



RELICI

## **A PERPETUAÇÃO DA MEMÓRIA AUDIOVISUAL NO BRASIL: COMO UM PAÍS QUE RENEGA SUA HISTÓRIA E CULTURA RECEPCIONA AS OBRAS AUDIOVISUAIS NACIONAIS<sup>1</sup>**

*THE PERPETUATION OF AUDIOVISUAL MEMORY IN BRAZIL: HOW A COUNTRY THAT DENIES ITS HISTORY AND CULTURE RECEIVES NATIONAL AUDIOVISUAL WORKS*

*Nathalia Matos Souza<sup>2</sup>*

### **RESUMO**

A pesquisa, que aborda parte da história do cinema, mundial e nacional, traz também a opinião de cineastas brasileiros sobre as dificuldades que enfrentam, principalmente quando se trata do processo de distribuição, um dos setores mais defasados do audiovisual brasileiro, com a apuração de dados da Ancine que evidenciam esse bloqueio do público, mesmo com políticas como a de Cota de Tela. Buscando tentar explicar como um setor que favorece tanto a economia não consegue crescer, mesmo com todo o seu potencial e variedade, é um desafio, que envolve muito mais uma questão do comportamento coletivo do que do setor, porém também não o isenta totalmente. A pesquisa foi realizada em novembro de 2021, quando o departamento cultural no Brasil sofria grandes boicotes.

**Palavras-chave:** cinema brasileiro; distribuição; memória.

### **ABSTRACT**

The research, which covers part of the history of cinema, both world and national, also brings the opinion of Brazilian filmmakers about the difficulties they face, especially when it comes to the distribution process, one of the most outdated sectors of Brazilian audiovisual, with the investigation of data from Ancine that highlights this blockage of the public, even with policies such as Cota de Tela. Trying to explain how a sector that

---

<sup>1</sup> Recebido em 12/01/2024. Aprovado em 31/01/2024. DOI: [doi.org/10.5281/zenodo.10909695](https://doi.org/10.5281/zenodo.10909695)

<sup>2</sup> Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia. [nathalia.msouza@yahoo.com](mailto:nathalia.msouza@yahoo.com)



RELICI

favors the economy so much cannot grow, even with all its potential and variety, is a challenge, which involves much more an issue of collective behavior than of the sector, but it also does not completely exempt it. The research was carried out in November 2021, when the cultural department in Brazil was suffering major boycotts.

**Keywords:** Brazilian cinema brasileiro; distribution; memory.

## INTRODUÇÃO

Sendo um país com mais de duzentos milhões de habitantes, de 3.500 salas de cinema, até os dados colhidos em 2019, espalhadas pelas suas principais cidades, e uma densa cultura que se distribui por diferentes regiões, era de se imaginar que o Brasil teria mais conhecimento e apreciação pelo seu próprio cinema. O crescimento da produção brasileira se tornou evidente, não há como negar, mas fazer sem ter um público, ou com um público muito fechado, não é o suficiente para mostrar a qualidade das obras feitas, representar as diversas culturas, e por fim, senão mais importante, perpetuar a memória através do cinema.

A pesquisa, que aborda parte da história do cinema, mundial e nacional, traz também a opinião de cineastas brasileiros sobre as dificuldades que enfrentam, principalmente quando se trata do processo de distribuição, um dos setores mais defasados do audiovisual brasileiro, com a apuração de dados da Ancine que evidenciam esse bloqueio do público, mesmo com políticas como a de Cota de Tela. Buscando tentar explicar como um setor que favorece tanto a economia não consegue crescer, mesmo com todo o seu potencial e variedade, é um desafio, que envolve muito mais uma questão do comportamento coletivo do que do setor, porém também não o isenta totalmente.

Apesar da opinião comum, e como este artigo evidencia, o Brasil não produz apenas filmes ruins que ninguém quer assistir, mas que existem razões mais profundas para essa desvalorização nacional, e ao mesmo tempo, tenta refletir sobre



RELICI

as possibilidades que o mercado cinematográfico adotou e pode vir a adotar a fim de resgatar esse público, explorar as diferentes caras do Brasil e permitir que essa memória viva e seja representada, não apenas em solo nacional, como no exterior. O trabalho da memória reflete sobre essa busca identitária do audiovisual do Brasil, como movimentos, como Cinema Novo, e filmes mais recentes contribuíram nessa formação, e como é necessário lembrar dessas histórias, para fortalecer as regiões, fora do eixo do Rio-SP, que são subvalorizadas ou desconhecidas.

### **A DESVALORIZAÇÃO E DESPREZO PELO CINEMA NACIONAL: O CINEMA BRASILEIRO É RUIM?**

Após a Primeira Guerra Mundial, o cinema hollywoodiano se disseminou e solidificou por todo o mundo, mesmo com muita resistência de outros países, no último século, a competição é simplesmente desfavorável, e o modelo estadunidense se tornou o clássico para muitos. Contudo, se é necessário compreender que para valorizar a cultura local, não é necessário desvalorizar a estrangeira, ou que por um filme não seguir a mesma estratégia narrativa americanizada, ele possui qualidade inferior. E, considerando essa mesma métrica, os filmes como *O Pagador de Promessas*, *Cidade de Deus*, *Central do Brasil* e *Democracia em Vertigem*, que concorreram ao Oscar, deveriam quebrar esta opinião, não como exceções, mas como o que acontece de regra dentro do mercado nacional, um cinema que entrega histórias complexas e ricas, com trabalhos técnicos impecáveis.

O problema existe quando o público brasileiro consome o seu próprio produto esperando que este seja igual aos filmes *blockbusters*, o que levanta o dilema: os filmes brasileiros são de produção autoral ou identitária? Por que não ambos? E como assistir uma experiência da sua própria realidade não é agradável? Este artigo poderia entrar e explorar conceitos aristotélicos e fatores comportamentais para responder



RELICI

algumas das questões, mas não chegaria ao cerne do problema: tentar agradar ao público ao fazer o que ele espera, compactua com o apagamento gerado pelo mercado externo. Principalmente desde o período do Cinema Novo, o cinema brasileiro vem tentando assumir sua identidade única, como a França fez com a Nouvelle Vague e a Itália com o Neorealismo Italiano, representando a cultura local e dando reconhecimento ao país. As obras de Glauber Rocha, com sua perspectiva tão autoral, exemplificam essa experiência; eram filmes que abraçavam uma comunidade local, que entende as mazelas do povo do sertão, que conhece sua história, mas que também conversavam com o público afora. Em tempos mais atuais, o que mais existem são cineastas que tentam repetir a experiência de Glauber, com filmes tão potentes quanto, mas que não tem a mesma visibilidade e apreço.

Certamente as leis de incentivo e políticas de fomento fortaleceram a indústria, sem entrar no mérito do governo Bolsonaro e o desmonte da Ancine, e levavam o país a um caminho da descentralização do eixo Rio-SP, fazendo com que culturas e histórias regionais se propagassem, que trouxesse críticas necessárias e colocasse sob holofotes os problemas de outros estados, estimulando a reflexão, trabalhos que permitiam a sobrevivência da memória. Todavia, o foco dessas políticas cabe principalmente na produção; pouco se há projetos voltados para a preservação, e, no que é o foco deste artigo, na distribuição, e quando esses projetos existem, são limitados, dificultando que se valorize o que se desconhece. Em entrevista para a ABCine, a cineasta Taynã diz que “superadas algumas fragilidades de funcionamento [...] acredito que pode haver alguma preservação da produção local diante do desmonte que estamos vivendo a nível nacional”.

O trabalho de memória a fim de estimular a valorização nacional cabe em acreditar que projetos a nível regionais estimulem a indústria, promovendo empregos, estudos e se expandindo, mas que também esse mercado seja reproduzido em todo



RELICI

o território, fazendo com que outros brasileiros conheçam todo o Brasil, que se lembrem destas vivências constantemente apagadas pela história.

Pode-se dizer que o público nacional sequer dá uma chance a essas produções, como mais para frente é abordado ao falar sobre filmes como *Marighella* e *Bacurau*, e assumem que são filmes ruins, num processo de aculturação e apagamento da memória.

## **O SUCESSO DE TÍTULOS BRASILEIROS NO EXTERIOR**

Se a deturpação da memória não é evidente o bastante para justificar a opinião pública sobre os filmes brasileiros, então a recepção estrangeira certamente confirma isso. Na *Revista de Cinema*, fala-se sobre como muitos dos filmes de origem brasileira circulam entre cinéfilos de outros países, a matéria de Figueiró (2019) foca principalmente no público francês, onde o número de espectadores supera o público brasileiro em muitas de suas exhibições, em casos como na animação de *O Menino e o Mundo*, sendo assistido pelo triplo de pessoas. A autora levanta, entre as hipóteses que justificam o fenômeno, o reconhecimento do diretor por trabalhos anteriores que agradaram ao público francês, refletindo sobre a memória e percepção que a França tem sob o Brasil, sendo um país que também luta contra a demagogia estadunidense.

Há de se incluir que a disseminação de plataformas e formatos digitais foi um fator determinante para que esses filmes chegassem em outros Estados e tornasse o cinema brasileiro uma experiência memorável. Com a pandemia do COVID-19, festivais e mostras também adotaram o sistema virtual, o que possibilitou alcançar mais o público que se interessa nesse setor, mas nem sempre tem a oportunidade de participar. Pode-se assumir que esses circuitos, mais do que os circuitos comerciais de plataformas como Netflix e Amazon, são responsáveis pela recepção e perpetuação da memória do cinema brasileiro no exterior, sendo mais adeptos a filmes



RELICI

que cumprem seu papel de atingir um público mais amplo através de suas narrativas massificadas pela indústria hollywoodiana.

### **COMO OBRAS QUE MESCLAM POLÍTICA E ENTRETENIMENTO AFETAM O PROCESSO DE ACEITAÇÃO CULTURAL: O PAPEL DE *BACURAU*, DE KLEBER MENDONÇA FILHO, E *MARIGHELLA*, DE WAGNER MOURA, NO CINEMA BRASILEIRO**

Como já destacado, trazer narrativas fora do eixo Rio-SP é importante para a construção da memória cinematográfica brasileira, e talvez o nome que mais se destaque fora desse eixo venha justamente de Kleber Mendonça Filho, com um cinema identitário pernambucano, como visto em *Aquarius* e *O Som ao Redor*, mas que também abrange e personifica o nordeste, principalmente regiões interioranas e esquecidas, com *Bacurau*, provavelmente a obra que mais repercutiu pelo país, assim como pelo mundo, sendo detentor de premiações internacionais. Para quem assistiu todos os três filmes do diretor e conhece sua trajetória, rememora e correlaciona facilmente as relações e perspectivas que ele tem com seus projetos, enxergando sua assinatura, porém também o uso de um gênero de ação mais ativo em seu último filme, que faz com que este saia de um perfil unicamente político e, como muito visto, intelectual, para um perfil que adota também o entretenimento massivo. A experiência do cineasta, entretanto, não deve ser vista como uma regra a qual toda a comunidade do audiovisual deva seguir se quiser prosperar, porém reforça a sua realidade. Como mostrado na reportagem de Noronha (sd), Pernambuco é dos estados nordestinos com maior destaque no mercado audiovisual, e desde o período do Novo Cinema, com a criação de múltiplos movimentos e coletivos, fortaleceu esse setor, e buscou, através das manifestações artísticas, criar uma relação de identificação com a comunidade recifense. Pernambuco representa em sua história o objetivo desse



RELICI

artigo, onde as políticas públicas realmente incentivam a produção e consumo dos seus produtos, onde os artistas são valorizados pela população, trazendo narrativas que estes se identificam, sem precisar recorrer ao processo de aculturação.

Em contrapartida, temos a repercussão de *Marighella* e a experiência de Wagner Moura, agora no papel de produtor e diretor, que conta em entrevista ao Roda Viva sobre as dificuldades que encontrou em território brasileiro, junto aos mediadores dessa mesa-redonda, o realizador audiovisual parece concordar que se não fosse pela carreira que construiu anteriormente, com outras obras igualmente importantes para a construção da memória brasileira, seu filme não teria recebido qualquer fomento para ser realizado em território nacional, ao relatar sobre as inúmeras recusas no período de *pitch*. Como se a dificuldade na produção não fosse o suficiente, o filme enfrentou uma batalha contra a censura governamental junto à Ancine, que impossibilitou por quase dois anos a estreia do filme no Brasil. Em entrevista para a matéria de A Tarde, a exibidora do Circuito Saladearte, Suzana Argollo, se surpreende com a recepção que o filme teve, esgotando os ingressos mesmo em horários não convencionais. Ainda mais vindo de um filme que antes mesmo do seu lançamento sofreu boicote massivo, segue sendo duramente criticado pelas escolhas de Moura, e que revela ainda mais a importância da política de Cota de Tela, pois se não fosse por esta, certamente sua exibição seria ainda mais prejudicada. Sendo uma obra feita por um baiano, que conta a trajetória de um personagem também baiano, que traz em sua narrativa a memória de um período tão difícil para o povo brasileiro, e que enfrenta um cenário similar agora, fica evidente que mesmo com todas as adversidades, é uma obra que registra a memória do Brasil de 64, assim como muitos outros filmes brasileiros já o fizeram, mas agora com uma nova sensibilidade, que causa essa sensação de identitarismo através de uma abordagem diferente, que ao mesmo tempo que envolve um discurso político necessário, também adota diferentes gêneros que



RELICI

alimentam o lado do entretenimento de quem o assiste. O sucesso do filme, no Brasil e fora, resgata a memória da importância da luta pelos direitos, como Wagner declara diversas vezes na entrevista para Vera, sem canonizar a figura do guerrilheiro, mas também sem esconder suas batalhas.

### **O PAPEL DA MEMÓRIA E O SEU PROCESSO DE SUBSISTÊNCIA NO BRASIL**

Como já abordado outras vezes nessa discussão, existem múltiplos fatores que, separadamente ou em conjunto, afetam como os filmes chegam ao público, isso quando chegam, e devido aos desafios criados por esse circuito exibidor comercial, a solução que cinéfilos e cineastas encontraram, foi o circuito alternativo de festivais e mostras. Com um espaço infinitamente mais limitado que milhares de salas de cinema, e dependendo principalmente de financiamento público para existir, ainda é a forma que um filme produzido em cidades menores e fora dos grandes polos de cinema brasileiro encontra de circular no território nacional. Vieira e Gusmão (2017) revelam em sua pesquisa a importância desta alternativa, que se consolidou através de projetos, tanto efêmeros quanto recorrentes, e se tornou praticamente regra para quem quer ingressar no mercado.

O site da Ancine ao falar sobre as políticas de distribuição e as leis que envolvem o suporte financeiro a estes espaços, reflete sobre sua importância ao dizer:

Muitas vezes, as mostras e festivais são a primeira porta de entrada de uma obra audiovisual, além de serem os principais canais de difusão de obras de novos realizadores, de curtas-metragens e de produções nacionais e estrangeiras não exibidas em circuito comercial. [...] Além disso, o estímulo à exibição cinematográfica e a possibilidade de levar o cinema e a produção audiovisual até o público nas cidades mais distantes dos grandes centros são também objetivos de realizadores de mostras e festivais.

São nestes espaços que o artista audiovisual encontra a liberdade para falar sobre sua cultura, de apresentá-la, contudo, quem os recebe é um grupo de cinefilia muito mais seletivo, que Michel e Avellar (2014) apontam ao falar que “as



RELICI

manifestações culturais e humanas devem atingir a sociedade como um todo, não apenas determinadas classes”. A vista disso, e não desmerecendo a importância deles, o alcance de grupos tão seletos revela que a existência de mostras e festivais se equipara à experiência dos cineclubes, criando uma ilusão de que essa memória é acessível a qualquer um, quando na verdade ela circula ininterruptamente para o mesmo grupo de pessoas, não estimulando que outro tipo de público participe desta experiência.

### **O BRASIL FORA DA BOLHA: A ACESSIBILIDADE A ESPAÇOS DE EXIBIÇÃO**

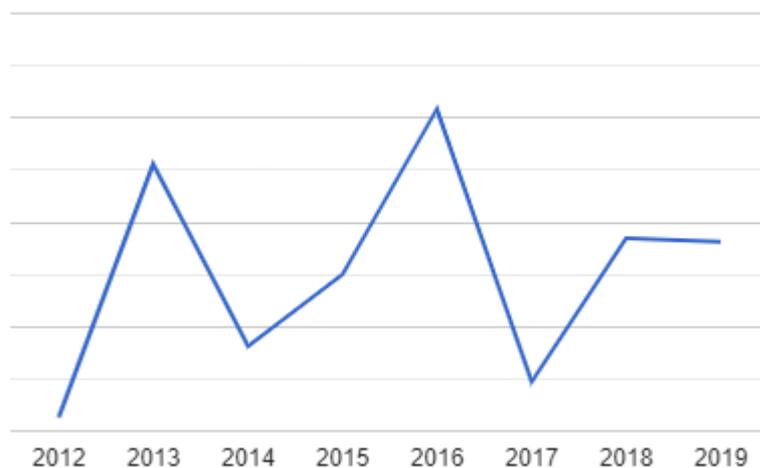
Se, por um lado, o Brasil tem um circuito ativo de mostras e festivais, com mais de 300 mapeados até o ano de 2015, como mostram Vieira e Gusmão (2017), por outro, a mesma pesquisa das autoras acusa que apenas o equivalente a 1% da população brasileira realmente faz parte desse público. O cinema, abarcando aqui outros formatos de imagem que fazem parte desse patrimônio, como uma arte tão globalizada e que não deixou de crescer em momento algum da história, deveria abraçar um público maior, mas vive em uma bolha de cinefilia. Todavia, de fato, não é a existência desses circuitos alternativos a culpa ou sequer a solução para o difícil acesso que o brasileiro tem em relação ao cinema nacional e a sua memória.

A real dificuldade é criada pelas *majors*, que ocupam os espaços mais comuns de exibição, as salas de cinema, com produtos estrangeiros, principalmente estadunidenses. A criação da Cota de Tela foi uma solução didática, que ainda enfrenta críticas quanto a sua existência, para este problema, ou certamente muitos desses espaços não exibiriam um filme brasileiro sequer por acreditar que não haveria público, o que o Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (OCA) evidencia não ser verdade, como mostrado no gráfico a seguir, onde mostra um número instável, mas que assegura de 15 a 30 milhões de espectadores.



RELICI

Público dos Filmes Brasileiros



Por não abrigar nem sequer 15% da população brasileira, como mostram os dados da tabela a seguir, também da OCA, pode parecer um número pequeno, porém se considerar que desde o mesmo período a obrigatoriedade de títulos variou entre três e quatorze a cada ano, devido a cota, o número de espectadores chega a ser esperançoso para o cenário brasileiro carente de sua própria cultura.

Os dados do gráfico e tabela, assim como as pesquisas e diferentes fontes apontadas no artigo, mostram que com políticas mais agressivas de exibição, é possível que atinja grandes públicos, trazendo a luz esse cinema de memória que muitas vezes fica preso a espaços cinéfilos. Não é necessário sempre adaptar a arte para que ela abrace um maior público, contudo certamente é necessário que estes espaços existam e deem reais chances dessas obras serem contempladas, e que assim se registrem na memória nacional, valorizadas da maneira que merecem.



RELICI

| Indicador                                      | 2015             | 2016             | 2017             | 2018             | 2019             |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Público  | 173.022.827      | 184.327.360      | 181.226.407      | 163.454.506      | 176.433.168      |
| Público filmes brasileiros                     | 22.500.563       | 30.413.839       | 17.358.513       | 24.239.873       | 24.077.751       |
| Público filmes estrangeiros                    | 150.522.264      | 153.913.521      | 163.867.894      | 139.214.633      | 152.355.417      |
| Participação de público dos filmes brasileiros | 13,00%           | 16,50%           | 9,58%            | 14,83%           | 13,70%           |
| Renda bruta (R\$)                              | 2.351.590.807,48 | 2.599.327.627,64 | 2.717.664.734,65 | 2.458.271.967,00 | 2.790.341.802,00 |
| Renda filmes brasileiros (R\$)                 | 277.813.274,29   | 362.780.504,93   | 240.767.677,76   | 290.102.953,00   | 328.160.966,00   |
| Renda filmes estrangeiros (R\$)                | 2.073.777.533,19 | 2.236.547.122,71 | 2.476.897.056,89 | 2.168.169.014,00 | 2.462.180.836,00 |
| Lançamentos                                    | 455              | 458              | 463              | 472              | 444              |
| Lançamentos brasileiros                        | 133              | 142              | 160              | 183              | 167              |
| Lançamentos estrangeiros                       | 322              | 316              | 303              | 289              | 277              |
| Lançamentos brasileiros sobre total            | 29,23%           | 31,00%           | 34,56%           | 38,54%           | 37,61%           |
| Ingressos per capita                           | 0,85             | 0,89             | 0,87             | 0,78             | 0,84             |
| Preço médio do ingresso                        | 13,59            | 14,10            | 15,00            | 15,04            | 15,82            |

O fechamento de salas de cinema, principalmente as que dão maior visibilidade ao cinema nacional, como o que quase ocorreu com o Espaço Glauber Rocha em Salvador, com o Madrigal em Vitória da Conquista e que atualmente ocorre na Estação NET de Cinema, no Rio de Janeiro, também são fatores que dificultam esta acessibilidade. Projetos sancionados que afetam o mercado, como o fim da meia-entrada no estado de São Paulo, são igualmente responsáveis pela dificuldade do público em acessar esses espaços exibidores.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em virtude aos dados apresentados e opiniões esclarecidas por diferentes profissionais do campo cinematográfico, é seguro afirmar que o Brasil caminha em passos lentos, quase mancos, mas mesmo assim caminha rumo a algum progresso. Com uma aculturação tão enraizada e alimentada por anos, que fez com que o público



RELICI

ignorasse a diversidade e beleza que seu próprio país tem a proporcionar, e que o possibilita através de peças cinematográficas esplêndidas, assim como o fez esquecer de sua história, e da importância do lembrar, ainda habita alguma esperança. O mercado brasileiro não vai ser conquistado em alguns meses, o trabalho árduo de artistas desde os tempos do cinema de retomada mostram que também não serão em poucos anos, mas quem sabe em algumas décadas a presença brasileira dentro do seu próprio circuito comercial vai ser mais presente.

O direito a esta memória cinematográfica, mesmo que nas entrelinhas, é constitucional e deve ser respeitado, afinal, o cinema é parte da identidade de um país, são estes filmes que não apenas contarão o passado, mas que tem o poder de representar o momento em que foram produzidos, é um sinal de luta e resistência, principalmente em um período tão desafiador para o setor, que precisa enfrentar um governo que sequer esconde a aversão que tem pela preservação da sua cultura. Estes mesmos empecilhos criados pelo governo certamente são desanimadores e atrasam o progresso que o Brasil vinha conquistando desde o desmonte da Embrafilmes, ainda assim, a perspectiva de mudança existe. Os realizadores de audiovisual podem não saber quando terão a chance de assistir suas obras sendo apreciadas e valorizadas por boa parte da população, entretanto saber que estas são pequenos pedaços da memória, mesmo quando não atinge todo mundo, é gratificação o suficiente para que não desistam de insistir no sonho.

Levando em consideração os aspectos citados até aqui, com a elaboração de políticas de fomento e de distribuição mais rígidas para o circuito, que finalmente sejam compatíveis com o número crescente de artistas e de obras produzidas, dando também oportunidade a quem deseja ingressar no mercado, seja ou não através das universidades e cursos de cinema, é, sim, possível que a memória sobreviva, seja valorizada e perpetue por gerações, de cinéfilos ou não.



RELICI

## REFERÊNCIAS

FIGUEIRÓ, Belisa. **Filmes nacionais com mais público na França do que no Brasil**. Revista de Cinema, 30 de Janeiro de 2019. Disponível em: <<http://revistadecinema.com.br/2019/01/filmes-nacionais-com-mais-publico-na-franca-do-que-no-brasil/>>. Acesso em: 13 de novembro de 2021.

FRANCO, Lucas. **Sucesso de “Marighella” traz à tona discussão sobre cota de tela para filmes brasileiros**. Jornal A Tarde, Bahia, 11 de Novembro de 2021. Disponível em: <<https://atarde.uol.com.br/cinema/noticias/2200763-sucesso-de-marighella-traz-a-tona-discussao-sobre-cota-de-tela-para-filmes-brasileiros>>. Acesso em: 16 de novembro de 2021.

JOHNSON, Randal. **Cinema e Mercado: O cinema brasileiro visto de fora**. Vol. III da coleção Indústria Cinematográfica e Audiovisual Brasileira.

MICHEL, R. Cavalcante; AVELLAR, Ana Paula. **Indústria cinematográfica brasileira de 1995 a 2012: estrutura de mercado e políticas públicas**. Nova Economia [online]. 2014, v. 24, n. 03 [Acessado 13 Novembro 2021], pp. 491-514. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/0103-6351/2065>>.

MOURA, Wagner. **Marighella** [Entrevista concedida a] Vera Magalhães. Roda Viva, Brasil, TV Cultura, 01 de Novembro de 2021.

NORONHA, Danielle. **Fora Do Eixo: O Cinema E Audiovisual Para Além De Rio E São Paulo**. Associação Brasileira de Cinematografia. Disponível em: <<https://abcine.org.br/site/fora-do-eixo-o-cinema-e-audiovisual-para-alem-de-rio-e-sao-paulo/>>. Acesso em: 17 de novembro de 2021.

ROQUE, Sarah. **A desvalorização do cinema brasileiro**. União Paranaense dos Estudantes Secundaristas, 13 de Abril de 2020. Disponível em: <<https://www.upespr.org.br/post/a-desvaloriza%C3%A7%C3%A3o-do-cinema-brasileiro>>. Acesso em: 16 de novembro de 2021.

Sem Autor: **A Importância dos Festivais e Mostras de Audiovisual**. Ancine. Disponível em: <<https://antigo.ancine.gov.br/pt-br/conteudo/import-ncia-dos-festivais-e-mostras-de-audiovisual>>. Acesso em: 16 de novembro de 2021.



RELICI

Sem Autor: **Indicadores do Mercado Audiovisual**. Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual, Ancine. Disponível em: <<https://oca.ancine.gov.br/>>. Acesso em: 16 de novembro de 2021.

Sem Autor: **Mercado Audiovisual Brasileiro**. Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual, Ancine. Disponível em: <<https://oca.ancine.gov.br/mercado-audiovisual-brasileiro>>. Acesso em: 16 de novembro de 2021.

SILVA, J. Gabriel. **Produções cinematográficas crescem fora do eixo Rio-SP**. Revista Digital. Disponível em: <<http://revidigital.com.br/producoes-cinematograficas-crescem-fora-do-eixo-rio-sp/>>. Acesso em: 17 de novembro de 2021.

VIEIRA; M. Pitombo; GUSMÃO, M. C. Silveira. **O mercado audiovisual brasileiro, o circuito alternativo de exibição, as mostras e festivais de cinema na Bahia contemporânea**. Ciências Sociais Unisinos, vol. 53, núm. 1, pp. 36-45, 2017.