de 16 milhões de visitantes ao mês, segundo informações publicadas no próprio site, se deve à sólidas parcerias com empresas de grande porte.

Mais de 200 parceiros patrocinam e fazem propaganda de suas empresas no site da Atom. As boas estratégias dão uma grande audiência estimulando cada vez mais o investimento de empresas no site, como por exemplo, a parceria com a Lucas Online, divisão da Lucasfilm, produtora do filme "Guerra nas Estrelas" do diretor George Lucas. A Atomfilms abriu espaço para que paródias e documentários sobre o filme "Guerra nas Estrelas" fossem exibidos no site. Além de esse projeto ter estimulado a criatividade de cineastas amadores e animadores - permitindo a exposição de seus trabalhos num site de grande sucesso - os selecionados pela Atomfilms receberam parte dos lucros gerados pelo projeto com propaganda.

O mais novo investimento da Atom Films é a criação de um canal na TV a cabo dedicado exclusivamente a filmes de curta duração, colocando no ar toda sua coleção de curtas e animações.

4.7.6 Anima Mundi Web

O Anima Mundi Web (www.animamundiweb.com.br) é a versão virtual do Anima Mundi, um dos mais destacados festivais internacionais de animação do mundo. Desde 2000, vem realizando a competição online, onde os usuários podem votar pelo site, priorizando

os trabalhos que utilizam ferramentas de animação específicas para a Internet, como o programa Flash, da Macromedia (www.macromedia.com), onde é possível fazer animações e exportar vídeos em formato compatíveis com os disponibilizados na rede.

4.7.7 FIFI - Festival du Film Del'Internet

Criado em 1999 na França, o FIFI - Festival International du Film de l'Internet (www.fififestival.net) apresenta em sua seleção todo e qualquer produto audiovisual e narrativa procedente de um endereço na Internet. Essa concepção abrangente da produção e exibição faz deste festival um dos mais democráticos e diferenciados na Internet.

4.7.8 Fluxus - Festival Internacional de Cinema pela Internet

Este festival tem como principal característica o fato de ser exclusivamente virtual. Em sua quarta edição, o Fluxus - Festival Internacional de Cinema na Internet (www.fluxusonline.com) pretende discutir o cruzamento entre mídias (cinema, vídeo, Internet), suportes, linguagens e gêneros, apresentando em sua competição documentários, animações, filmes e vídeos de narrativa ficcional e experimental. Na sua terceira edição em 2002, o Fluxus recebeu 351 trabalhos dos mais diversos formatos, estilos e gêneros, inscritos de todas as partes do mundo. A nova edição do festival tende a valorizar o cinema contemporâneo e todo trabalho que incorpora em si o conceito de imagem em movimento. Esta diversidade expressiva poderá ser observada nos trabalhos de web-

arte, que competem na nova categoria, Interactiva, e que absorvem em si diferentes mídias concretizando um modelo audiovisual próprio para a Internet. A categoria E-cinema traz 15 filmes que mostram também uma grande variedade de mídias e parâmetros temáticos. Curtas de ficção, vídeo-arte e experiências videográficas juntos na mesma categoria, para comprovar que as fronteiras tecnológicas e criativas já não podem ter um limite certo para demarcação. Já a categoria Anémic traz as mais variadas técnicas de animação, do videoclipe à ficção, do sensorial ao conceitual. Mais uma vez, as animações em formato digital (Flash) são agrupadas às animações tradicionais para que os espectadores possam notar sua valorização e desenvolvimento estético, haja visto que é uma tecnologia desenvolvida para a Internet. Os documentários também trabalham com a flexibilidade do vídeo digital.

4.7.9 Justo aqui

A Justo aqui (www.justoaqui.com.br) é o primeiro "Guia Brasileiro de Mídia na Internet". Os realizadores do site acreditam que a tendência da Internet é se tornar, cada vez mais, uma mídia completa com rico conteúdo de áudio e vídeo.

A proposta da Justo aqui é de classificar, comentar e disponibilizar este material existente na Internet (vídeo, tv, *webcam* e estações de rádio), indicando o caminho deste conteúdo ao usuário, de forma a simplificar e objetivar o acesso a ele, não se restringindo apenas em catalogar ou buscar endereços de sites na Internet, mas também a jogar um olhar crítico sobre este conteúdo. Por não produzir conteúdo próprio, a Justo aqui tem total independência de ponto de vista e, com

uma equipe de críticos, comentaristas e especialistas de conteúdo audiovisual, a meta da Justo aqui é oferecer um serviço que se torne uma referência para o internauta. Além de identificar e comentar mídias disponíveis na Internet, a Justo aqui oferece também, em cada vídeo ou áudio, uma tribuna livre para os seus usuários deixarem críticas e comentários. Estes são somados aos comentários da equipe da Justo aqui, consolidando o aspecto independente da crítica e aumentando a sua confiabilidade.

A Justo aqui pretende contribuir no desenvolvimento deste novo tipo de mídia, lançando em breve um programa de patrocínio de produções independentes de conteúdo audiovisual na Internet. Produtores de vídeo e áudio poderão enviar seus projetos para a Justo aqui, que terão sua qualidade avaliada por uma equipe especializada. Caso aprovado, o material poderá ser digitalizado e hospedado no site do Justo aqui sem custo nenhum para o produtor.

4.7.10 Senef Online Festival

Como resposta à emergência das produções audiovisuais que utilizam novas tecnologias, desde o ano de 2000 o Seoul Net Festival, na Coreia, realiza sua versão *online*. O festival procura antever o panorama da tecnologia digital, de trabalhos realizados especificamente para a Internet. O SeNef Online Festival (www.senef.net) promove as novas propostas que redefinem as fronteiras do cinema como linguagem.

4.7.11 Yahoo Online Festival

O Yahoo Online Festival (www.onlinefilmfestival.com) começou na Internet e atual-

mente promove uma festa nada virtual num hotel em Los Angeles. O filme "Timecode"¹⁷, de Mike Figgis (2000), teve sua pré-estréia no Yahoo Festival. Figgis usou a Internet para produzir e promover o filme e em seu site, foi feito um *making of* da produção, em que era possível acompanhar a filmagem e as reuniões do elenco, e ver algumas das cenas sendo filmadas.

"Timecode", cuja atriz principal é Salma Hayek, tem um formato inusitado: são quatro histórias filmadas com uma câmera digital, que acontecem ao mesmo tempo em quatro cantos da tela, e cujos personagens se encontram ao final do filme.

Outros participantes do festival são Sam Solokow e Rob Robbins Lobl, que dirigiram o filme "The Definite Maybe"¹⁸, lançado pela Internet. No site (movies.yahoo.com/onlinefilmfestival) os visitantes podem votar no melhor curta-metragem e no melhor curta de animação, entre 24 filmes. Muitos deles saíram de sites de cinema independente como Ifilm (www.ifilm.com) e do excelente AtomFilms.

Os vencedores do Yahoo Festival terão seus filmes distribuídos nos sites AtomFilms, IFilm, IMDb e pelo programa Advantage da Amazon. Outros sites de cinema que participam da festa do Yahoo: CinemaNow (www.cinemanow.com), Honkworm (www.honkworm.com), IMDB (www.imdb.com), HitPlay (www.hitplay.com), Mandalay (www.mandalay.com), Pop (www.pop.com), empresa da DreamWorks e SightSound (www.sightsound.com).

O site StreamSearch (www.streamsearch

¹⁷ www.imdb.com/title/tt0220100/

¹⁸ www.ifilm.com/filmdetail?ifilmid=5760

.com) promove também um festival, que acontece desde fevereiro na Internet. O StreamSearch tem uma quantidade enorme de filmes de cinema e TV, em sua maioria produções comerciais, e funciona também como uma agenda de vídeos e filmes em outros sites.

4.7.12 Pocket Movies

O Pocket Movies (www.pocketmovies.net) é um site pessoal criado em agosto de 2000 por Jérôme Neuvéglise, um francês que destina seu tempo livre para distribuição de curtas-metragens na Internet. Embora a estrutura comercial do site seja pequena, o Pocket Movies consegue atingir um público fiel e relativamente grande, alcançando uma popularidade semelhante a de grandes sites distribuidores de curtas-metragens. O site possui um acervo de ótima qualidade, porém existem restrições de espaço em banco de dados devido à falta de investimento. Segundo Jérôme “existe um custo alto para que haja uma transferência de arquivos do banco de dados do site para um computador pessoal de 50/60 GB por dia (fluxo atual de *downloads* diários)” (2003, www.pocketmovies.net) e para manter o site ativo, muitas vezes é preciso retirar alguns vídeos e adiar as atualizações nos curtas-metragens distribuídos. Ainda assim o número de pessoas que freqüentam e participam dos fóruns disponíveis no site é significativo.

4.7.13 Ifilm

O IFILM (www.ifilm.com) é atualmente um dos maiores sites de *streaming* de vídeo, atraindo uma audiência mensal de aproximadamente sete milhões de consumidores de

entretenimento. Possui uma vasta coleção de curtas-metragens, clipes, comerciais e *trailers* de filmes e jogos.

A rede do IFILM inclui parceiros de distribuição *online* como o Yahoo Movies, WindowsMedia, RealNetworks, Xolox¹⁹ e também parceiros de distribuição *offline*²⁰ como os canais Independent Film Channel²¹ e NBC²². A IFILM também oferece um cardápio para soluções de marketing para comunicação em banda larga.

4.7.14 BMW Films

É uma série de curtas-metragens, intitulada “The Hire”, criada pelos maiores talentos de Hollywood, como o diretor John Woo, basicamente para fazer propaganda dos carros da BMW (famosa marca de carros). Há no site (www.bmwfilms.com) a possibilidade de comprar o DVD, com oito vídeos estrelados pelo ator Clive Owen (de “Identidade Bourne”) no papel do motorista. As manobras exibicionistas dos carros nos vídeos são feitas por uma equipe especializada de motoristas da BMW.

Algumas faculdades de audiovisual brasileiras mantêm servidores com vídeos experimentais ou trabalhos de curso de seus alunos disponíveis em sites, onde usuários podem acessar e assistir gratuitamente. Isso colabora também para a divulgação dos cursos de audiovisual no Brasil, que já são um dos mais concorridos dos vestibulares, mos-

¹⁹ Programa para compartilhamento de arquivos como o Kazaa. Busca muito eficiente para arquivos de áudio, vídeo, *softwares*, imagens, etc. (www.xolox.nl)

²⁰ disponível fora da Internet também

²¹ www.ifctv.com/ifc

²² www.nbc.com

trando os trabalhos desenvolvidos na faculdade, para que estudantes possam assistir e optar melhor por um curso de cinema ou pela faculdade.

O curso de Imagem e Som da Universidade Federal de São Carlos mantém, desde 2002, um banco de dados digital para vídeos feitos pelos alunos, com o objetivo de divulgar toda a produção audiovisual do curso digitalmente, independente da forma de captação. Esse serviço do servidor é gratuito, mas só permite 25 conexões simultâneas, o que pode ser alterado e aumentado de acordo com a demanda de usuários. O site (videos.ies.ufscar.br) utiliza a tecnologia da RealNetworks.

4.8 Tecnologia na distribuição de vídeos na Internet

Uma grande parte dos vídeos disponibilizados na Internet utilizam uma tecnologia chamada *streaming*, que é uma forma de transmitir áudio e/ou vídeo através da Internet ou de qualquer outra rede. Essa ferramenta permite que o vídeo possa ser assistido sem precisar aguardar o *download* completo do arquivo. Isso permite, entre outras coisas, transmissão ao vivo de rádio e TV através da Internet.

Quando se faz *download* tradicional de um arquivo de vídeo, por exemplo, é necessário que todo o arquivo seja salvo no computador para só então abri-lo, ou seja, são dois processos: um de fazer o *download*, “baixar”, e outro de abrir o arquivo. Com o *streaming* o computador fica constantemente recebendo o áudio ou vídeo, que já é apresentado ao usuário quase que instantaneamente.

Quando se faz uma transmissão em *streaming*,

o computador do usuário precisa receber as informações da Internet rapidamente. Quando isso não acontece, a transmissão é temporariamente interrompida, por isso existe a necessidade de que os usuários possuam Internet rápida (banda larga) para que a distribuição alcance êxito. A cada dia, novas técnicas são desenvolvidas e tecnologias aperfeiçoadas, mas ainda falta muito para que as transmissões em *streaming* alcancem uma qualidade de som e imagem semelhantes a um DVD. O motivo é simples: velocidade e estabilidade da conexão. Como a maioria dos usuários ainda não tem uma conexão veloz o suficiente, é preciso abrir mão da qualidade para que a transmissão se torne viável. Quanto maior a qualidade do áudio e/ou vídeo, mais rápida precisa ser a conexão do usuário e, também, do provedor onde o servidor de *streaming* está hospedado.

Na área de *streaming*, como em todo mercado emergente, as empresas fabricantes de programas vivem uma verdadeira guerra para conquistar consumidores. Há pelo menos sete *softwares* disputando a preferência do usuário. Para o internauta, isso tem algumas conseqüências ruins: a necessidade de instalar vários programas no computador para ouvir e ver o conteúdo oferecido por todos os sites. Embora não exista um padrão único para *streaming*, três empresas já se firmaram como líderes absolutos: a RealNetworks, fabricante do RealPlayer, atual líder de mercado; a Microsoft, que dispõe do Windows Media Player e a Apple, criadora do QuickTime (www.apple.com/quicktime). Os três padrões são incompatíveis entre si, por isso a maioria dos sites distribuidores de produtos audiovisuais disponibilizam e/ou utilizam todas as tecnologias, sempre dando

opção de download dos três *players* e o usuário escolhe qual programa utilizar.

A RealNetworks se beneficiou do seu próprio pioneirismo e tem um grande número de adeptos, mas a Microsoft investe muito para conquistar o mercado - chegando a distribuir seu programa no pacote de instalação do sistema operacional Windows, uma excelente estratégia que ajuda o *software* a se fixar no mercado rapidamente.

O Quicktime em sua versão 6.0 atingiu o recorde²³ de 25 milhões de *downloads* em menos de 100 dias. Isso ocorreu pelo fato do *software* suportar agora o formato MPEG4, que a Apple pretende divulgar e transformar em um padrão de vídeo na Internet. Segundo a empresa, o MPEG-4 tem melhor qualidade que o formato MPEG-2, usado em DVDs.

Esses *softwares* juntos cobrem mais de 90% das necessidades do internauta na visualização de *streaming*.

As empresas continuam pesquisando para resolver os diversos problemas que ainda atrapalham a distribuição de vídeos na Internet. Existem ainda muitos fatores que podem atrapalhar a transmissão, como um possível congestionamento na rede, por exemplo, onde várias pessoas tentam assistir a um vídeo ou filme no mesmo momento e, quando isso ocorre, o computador do usuário não consegue receber as informações de forma rápida o suficiente e a transmissão é interrompida.

A Real, fabricante do Real Player, lançou há algum tempo uma tecnologia chamada SureStream. Quando um áudio ou vídeo é

transmitido em SureStream, sua qualidade se adapta às condições de rede e velocidade de conexão do usuário, ou seja, quanto mais rápidas estiverem as condições de rede, melhor será a qualidade do áudio/vídeo transmitido. Esta qualidade pode variar durante a reprodução. A Microsoft, logo em seguida, criou um sistema semelhante para o Windows Media Player, desta forma as empresas seguem na disputa do mercado e surgem novas formas de melhorar o processo de distribuição.

Outra tecnologia que deu início à popularização da distribuição de produtos audiovisuais na Internet é o Divx, um *codec* (compressor/descompressor) que permite a exibição de vídeo em alta qualidade. O Divx foi baseado no *codec* MPEG-4, que é embutido no Windows Media, da Microsoft, e rapidamente ganhou status por sua poderosa capacidade de compressão, permitindo a troca de filmes inteiros pela rede, sendo capaz de reduzir um vídeo cerca de 15% do seu tamanho, sem perda de qualidade. Desta forma, é potencializada a possibilidade de manipular com eficiência a qualidade das imagens caso existam problemas de comunicação e de largura de banda, muito comuns na visualização do *streaming*. Se houver uma queda na velocidade e na quantidade de dados recebidos da rede, o *player* manda uma solicitação de reajuste da qualidade da imagem para o servidor evitando que haja uma interrupção e a perda de qualidade seja pouco perceptível, já que somente a qualidade de alguns objetos é alterada e não de todo o vídeo como na tecnologia SureStream. O Divx atualmente não permite o *streaming* de vídeo, mas já possui um projeto em desenvolvimento.

²³ Dados do site "http://www.lojapple.pt/news/news.html" dedicada a alguns destaques das notícias dos principais portais de notícias relacionados com a Apple - 18/out/2002

4.9 Projeção digital

O impacto das tecnologias digitais na distribuição cinematográfica já é tema de debates constantes. A transmissão digital de dados via satélite está revolucionando a distribuição de filmes. Segundo Edson Sofiatti, da empresa Star One²⁴, “um filme pode estar ao mesmo tempo em cinemas dos quatro cantos do país com custos muito menores para o distribuidor em relação à cópia em película” (2003, www.starone.com.br). Os sistemas de transmissão e armazenamento da imagem e do som de um filme, além das tecnologias de compressão e transmissão, se beneficiam também de tecnologias originalmente desenvolvidas para outros setores, como por exemplo, os sistemas de criptografia, desenvolvido para o setor bancário, o que torna o sistema seguro.

O filme será transmitido para os cinemas interessados, que armazenarão os dados no computador e terão o direito de exibi-lo um certo número de vezes. Isso permite uma enorme agilização da distribuição de filmes e uma redução considerável dos custos de transporte, estocagem e legendagem.

Essa economia beneficia, num primeiro momento, o distribuidor. Pequenos produtores poderão ganhar também, pois terão acesso a circuitos de exibição maiores, já que o custo de produção de cópias no novo sistema é bastante inferior ao de cópias em película. Do lado do espectador, a grande vantagem é assistir a cópias sempre novas, sem perdas de qualidade de imagem e som, disponíveis num número maior de salas.

Junto com a evolução na qualidade de

captação de imagens em vídeo, a sofisticação dos recursos de computação gráfica, a expansão da Internet em banda larga e a possibilidade técnica de gravar em vídeo na velocidade de projeção do cinema, pode-se agregar um quinto elemento e chegar ao que podemos chamar de “*e-cinema - electronic cinema*” (BLASIIS, 2002, www.kinoforum.org). Esse último elemento é a projeção digital.

Neste novo formato, poderemos exibir produtos audiovisuais originados de vídeo ou de película e finalizados eletronicamente, com resolução de mais de 2 milhões de *pixels*²⁵ e som multicanal digital. Este novo produto poderá ser “transmitido” via satélite ou fibra ótica de um único centro de distribuição para muitas salas de cinema e também poderá ser exibido a partir de CDs com alta resolução de imagens. Nos dois casos, a projeção digital representa uma grande economia para os setores de produção e distribuição, o que poderá trazer uma grande democratização de alcance nos meios de projeção.

Poderemos ter de volta salas de cinema de pequeno porte (principalmente nas cidades do interior), com programações compradas via Internet e exibida via satélite; em alguns casos, a programação poderá ser adquirida em consignação, de acordo com a demanda de sessões necessárias para cada local. Esse novo cinema pode ser um aliado das grandes distribuidoras, que buscam nele uma maneira de baratear seus custos de distribuição, pode também propiciar o surgimento de novas distribuidoras independentes o que, em

²⁴ Empresa com o primeiro serviço de acesso à Internet via satélite do Brasil – <http://www.starone.com.br>

²⁵ Os pixels podem ser definidos como pontos que compõem a imagem, quanto maior o número de pixels, maior será a definição da imagem obtida.

conjunto com as demais transformações já em andamento, pode se tornar um importante fator para o aumento da participação de filmes brasileiros no mercado exibidor.

A grande questão do momento é quem irá pagar por uma transformação tão radical no setor audiovisual. Atualmente, de acordo com a Associação Cultural Kinoforum, um *blockbuster* americano gasta em torno de US\$ 15 milhões em cópias para a sua distribuição mundial. No total, o mercado dos grandes estúdios gasta por volta de US\$ 4 bilhões ao ano em distribuição e exibição, num mercado mundial de cerca de 125 mil salas de cinema (35 mil das quais situadas nos Estados Unidos). Uma análise feita com os custos atuais de instalação de uma sala de projeção digital conclui que, em dez anos, teremos por volta de 135 mil salas padrão contra cinco mil digitais. Mesmo com a grande pressão que os produtores exercerão sobre as redes de exibição para que se adequem ao sistema de projeção digital, os custos falarão mais alto ao exibidor. Será uma grande disputa entre produtores e exibidores.

Esses fatores não impedem que a projeção digital possibilite o surgimento de espaços alternativos de exibição para produtos que poderiam jamais chegar ao público de outra forma, ou até mesmo deixarem de ser produzidos.

A conjunção desses fatores não está tão longe de nós, mas já é o resultado de um processo em andamento. Atualmente, convivem duas grandes vertentes: aqueles que produzem eletronicamente para exibir em película ou em digital, e aqueles que produzem em película para finalizar e exibir por meio óptico ou eletrônico. No campo óptico, praticamente tudo já foi experimentado e as novas

tecnologias apontam para sua superação - há pelo menos dez anos a computação gráfica e a composição digital dominam o chamado "cinema de efeitos especiais".

Futuramente a Internet irá complementar o processo de digitalização dos filmes lançados nos cinemas podendo realizar a sua transmissão para os projetores digitais na exibição em grande escala. A exclusão da película nesses procedimentos de exibição digital de um filme pode ser uma consequência. Isto aconteceu recentemente pela primeira vez, em caráter experimental com o desenho animado "Titan A.E"²⁶ dos estúdios Fox.

O desenho animado de ficção científica foi completamente transmitido pela Internet da Califórnia (EUA) para um projetor digital de um cinema em Atlanta (EUA). O arquivo de tamanho "gigante" (50 gigabytes), mesmo com conexões hiper velozes especiais, demorou 4 horas para completar o *download*. O filme "Star Wars - A Ameaça Fantasma", por exemplo, foi exibido digitalmente, mas "Titan A. E" é o primeiro filme a ser transmitido pela Internet.

Os grandes executivos das empresas envolvidas na operação acreditam que ainda vai demorar muitos anos para que o cinema veja o fim da película, pois os custos para uma exibição digital ainda são muito altos e as transmissões via Internet colocam em risco a questão dos direitos autorais e a pirataria.

²⁶ www.preview-online.com/may_june00/feature_articles/TitanAe/

5 Conclusão

Mesmo que ainda demore a ser tão agradável ver um filme pela Internet quanto no cinema ou na TV, o cinema digital já está funcionando como laboratório de ensaio para novos cineastas, reduzindo enormemente os custos de produção e distribuição. Se um filme romper barreiras e conquistar um público na Internet, é mais que meio caminho andado para chegar à tela grande.

Das experiências cinematográficas online poucas exploram o conceito mais amplo de interatividade. Mas não é obrigatório que tudo seja interativo. Atualmente abusa-se demais no emprego da palavra "interatividade" e nem sempre se usa esse termo no sentido mais exato. "Fundamentalmente, interatividade é a propriedade de um sistema de admitir a intervenção ativa de um agente externo como um concriado da obra" (MACHADO, 2002, www.justoaqui.com.br).

Nem sempre o que se vende como interatividade dá de fato ao espectador esse potencial criativo. Por exemplo, há filmes lançados no mercado em DVD e vendidos como "filme interativo". Na verdade, o espectador que entra nesse filme não monta seu próprio filme, mas apenas obtém um filme formatado especialmente para ele. Uma série de questionários inseridos ao longo da narrativa vai permitindo ao programa selecionar apenas aquelas situações dramáticas que o espectador teoricamente deve considerar as ideais. O resultado é um filme linear, até mesmo convencional, só que personalizado, ou seja, nele só acontece o que o espectador, em função de seus valores, gostaria que acontecesse em todo e qualquer filme.

O estudo das ferramentas de trabalho disponibilizadas na Internet é uma forma de

"parametrizar o diálogo entre os procedimentos analógicos e os recursos digitais, aplicados não somente nos canais de cinema na Internet, mas na produção audiovisual em geral" (MASSAROLO, 2001, p.2).

O resgate da linguagem audiovisual e a atualização dos "conteúdos cinemáticos" (MASSAROLO, 2001, p.3) fazem parte do processo de integração dos procedimentos de produção. Na era do entretenimento digital não existem dúvidas de que a Internet é a mídia ideal para a exibição e a promoção de filmes e vídeos *online*, e uma das questões centrais que fica em aberto na produção audiovisual independente são as relações entre os produtores das mídias digitais e as empresas de telefonia e provedores, principalmente sobre direitos autorais.

6 Referências bibliográficas

10 anos de Internet no País. *RNP – Rede Nacional de Ensino e Pesquisa*. Notícias RNP. Rio de Janeiro, 7 de junho de 2002. Disponível em: <<http://www.rnp.br/noticias/2002/not-020607e.html>>. Acesso em outubro de 2003.

ASSOCIAÇÃO DE CINEMA DIGITAL *ONLINE*. Revista Brasil Digital. Seção What's Up. Entrevistas e artigos sobre cinema digital. Disponível em: <<http://www.justoaqui.com/festival/whats.htm>>. Acessos em: outubro de 2003.

BADÔ, Fernando. Internauta monta grade de programação de TV. *A Folha de São Paulo*. São Paulo, 07 setembro de 2003. Seção Ilustrada. Disponível em:

- <<http://www.folha.com.br>>. Acesso em 07 de setembro de 2003.
- BLASIIS, José Augusto. Cinema digital e os novos formatos de distribuição. *Associação Cultural Kinoforum*, dezembro de 2000. Seção Textos. Disponível em: <<http://www.kinoforum.org/guia/2002>>. Acesso em 22 de setembro de 2003.
- CINEAMADOR Lista de discussão. Lista mantida pelo serviço GRUPOS do Yahoo! Brasil. Discussão no mês de novembro de 2003 sobre a Mastery TV. Disponível em: <cineamador@yahoogrupos.com.br>.
- Cinema na rede. *Organização Itaú Cultural*. Evento Interatividades, 5 a 15 de novembro de 2002. Disponível em: <<http://www.itaucultural.org.br>>. Acesso em 13 de novembro de 2003.
- CRUZ, Roberto Moreira. Já na terceira idade, JODI é de tirar o fôlego!. *Revista Online Brasil Digital*. São Paulo, novembro de 2003. Seção What's Up. Disponível em: <<http://www.justoaqui.com/festival/whats11.htm>>. Acesso em 12 de novembro de 2003.
- Empresas criam primeira plataforma de distribuição *online* da A.L. *Jornal JB Online*, Rio de Janeiro, 18 de junho de 2003. Disponível em: <<http://jbonline.terra.com.br/jb/capassite/internet/>>. Acesso em 2 de outubro de 2003.
- JORNAL JB *ONLINE*. Caderno Internet. Internet e novas tecnologias. Notícias em geral. Disponível em: <<http://jbonline.terra.com.br/jb/capassite/internet/>>. Acessos em outubro de 2003.
- JORNAL *ONLINE* FINANCIAL TIMES. Dados sobre Internet no mundo. Disponível em: <<http://www.ft.com>>. Acesso em 19 de agosto de 2003.
- LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.
- MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. São Paulo: SENAC, 2000.
- MACHADO, Arlindo. Qual será a cara do cinema na web? *Revista Brasil Digital*. Seção What's Up. *Online*, outubro de 2003. Entrevista concedida a Francesca Azzi. Disponível em: <<http://www.justoaqui.com>>. Acesso em novembro de 2003.
- MASSAROLO, João Carlos. *Cinema na web*. *Revista Sinopse*, nº 6, ano III, 2001.
- ORGANIZAÇÃO ITAÚ CULTURAL. Seção Cibercultura. Disponível em: <<http://www.itaucultural.org.br>>. Acesso em 15 de novembro de 2003.
- RAMOS, Fernão Pessoa et al. Estudos Socine de Cinema, ano III 2001. In: *O lugar do cinema*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2003. p.35-48.
- RAMOS, Fernão Pessoa et al. Estudos Socine de Cinema, ano III 2001. In: HOHFELDT, Antonio. *A informação num universo futuro da comunicação*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2003. p.61-68.

RAMOS, Fernão Pessoa et al. Estudos Socine de Cinema, ano III 2001. In: MÜLLER Jr., Adalberto. *Televisão: A experiência dos limites no cinema contemporâneo*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2003. p.329-338.

RAMOS, Fernão Pessoa et al. Estudos Socine de Cinema, ano III 2001. In: MIGLIORIN, Cezar. *Cinema digital*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2003. p.409-413.

REALITY TV WORLD. Fornece cobertura para centenas de programas de *reality show* para televisão. Disponível em: <<http://www.realitytvworld.com>>. Acesso em 30 de outubro de 2003.

SMITH, Scott. O cinema *online* está nas mãos dos realizadores, aproximando-se de seu público. *Revista Brasil Digital*. Seção What's Up. *Online*, outubro de 2003. Entrevista concedida a Francesca Azzi. Disponível em: <<http://www.justoaqui.com>>. Acesso em novembro de 2003.

UNIVERSO *ONLINE*. Portal brasileiro sobre diversos assuntos. Seção Mundo digital. Disponível em: <<http://www.uol.com.br>>. Acessos em outubro de 2003.

Tecnologia digital revoluciona distribuição de filmes. *Jornal da Mostra*, São Paulo, nº 232, 25 de outubro de 2003. Disponível em: <<http://www.uol.com.br/mostra>>. Acesso em 10 de outubro de 2003.