

Revelando os Brasis: o projeto

Lia CALABRE¹

RESUMO: O artigo tem por objetivo analisar o Projeto Revelando os Brasis em suas duas primeiras edições (2004 e 2005). O estudo resgata parte da história do projeto e busca compreender seu papel tanto no campo da experimentação da produção audiovisual como no da democracia cultural.

PALAVRAS-CHAVE: Revelando os Brasis. Audiovisual. Política cultural.

Revealing the different Brazils: the project

ABSTRACT: The article aims at analyzing the project Revealing the different Brazils, especially its two first editions (2004 and 2005). The study recovers the project's history and tries to understand its role, both in the field of audiovisual production experimentation and in that of cultural democracy.

KEYWORDS: Revealing the different Brazils. Audiovisual. Cultural policy.

Necessitamos da diversidade cinematográfica para que a expansão de salas, de lojas de vídeo e de canais de televisão destinados a filmes não se converta numa abundância monótona.

García Canclini (2005, p.253).

O produto audiovisual brasileiro que hoje se encontra acessível ao conjunto da população brasileira é o televisivo. Os filmes veiculados através das redes de televisão abertas, na sua esmagadora maioria, são de origem estrangeira, ou melhor, são oriundos da indústria de entretenimento norte-americana. O país é mostrado sim, nas telenovelas, mas não completamente, não na sua plena diversidade. A dramaturgia televisiva costuma ter como ambientação principal as cidades do Rio de Janeiro e de São Paulo; o restante do país, quando aparece, é em pequenos flashes.

O processo de crescimento da produção brasileira de filmes de longa-metragem, sem dúvida, proporcionou a ampliação do repertório de representações imagéticas, entretanto,

¹ Pesquisadora e chefe do setor de Estudos em Política Cultural da Fundação Casa de Rui Barbosa, professora de Políticas Culturais do MBA de Gestão Cultural da UCAM- Rio de Janeiro, RJ- Brasil. E-mail: liacalabre@rb.gov.br.

ainda se encontra longe de poder propiciar uma amostra razoável da rica diversidade cultural do país. Se por um lado temos novas e diferentes imagens nacionais sendo construídas pela cinematografia atual, são enormes as dificuldades de fazê-las circular, chegar ao conjunto da população brasileira.

O resultado dessa realidade de dupla limitação é a da criação de uma identidade visual/simbólica restrita. A imagem é uma importante ferramenta de formação de identidade, de conhecimento e de reconhecimento. Ela é um dos elementos fundamentais dentro de um processo de ampliação efetiva da cidadania cultural. Excluir do cardápio de imagens consumidas cotidianamente esse Brasil mais amplo é criar uma lacuna, uma ausência de referenciais imagéticos dentro dessa “realidade audiovisual disponível”. Tal processo de empobrecimento da representação imagética resulta na efetiva exclusão, de parte significativa da população brasileira, do campo da construção das identidades simbólicas. Um indivíduo que nunca se vê em nenhum lugar, que não se identifica nesse contexto maior de produção cultural nacional, praticamente não existe, ou pensa não existir, não importar, não significar para o restante do país. Os grafites e as pichações, por exemplo, são recursos muito utilizados por grupos urbanos para protestar contra tal exclusão e criar outras formas de construção de identidade, inventando novas maneiras de “serem vistos”, de se fazer representar no cenário da cidade.

No caso dos grandes centros urbanos, há alguns anos (poucos anos, na verdade), vêm ocorrendo algumas experiências de criação de autoimagens e de novas formas de representação de si e do outro a partir dos olhares da chamada periferia. Tais grupos “periféricos” expressam uma espécie de cansaço de sempre serem olhados pelas lentes do centro, que constroem acerca deles imagens com as quais, na maioria das vezes, não se identificam.

Os países vivem contemporaneamente processos de múltiplas centralidades. Não existe um só centro ou uma única periferia. O que temos é uma teia de relações centrais e periféricas ou, dito de outra forma, vivemos em um contexto composto por múltiplos campos de relações de poder e desigualdade. Qual a significação e como são mantidas algumas das práticas tradicionais de consumo cultural, mais especificamente a do cinema, dentro dessa realidade? Segundo Ana Wortman (2006, p.344) “[...] a cidade na qual vivemos não é uma cidade para todos, não é uma cidade onde se reproduz a experiência da multidão e da mescla”. Nessa cidade altamente segmentada ocorrem novas formas de prática de consumo de cinema.

Então, questiona a autora: teria “sentido pensar o consumo de cinema na atualidade como recepção coletiva, segundo colocou Benjamin?”.

É dentro do quadro de monopólio da representação imagética por alguns poucos meios e da coexistência de múltiplas relações de centralidades e periferias que está inserido o Projeto Revelando os Brasis. Segundo Orlando Senna, esta é:

Uma experiência de política pública que radicaliza, em todos os seus aspectos, o conceito de democracia cultural. Mergulha no país continental, mobiliza comunidades tradicionalmente excluídas das ações do governo, disponibiliza tecnologias sofisticadas, inclui pessoas longe dos centros industriais nos processos de produção e fruição audiovisuais, inicia essas pessoas no uso da linguagem mais importante do século XXI. (CATÁLOGO, 2006, p.9).

Apresentando de uma maneira resumida, o Revelando os Brasis é um projeto dirigido aos moradores de municípios brasileiros com até 20 mil habitantes, que tem por principal objetivo promover processos de inclusão e formação audiovisuais. Realiza um concurso que seleciona 40 histórias (reais ou ficcionais) que deverão ser transformadas em vídeos digitais com até 15 minutos de duração. O projeto nasceu na Secretaria do Audiovisual (SAV) do Ministério da Cultura, em 2004, e integra um conjunto maior de ações que visam a democratizar o acesso aos meios de produção audiovisual. A realização do projeto se dá a partir de uma parceria da SAV com o Instituto Marlin Azul, que também é o responsável pela etapa de circulação do projeto. Na primeira edição o projeto recebeu 417 inscrições. Na segunda edição (lançada em dezembro de 2005) o número de inscritos passou para 870. Em dezembro de 2007 foi lançada a 3ª edição do concurso, agora sob a plena responsabilidade do Instituto Marlin Azul, contando com a parceria da SAV e patrocínio da Petrobrás.

Entre as ações que compõem o projeto está a da promoção de oficinas de introdução às técnicas e à linguagem audiovisual para os selecionados. Nas duas edições os selecionados foram levados para o Rio de Janeiro e durante duas semanas tiveram aulas de roteiro, direção, produção, operação de câmera, som, edição e mobilização. A ideia é a de disponibilizar o máximo de informações possíveis aos participantes. As aulas foram ministradas por profissionais da área de cinema, jornalismo e direito (para a área de direito autoral).

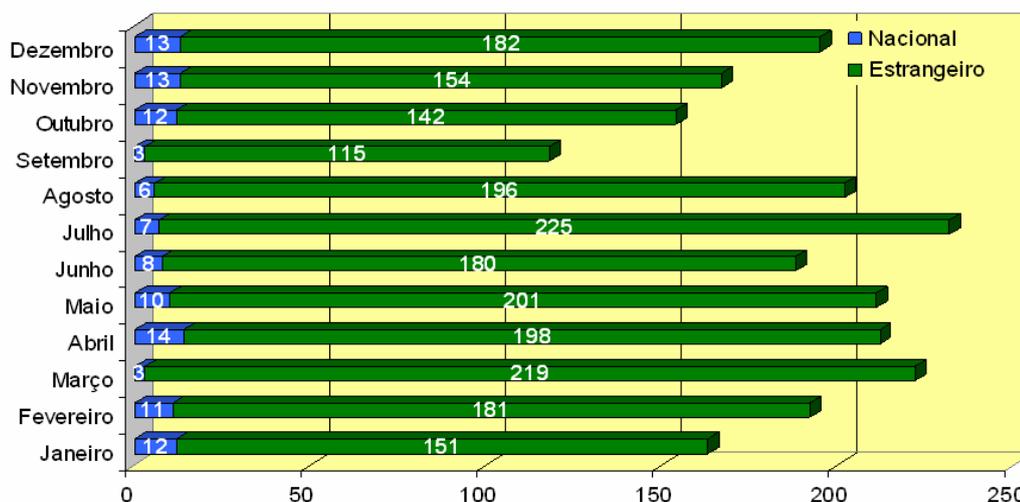
Este artigo pretende analisar o projeto e o universo no qual ele está inserido, tendo como uma das estratégias a de examinar dez dos doze objetivos específicos apresentados no Catálogo do Ano II². Os objetivos serão analisados sob o ponto de vista de alguns resultados

²Os dois primeiros objetivos específicos são o da promoção das oficinas e o da produção dos vídeos digitais, que estão sendo trabalhados em diversos momentos do artigo.

efetivos alcançados pelo projeto em suas duas edições, dentro de uma perspectiva que dialoga com algumas discussões contemporâneas sobre a área do audiovisual.

O primeiro dos objetivos que será analisado é o de “estimular os moradores das pequenas cidades a contar suas histórias, promovendo a criação de obras que retratam seus universos simbólicos”. Esse objetivo atinge dois campos específicos: o da memória e o da criação. Por um lado é bem conhecido o fato de que as pequenas cidades costumam possuir uma rica tradição de histórias, que foram mantidas através da memória oral, compostas tanto por personagens reais quanto por aqueles que são fruto do imaginário coletivo. Olhando pelo ângulo da criação ficcional, o projeto traz um estímulo à idealização de histórias a partir do cotidiano do interior. A referência de produção de filmes dessas populações é construída sobre a programação da televisão aberta (como pode ser observado nas tabelas abaixo) que retrata pouco a realidade brasileira, principalmente a do o interior.

TV aberta comercial: nº de títulos nacionais / estrangeiros exibidos – 2006



Fonte: SAM/ANCINE³

No gráfico acima verificamos a concentração na exibição de filmes estrangeiros, na TV aberta, ao longo do ano de 2006. O maior índice de presença de filmes brasileiros foi o de 8,4% e ocorreu nos meses de outubro e novembro. O menor índice foi de 1,4%, tendo ocorrido no mês de março. O espaço ocupado pela filmografia nacional na TV aberta é ainda

³ Dados apresentados por Alex Patez Galvão, na palestra “Implicações e limites do viés cinematográfico da política audiovisual brasileira no cenário da convergência”, proferida na Fundação Casa de Rui Barbosa em 28/03/2008.

muito pequeno, mantendo muito pobre o repertório de representações imagéticas do próprio Brasil.

Na tabela abaixo podem ser verificados nos índices de presença de salas de cinema nos municípios brasileiros.

Municípios brasileiros com sala de cinema

	Total de municípios	Total com cinema	%
De até 5.000 hab.	1.371	05	0,4%
De 500.1 a 10.000	1.290	12	0,9%
De 1001 a 20.000	1.292	26	2 %
BRASIL	5.564	482	8,7%

Fonte: IBGE (2007).

A partir das tabelas se constata que a presença de salas de cinema nos municípios de até 20 mil habitantes é infinitamente pequena. Para ir ao cinema a maioria dessa população tem que se deslocar, muitas vezes, para a capital do Estado. A maioria dos moradores dos municípios brasileiros onde não existem salas de cinema, que representam 91,3% de todos os municípios, nunca assistiu a uma seção de cinema. A projeção na “tela grande” chega a algumas localidades através dos festivais de cinema que se multiplicam pelo país. Segundo a pesquisa do Fórum dos Festivais, em 2006 foram realizados 132 festivais, sendo 22 deles em sua primeira edição. (LEAL; MATTOS, 2008, p.21)

No caso da TV aberta, como pode ser observado na tabela abaixo, ainda existem no país 272 municípios que não possuem recepção de sinais dentre os quais 230 se encontram dentro da faixa populacional abrangida pelo projeto. Dados que reforçam ainda mais o projeto Revelando os Brasis como uma iniciativa fundamental dentro do campo da inclusão audiovisual.

Municípios brasileiros que possuem recepção de canais de TV aberta

	Total com TV		Nenhuma		01		02	
De até 5.000 hab.	1273	92,8%	98	7,1%	216	15,7%	320	23,3%
De 500.1 a 10.000	1290	94,5%	71	5,5%	168	13%	271	21%
De 1001 a 20.000	1231	95,3%	61	4,7%	131	10,1%	222	17,2%
BRASIL	5292	95,1%	272	4,9%	603	10,8%	950	17,1%

Fonte: IBGE (2007).

O segundo objetivo é o de “criar um acervo audiovisual nas pequenas cidades brasileiras”. Um primeiro aspecto a ser ressaltado dentro desse objetivo é o do ineditismo do conteúdo desse acervo que está sendo produzido através do projeto, na medida em que a matéria-prima dos vídeos são os pequenos municípios, que não costumam ser objeto de nenhuma produção audiovisual. O aluguel de fitas de vídeo ou DVDs é um recurso bastante utilizado no conjunto do país. A pesquisa MUNIC do IGBE constatou a existência de locadoras em 82% dos municípios brasileiros. No caso daqueles municípios de até 5.000 habitantes esse índice diminui para 54,4%, passando para 81,3% nos municípios de 5.001 a 10.000 habitantes e chegando a 92,1% nos que possuem de 10.001 a 20.000 habitantes. Apesar da possibilidade de acesso a filmes de parte significativa dos moradores das pequenas cidades brasileiras através da locação, uma outra questão necessita ser colocada em evidência: a de que tipo de acervo audiovisual se encontra disponível nas prateleiras das videolocadoras. O maior desejo dos frequentadores das locadoras é o de ter acesso aos lançamentos, àqueles filmes que estão circulando nos grandes centros urbanos nacionais e internacionais. Nas prateleiras os filmes, na maioria norte-americanos, são organizados de maneira a dar destaque aos lançamentos, que quando “envelhecem” são então distribuídos por gênero. Somente há pouco tempo os filmes brasileiros passaram a ser uma presença mais constante nas prateleiras das locadoras.

O terceiro dos objetivos é o de “incentivar o surgimento de agentes multiplicadores da cultura audiovisual nas comunidades”. Na década de 1970, ocorreu no Brasil um forte movimento cineclubista, bem verdade que mais concentrado nos maiores centros urbanos. A função dos cineclubes é a de fomentar a cultura audiovisual, extrapolando o simples ato de ver o filme. As seções são complementadas com debates sobre a forma e o conteúdo do que foi assistido. A pesquisa IBGE levantou a existência de cineclubes em 4,2% dos municípios brasileiros; sendo que no caso dos municípios de até 5.000 o índice é de 0,9%, passando para 1,3% naqueles municípios com 500.1 a 10.000 habitantes e chegando a 2,3% nos que alcançam 20.000 habitantes. O Ministério da Cultura mantém, através da Secretaria do Audiovisual, da Cinemateca Brasileira e do Centro Técnico do Audiovisual, o projeto da Programadora Brasil que disponibiliza filmes brasileiros para pontos de exibição coletiva e gratuita, devidamente associados ao projeto, como forma de ampliar o acesso a produção

audiovisual nacional⁴. No catálogo da Programadora são encontrados tanto filmes históricos quanto contemporâneos, de curta, média e longa duração em todos os gêneros. O Governo Federal também têm estimulado a rearticulação dos cineclubes, incentivando encontros e jornadas nacionais que contribuem para o fortalecimento do movimento, o intercâmbio das experiências e a definição de diretrizes e políticas para o movimento. Alguns dos premiados nas duas edições do projeto criaram a prática de realizar exibições de vídeos para pequenos grupos em suas cidades.

O quarto objetivo é o de “estimular o interesse pela continuidade na formação audiovisual”. Aqui se trata de aprofundar tanto o processo de desvendamento da linguagem audiovisual quanto o de promover a familiaridade com a mesma. O estímulo de ser premiado em um concurso nacional pode ser o estímulo inicial necessário para transformar um sonho longínquo e aparentemente inacessível em uma realidade possível. A seguir foi construída uma tabela com os resultados de uma pesquisa realizada pelo Instituto Marlin Azul com os premiados do Ano I e Ano II – eles foram entrevistados sobre as atividades que haviam realizado depois da finalização do vídeo do Revelando os Brasis. Não havia um questionário a ser respondido. As questões eram se haviam desenvolvido outros projetos no campo do audiovisual ou em outros campos culturais. O resultado foi o seguinte:

Premiados Ano I

Atividades / Realizações	
Produziu novos vídeos	14
Profissionalizou	03
Está fazendo cursos	03
Comprou equipamento	02
Trabalhou em outros roteiros/ produções	03
Produzindo projetos de memória	02
Trabalha como multiplicador	08
Está com projetos à espera de financiamento	07
Está trabalhando em roteiros próprios	02
Produz em outras áreas culturais	09
Não está ligado a nenhuma atividade de produção cultural	08

Fonte: Pesquisa do Projeto

Para a tabulação dos resultados foram consideradas múltiplas respostas. Por exemplo, dois dos premiados que se profissionalizaram produziram novos vídeos, outro montou uma produtora de fotos e vídeos, mas não declarou ter produzido um novo vídeo. Entre os que

⁴ Segundo as informações disponíveis no site, em 2007 a Programadora disponibilizou 330 títulos para as mais diversas regiões do país.

estão fazendo cursos, dois compraram equipamentos. Logo todas essas alternativas foram assinaladas.

Na produção de novos vídeos estão aqueles que finalizaram novas produções. No grupo relativo à profissionalização estão aqueles que fizeram do audiovisual sua principal atividade; estão incluídos nesse caso aqueles que montaram uma produtora que cobre festas, por exemplo. Alguns trabalharam em outras produções, foram encontrados produtores do Ano I que integraram a equipe de novos produtores do Ano II. Na atividade “projetos de memória” foram incluídos somente aqueles que estão efetivamente envolvidos com o resgate da história local; os projetos de vir a fazer um vídeo (mesmo com o roteiro pronto) sobre a história local, foram tabulados em roteiros próprios ou em espera de financiamento. No trabalho como multiplicador está incluso todos os que participam como instrutores ou monitores de atividades de formação audiovisual, sejam trabalhos de curta ou longa duração. Muitos dos selecionados nas duas edições do projeto já trabalhavam ou passaram a trabalhar em outras áreas da produção artística.

O resultado da pesquisa demonstra que a maioria dos participantes mantém envolvimento com atividades audiovisuais e, com produções culturais em geral. Somente 8 dos 40 premiados (20%) não mantém nenhuma atividade na área da cultura. No grupo existe uma pessoa que já trabalhava com audiovisual, um estudante de cinema (agora já formado), um radialista, professores de arte e teatro, estudantes de comunicação, letras, história, entre outros. Ou seja, um grupo de profissionais que já atuam na área da cultura ou em outras áreas com grande potencial para tanto.

Abaixo estão apresentados os resultados da pesquisa com os participantes do Ano II.

Premiados Ano II

Atividades	
Produziu novos vídeos	10
Profissionalizou	03
Está fazendo cursos	05
Trabalhou em outros roteiros/ produções	04
Produzindo projetos de memória	04
Trabalha como multiplicador	11
Está com projetos à espera de financiamento	19
Está trabalhando em roteiros próprios	09
Produz em outras áreas culturais	26
Não está ligado a nenhuma atividade de produção cultural	01
Não respondeu	02

Fonte: Pesquisa do Projeto

Uma forte característica presente no grupo dos participantes do Ano II é a de já realizar atividades em diversas áreas artísticas, ainda que não tenham tais áreas como as de principal atuação profissional. O resultado que se verifica é um alto número de envolvidos com projetos em outras áreas culturais. Praticamente 50% dos participantes do Ano II possui roteiros prontos aguardando financiamento e 25% já produziu novos vídeos. Os números demonstram que o objetivo de estimular a continuidade do interesse pelo campo audiovisual, nas duas primeiras edições do projeto, foi plenamente cumprido.

O quinto objetivo é o de “estimular a utilização do audiovisual em outras instâncias da vida da comunidade: projetos educativos, ações comunitárias, etc.” Atualmente os recursos de produção audiovisual não são mais tão inacessíveis como há pouco tempo atrás. É possível para as prefeituras do interior realizar investimento em equipamentos e na qualificação de uma equipe para produção de material audiovisual para ser utilizado nas mais diversas áreas de ação pública. Entre os participantes do Ano I que compraram equipamentos um está produzindo um projeto de memória da cidade com a participação de estudantes de história. Temos ainda os exemplos de um participante que passou a produzir vídeos para a pastoral da terra e de outro que realizou dois vídeos institucionais contratados pela Prefeitura. O projeto ajuda a despertar a atenção para a linguagem audiovisual e para a consequente necessidade da formação de profissionais locais que operem com a mesma. No grupo de participantes do Ano II temos um projeto de resgate da história da cidade sendo realizado com apoio da Secretaria de Educação e Cultura, com a participação de alunos do ensino médio. Nesse caso o projeto tem uma dupla função: permitir o resgate da história da comunidade por meio de entrevistas e de introduzir a linguagem da produção audiovisual entre os alunos de ensino médio. Entre os participantes do Ano II há também um produtor indígena que trabalha com o projeto Vídeo nas Aldeias. Vários produtores dos dois anos do concurso estão trabalhando como multiplicadores de conhecimento nos Pontos de Cultura de suas regiões, buscando potencializar ao máximo a utilização do conhecimento adquirido nas oficinas promovidas pelo Revelando.

O sexto objetivo é o de “criar um novo espaço de expressão para as populações das pequenas cidades brasileiras”. Uma das questões culturais presentes nas pequenas cidades é o da falta de canais e espaços para veiculação e divulgação das manifestações locais. Utilizando exemplos do Ano I, temos um dos premiados que passou a apresentar um programa de TV local sobre cinema, onde também são veiculados curtas e outro caso de um artista local, que após ser tema e protagonistas de um dos vídeos, gravou um CD e passou a ser contratado para

alguns espetáculos, inclusive pela prefeitura local. Entre os roteiros que estão em planejamento e os que aguardam financiamento, segundo o declarado pelos produtores, encontram-se muitos destinados ao registro das manifestações culturais locais. Entre os premiados no Ano II temos um participante que estava elaborando, entre outros inúmeros projetos, um concurso de vídeo de histórias de pescadores com júri popular, ou seja, as histórias concorrentes devem ser narradas em público e as três melhores serão transformadas em vídeos de 15 minutos. O projeto conta com o apoio da Lei de incentivo estadual e trabalha com a narrativa oral, ampliando as possibilidades de participação da população local.

O sétimo objetivo é o de “valorizar a identidade local, criando momentos de autorreconhecimento”. Retomando uma discussão presente no início deste artigo, vivemos no país um processo secular de valorização das ações que são externas, daquilo que é estrangeiro, do que vem de fora da localidade, da capital ou “da cidade grande”. No caso das pequenas cidades tal processo raramente cria oportunidades ou ações efetivas que as valorizem - com algumas exceções para as atrações turísticas principalmente aquelas ligadas à exploração dos recursos naturais. As histórias e as paisagens locais na tela permitem que a população se veja através de outros ângulos, ainda que possa discordar do viés privilegiado, contestando, apresentando, fornecendo outras versões, desejando representações imagéticas diferenciadas. No campo dos resultados efetivos, o projeto Revelando os Brasis propiciou a alguns participantes a possibilidade de se tornarem correspondentes locais do site Overmundo, que é especializado em manifestações culturais brasileiras das mais diversas naturezas.

O oitavo objetivo é o de “fortalecer a autoestima dos participantes e dos moradores da cidade”. Existem vários elementos do projeto que contribuem para o processo de valorização e fortalecimento da autoestima local. O primeiro deles é o de ter um morador/história selecionado em um concurso de âmbito nacional, fato em si que contribui para o processo de reconhecimento dos valores locais, em contraposição às constantes afirmações de que os lugares no interior “não tem nada de bom”. Compor a equipe com pessoas da região – conforme estimulado pelo projeto – faz surgir novos valores e vocações. Muitos dos participantes passaram a se envolver com iniciativas que contribuem para ampliar o repertório de opções culturais na cidade, com uma ênfase especial nos projetos contribuem para despertar e dar visibilidade aos talentos locais.

O nono objetivo é o de “estimular o interesse pelo audiovisual como instrumento para a preservação da cultura local”. Parte significativa dos vídeos produzidos resgata a história e as práticas locais. O registro em audiovisual permite uma divulgação muito mais ampla dos

fazer e dos saberes. A maior parte das pequenas cidades brasileiras não conta com nenhum tipo de registro de sua história ou de suas práticas culturais. As histórias locais terminam soterradas sob a história nacional que vem exaltada nos livros didáticos. Ao reconstituir o passado através das lembranças e registrar o presente através do meio audiovisual o projeto contribui para a possível criação de novas práticas de preservação cultural. No desdobramento das ações realizadas pelos premiados das duas edições do Revelando são encontradas várias e diferenciadas iniciativas que utilizam o audiovisual para preservação da cultura local. Tais iniciativas vão desde a ação direta de coleta de depoimentos para um projeto de memória específico até a utilização das diferenciadas práticas culturais locais como argumentos de roteiros na produção dos novos vídeos.

O décimo objetivo é o de “possibilitar aos brasileiros o acesso a bens culturais que retratem a diversidade cultural, geográfica e histórica do país”. O acervo de representações simbólicas disponível do país é muito pequeno em relação à riqueza da diversidade nacional. A contribuição do projeto soma-se às de outras iniciativas que vão permitindo que o país possa se conhecer.

Os candidatos que venceram as duas primeiras edições⁵ do *Revelando os Brasís* possuíam um perfil bastante variado, como pode ser observado nas tabelas abaixo. Temos participantes nas mais diversas faixas etárias, com uma concentração no primeiro ano na faixa de 30 a 39 anos e no segundo ano na faixa de 40 a 49 anos. No segundo ano também ocorreu um pequeno crescimento no grupo de 21 a 29 anos.

Anos I e II – Idade e escolaridade dos participantes

Idade	Ano I	Ano II	Escolaridade	Ano I	Ano II
21 – 29	10	13	Fundamental	01	02
30-39	18	05	Ensino médio completo	01	09
40-49	04	16	Ensino médio incompleto	11	04
50-59	03	04	Superior completo	20	17
60-69	01	02	Superior incompleto	07	08
70-79	0				
80-83	01				
Não declarou	03				

Fonte: Ficha de inscrição e Catálogo (2006).

⁵ A primeira foi lançada em dezembro de 2004 e a segunda em dezembro de 2005. A terceira seleção foi lançada em dezembro de 2007.

Quanto ao grau de escolaridade dos participantes era previsível a concentração nas faixas de maior escolaridade. Nas duas etapas encontramos mais de 50% dos participantes com nível superior completo ou incompleto. Sem dúvida a questão da familiaridade com a leitura e a escrita é fundamental, porém não se mostrou um impedimento. Nas duas edições o concurso contou com a participação de produtores que possuíam somente o ensino fundamental ou o ensino médio incompleto. A distribuição por faixa etária foi também bem diversificada. Nas duas edições ocorreu uma baixa diferenciação nas faixas de menor e de maior idade (mais de 60 anos), tendo ocorrido uma concentração na faixa de 30-39 anos na primeira edição e na de 40-49 anos na segunda edição. De forma geral o que se pode deduzir a partir dos dados acima é que o projeto obteve uma ampla adesão nas diversas camadas da população. Participaram vaqueiros, secretários de cultura, professores universitários, comerciantes, comerciários, professores dos níveis de ensino básico e médio, agricultores, comunicólogos, pescadores, médicos, enfim, um extenso espectro de profissionais que tinham um sonho em comum: o de fazer um filme.

Referências

CATÁLOGO: revelando os Brasis: ano II. Vitória: [s.n.], 2006.

GARCÍA CANCLINI, N. **Diferentes, desiguais e desconectados**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2005.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E PESQUISA [IBGE]. **Suplemento de cultura**. Brasília: MUNIC. 2007.

LEAL, A.; MATTOS, T. **Festivais audiovisuais: diagnóstico setorial 2007: indicadores 2006**. Rio de Janeiro: Fórum dos Festivais, 2008.

WORTMAN, A. Viejas y nuevas significaciones del cine em la Argentina. IN: SUNKEL, G. (Coord.). **El consumo en América Latina**. Bogotá: Convenio Andrés Bello, 2006. p.342-362.

Bibliografia consultada:

AMORIM, A. **Ação e política cultural para formação de platéia em audiovisual: a experiência do cinema da Fundação**. Rio de Janeiro: INTERCOM, 2005. Disponível em:

<http://reposcom.portcom.intercom.org.br/dspace/bitstream/1904/17763/1/R0034-1.pdf>.

Acesso em: 27 abr. 2008.

BOTELHO, I. **Os equipamentos culturais na cidade de São Paulo**: um desafio para a gestão pública. São Paulo: Centro de Estudos da Metrópole. Disponível em: http://www.centrodametropole.org.br/pdf/espaco_debates.pdf. Acesso em: 27 abr. 2008.

CESÁRIO, L. B. **Reflexões sobre as atuais políticas públicas para o cinema no Brasil em meio à transnacionalização da cultura**. Porto Alegre: PUCRS, 2007. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/graduacao/ojs/index.php/famecos/article/viewFile/2586/2007>. Acesso em: 27 abr. 2008.

GARCÍA CANCLINI, N. **Leitores, espectadores e internautas**. São Paulo: Iluminuras, 2008.

MANTECÓN, A. R. Las batallas por la diversidad: exhibición y públicos de cine en México. IN: SUNKEL, G. (Coord.). **El consumo en América Latina**. Bogotá: Convenio Andrés Bello, 2006. p.318-341.

Artigo recebido em janeiro de 2011 e aprovado em fevereiro de 2011.