

Direct to Web:

uma janela para o cinema de horror **amador** brasileiro

*Juliana Cristina Borges Monteiro*¹

Resumo

Este artigo tem por objetivo discutir questões pertinentes ao mercado de cinema amador brasileiro no que tange as produções do gênero cinematográfico horror, com foco no subgênero found footage, considerando a reconfiguração do gênero ao longo do tempo e suas diversas formas de reinventar-se. Para tanto, foram usados os conceitos de *cinema de bordas* (LYRA, 2006), o renascimento do horror através de *direct to vídeo* (BADLEY, 2010) e *cultura participativa* (JENKINS, 2006) na era digital.

Palavras-chave: *Cinema brasileiro; Cinema de horror; Cultura da participação; Found Footage; Direct to web.*

Introdução: Cinema Brasileiro e Found Footage

No Brasil, o profissionalismo é um padrão que durante décadas nos foi totalmente exterior devido à nossa condição de país importador, dependente e subdesenvolvido (FOSTER, 2010, p. 45 Apud CÁNDEPA, 2013). Nos primeiros anos do cinema, inventores e empresários procuravam criar novas tecnologias para competir entre si e, por conseguinte, fazer frente às grandes empresas de cinema, criando diferentes equipamentos de captação de imagem.

Uma parcela dos cineastas brasileiros tentava adaptar suas câmeras amadoras para o uso profissional e apesar de estarem distantes do cinema profissional, contavam com a

¹ Estudante de Graduação no Curso de Comunicação Social com habilitação em Cinema e Audiovisual da Universidade Federal do Espírito Santo; participante do Projeto de Pesquisa “Mentiras Monstruosas, Medos Verdadeiros: Dispositivos de visualidades realistas e formação da imaginação sentimental no cinema de horror”.

“liberdade para filmar”. O que se viu no Brasil foi inúmeras tentativas de profissionalização do cinema, com momentos mais e menos pujantes e com notória produção de filmes em bitolas amadoras e semi-amadoras (BARRETO Apud CÁNEPA, 2013, p.4).

Ao contrário do cinema experimental, voltado a uma expressão poética, o cinema feito às bordas era voltado ao entretenimento descompromissado, feito para obter uma resposta do mercado de massas, abrangendo produções como as chanchadas, as paródias de filmes hollywoodianos, parte significativa das pornochanchadas, filmes d’Os Trapalhões e etc. Onde estava o horror no cinema brasileiro?

O cinema popular brasileiro se apropriava de maneira anárquica dos códigos do cinema predominante e de alguns gêneros canônicos como o horror, a comédia romântica, a ficção científica e etc. Esse cinema, chamado de “cinema de bordas”, era visto como uma prática que apontava para cultura de bordas, ou seja, cujo produto ficaria entre as culturas populares e as com maior prestígio.

Com bordas quero enfatizar a exclusão do centro, aquilo que fica numa faixa de transição entre uns e outros, entre as culturas tradicionais reconhecidas como folclore e a daqueles que detêm maior atualização e prestígio, uma produção que se dirige, por exemplo, a públicos populares de vários tipos, inclusive àqueles das periferias urbanas (FERREIRA, 1990:171 Apud CÁNEPA, 2013, p.6).

Horror, humor e sexo, sempre fizeram a parte maldita da cultura (LYRA, 2006, p.135). No caso do cinema, a impressão de realidade aumentou a vigilância burguesa de domínio sobre a natureza e elementos que fugiriam do controle social antes estabelecido. Assim, os temas habituais do terror serviriam para filmes baratos e malfeitos, destinados à exibição em salas periféricas, para um público comercial e popular, sendo menosprezados por críticos e estudiosos. Devido a essa “rejeição”, boa parte da temática abordada pelo cinema de horror da época – sobrenatural, violência, suspense e mistério – era apresentada de forma mais genérica como “comédia”, “aventura”, “drama”, “suspense”, etc.

Se for possível falar em uma época “de ouro” do cinema de horror nacional, essa época se concentra entre 1963 e 1983. Exatamente durante esses 20 anos, o Brasil viu o florescimento de uma extensa e variada cinematografia de horror, dividida entre propostas marcadamente autorais e outras derivadas do filme erótico (CÁNEPA, 2008, p. 116). O primeiro longa-metragem brasileiro a assumir-se como “de horror” foi *À Meia Noite Levarei a Sua Alma*, de José Mojica Marins em 1964 e é considerado um marco

fundamental no cenário do cinema de horror nacional. Mojica, conhecido também como Zé do Caixão, não pertencia a nenhum dos movimentos cinematográficos surgidos no Brasil entre as décadas de 1960 e 1970, mas seus filmes, de origem e objetivos absolutamente populares, chamavam a atenção por temas sobrenaturais.

O cinema brasileiro foi, por anos, pendendo frequentemente para a paródia ou sátira, mesmo que esta não tenha sido a sua pretensão original; com obras construídas de “retalhos” de clichês narrativos e de imagens já vistas, articulado de modo anárquico por seus realizadores. O resultado dessa incorporação dos modelos hegemônicos se apresenta com diferentes graus de competência, de crítica e de distanciamento, indo da franca paródia à esculhambação involuntária, mas pode ser apontado como recorrente na história do cinema brasileiro de gênero (CÁNEPA, 2013, p.13).

O cinema de horror se reconfigurou, mundialmente, de acordo com as demandas do tempo. Desde o final dos anos 1990, percebeu-se a consolidação de um subgênero conhecido como *found footage*, traduzido para o português como “filmagem encontrada” (ZANINI, 2013).

Com o advento da internet e novas tecnologias de captação de imagem digital, o espectador pôde, também, se tornar produtor de conteúdo e armazenar esse conteúdo em ambiente online, o que fez com que todo o tipo de informação pudesse circular indiscriminadamente. Os vídeos amadores de acontecimentos costumam ser tomados como uma nova e esclarecedora categoria de documentos de realidade, um atestado de veracidade, de autenticidade inegável, por se tratar de um registro espontâneo. Nesse sentido, essas imagens não só ostentariam estatuto de documento genuíno do real como teriam uma dimensão reveladora de uma verdade anteriormente oculta, pois não fosse pelos vídeos, os fatos permaneceriam obscuros (POLYDORO, 2012, p.135). Estes são aspectos vitais para o desenvolvimento do *found footage*.

Segundo Badley (apud BRAGANÇA, 2014, p. 9) “a tecnologia de vídeo permitiu uma nova era de vídeos caseiros de horror para cineastas da guerrilha ‘faça você mesmo’, amadores à semiprofissionais, através de câmeras e editores digitais de padrão comercial”. Baseado no falso documentário, o *found footage* se apropria dessa linguagem dos vídeos amadores, comum à população jovem, com o objetivo de contar uma história fazendo uso de recursos concretos e reais, que visam mostrar que “por mais incríveis que os fatos sejam, eles realmente ocorreram” (ZANINI, 2013, p.12).

Matadouro (Carlos Junior, 2012) é um exemplar dessa forma de produção independente no cinema brasileiro. O projeto do filme nasceu em 2011 a partir de um desejo do diretor em homenagear os slashers clássicos através do subgênero found footage e conta com 71 minutos de duração. Com a tagline "Comece a gritar... você está sendo filmado", *Matadouro* é uma produção pequena - com um total de gastos em torno de R\$300,00 - e conta a história de pessoas que foram sequestradas em determinada região, à beira de uma estrada, no interior do Estado de São Paulo. O filme começa com o registro por meio de dispositivo móvel de duas jovens no quarto fazendo uso de maconha - Mylena decide gravar o primeiro contato da amiga Kauane com a droga. Na cena seguinte, ambas aparecem em um campo supostamente isolado se divertindo por não conseguirem manobrar o carro que as levou até lá. Desistem do carro e resolvem dar um passeio a pé até que encontram um corpo no caminho – tudo devidamente gravado por dispositivo móvel. O filme corta para o encontro de um grupo de amigos que está viajando de carro pelo interior de São Paulo e gravam o passeio com uma câmera amadora. Por diversas vezes, o carro apresenta problemas de ignição, mas é numa parada para "ir ao banheiro" na beira da estrada que o terror realmente acontece: os amigos são sequestrados e levados para um lugar onde são torturados até a morte. *Matadouro* foi distribuído por meio de um site de compartilhamentos de vídeos online e teve grande repercussão e visibilidade proporcionando então, a sequência da história: *Matadouro parte 2 - Prelúdio* (2013) conta como tudo começou. *Matadouro 3* tem data de lançamento prevista para 2015.

O objetivo deste artigo é encorajar um debate mais aprofundado sobre as produções do subgênero no Brasil, investigando como a cultura jovem-amadora conseguiu estimular uma estética apta a ser apropriada pelas narrativas de horror, e discutir algumas das condições históricas, políticas, sociais e econômicas que permitiram um novo modo de produção no cenário brasileiro por meio do papel da tecnologia na construção da narrativa do *found footage*.

Direct to Vídeo e Vídeos Amadores: A Sobrevida do Horror

Antes de chegar à era digital, o cinema de horror passou por momentos significativos para sua manutenção e experimentação. Com o vídeo, os filmes saíram dos teatros e foram para os drive-ins com a ascensão do VHS, passaram a estar dentro das casas, modificando a experiência do espectador, permitindo que este pudesse assistir suas

cenar favoritas inúmeras vezes. Filmes de terror com orçamentos menores e considerados obscuros, com mensagens inebriantes que os estúdios acreditam que o público não consegue lidar, muitas vezes encontram um segundo fôlego e melhor vida em vídeo.

Com o vídeo, o horror invadiu lojas de aluguel e as mentes infantis com slasher e splatter. Uma vez fora dos teatros, o horror se tornou incontrolável (BADLEY, 2010, p.46). Para Philip Brophy (apud BADLEY, 2010, p.46), a cultura do vídeo provocou um segundo renascimento do horror, o que ele chamou de "consciência de si mesmo como um gênero saturado" que o tornou renovável; o gênero se reinventou como *metahorror*.

O vídeo permitiu assistir um filme várias vezes, observando qualidade, cortes e proporções. O telespectador em casa se torna como um estudioso. Com a ascensão do DVD, a experiência de interação se tornou ainda mais intensa: proporcionando ao espectador a possibilidade de assistir a cenas deletadas, biografia, entrevistas, vários ângulos de câmera, anatomia de uma cena, notas de produção, jogos interativos, dando a ele informações privilegiadas sobre o desenvolvimento do projeto, oferecendo o que foi excluído ou alterado, transformando o consumidor de home theater em um crítico.

Esta "domesticação do cinema" não se limitou apenas a exibição caseira, mas se estende até o fim da produção (BADLEY, 2010, p.50). Para Lars Von Trier (apud BADLEY, 2010, p.50), a era digital permite que "qualquer um possa fazer um filme em casa". A partir do conhecimento cinematográfico adquirido através do DVD e da gama de possibilidades de instrumentos digitais (câmeras DSLR, câmeras de celulares, editores de vídeo em celulares) o espectador pode construir sua própria narrativa.

Com uma câmera na mão, o espectador pode registrar tudo o que vê como é o caso dos jovens cineastas na floresta da pacata cidade de Blair em *A Bruxa de Blair* (Eduardo Sánchez, Daniel Myrick, 1999). Entretanto, essa forma de produção é caracterizada como amadora, pois viola as convenções da imagem captada de forma profissional contendo imagens e áudio de má qualidade, sem foco, sem contraste, imagens mal compostas consideradas sem sofisticação (WEST, 2005, p.85).

O cruzamento do amador com o acidente proporciona uma promessa especial de autenticidade, com índices de um realismo nem sempre verdadeiro, afinal alguns tipos de acidentes não podem ser previstos, planejados ou encenados, portanto, não podem ser falsificados (WEST, 2005, p.84). Em *Atividade Paranormal* (Oren Peli, 2007), um casal é perseguido por espíritos dentro de sua própria casa. Dispostos a desvendar o mistério, espalham câmeras pelos cômodos da casa com o fim de capturar os eventos que acontecem

enquanto dormem. O resultado são episódios que não poderiam ser revelados sem o uso da câmera.

É nessa esfera de revelação, que a câmera amadora possui, que o found footage se consolida: documentaristas que se embrenham na mata para filmar índios selvagens, jovens perdidos na floresta atrás de uma bruxa fictícia, um surto de vírus raivoso num prédio em Barcelona, uma casa mal assombrada. Histórias que caem em descrédito se contadas de outra forma que não seja o vídeo: a filmagem é um atestado de veracidade, de autenticidade inegável de fatos indiscutivelmente verdadeiros que outrora permaneciam na escuridão.

De modo geral, os filmes denominados como found footage possuem enredos ficcionais que se utilizam de procedimentos estilísticos e narrativos normalmente associados ao vídeo amador – ou, também, ao cinema de documentário – com o intuito de estabelecer uma experiência realista para o espectador. A utilização intencional do estilo documental confunde o espectador sobre a intenção do cineasta – e é na interação entre esses dois pilares que se dá a percepção de um filme pelo espectador (CARREIRO, 2013, p.226).

Convergência, YouTube e a Dispersão de Conteúdo

O surgimento dos meios de comunicação de massa modernos decretou o fim de importantes tradições culturais que floresceram no século XX incentivando uma ampla participação dos consumidores dentro de sua cultura. Para Jenkins (2006, p.189), na cultura da convergência, todos são participantes, enquanto na cultura tradicional há uma divisão clara entre produtores e consumidores.

Convergência, por definição, é à disposição de linhas que se dirigem para o mesmo ponto. O conceito de *convergência midiática*, cunhado por Jenkins, elucida a colisão entre novas e velhas mídias, onde mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneira imprevisível (JENKINS, 2006, p.29). A convergência não ocorre por meio de aparelhos; ocorre dentro do cérebro de consumidores individuais e em suas interações sociais com os outros e se comporta como uma transformação cultural, que incentiva os consumidores a procurar novas informações e a fazer novas conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos (JENKINS, 2006, p.30).

A circulação de conteúdos por meio de diferentes mídias depende fortemente da participação ativa dos consumidores, o que Jenkins define como *cultura participativa* (JENKINS, 2006, p.29). O consumo midiático tornou-se um processo coletivo. Nenhum de nós sabe tudo, cada um de nós sabe alguma coisa, e podemos juntar as peças se unirmos nossas habilidades e recursos. Tais argumentos destacam que a *inteligência coletiva* pode ser vista como uma fonte alternativa de poder midiático (JENKINS, 2006, p.30).

A partir disto, é necessário compreender que a convergência representa uma mudança na relação do consumidor com as mídias: se antes poderíamos considerar consumidores e produtores de mídia como atuantes em papéis separados, agora podemos considerá-los como participantes interagindo diante de um novo conjunto de regras. O público, que ganhou poder com as novas tecnologias e está ocupando um espaço na intersecção entre os velhos e os novos meios de comunicação exige o direito de participar intimamente da cultura (JENKINS, 2006, p.53).

Os fãs sempre foram os primeiros a se adaptar às novas tecnologias de mídia; a fascinação pelos universos ficcionais muitas vezes inspira novas formas de produção cultural (JENKINS, 2006, p.188). Um exemplo brasileiro é o filme *Desaparecidos* (David Schurmann, 2011) que conta a história de um grupo de seis amigos que recebem um convite para uma festa juntamente com uma câmera de vídeo acoplada em um colar, se perdem e desaparecem na floresta – com uma narrativa e estética similares ao sucesso *A Bruxa de Blair* (Eduardo Sánchez, Daniel Myrick, 1999).

Tanto o filme de Schurmann quanto o de Sánchez e Myrick, apontam a filmagem amadora como um documento da realidade, onde as imagens feitas sem prévia preparação revelam ações sobrenaturais desconhecidas até então. Instabilidade, trepidação, imagens mal compostas, sem foco, áudio de má qualidade são imperfeições aceitas como parte do filme e da realidade que ele quer expor. Após a captação dos acontecimentos, o que se segue? Pra onde vão tais documentos de eventos improváveis?

O surgimento da rede de computadores e as práticas sociais que cresceram ao seu redor expandiram a capacidade de expressão de ideias e de fazê-las circular diante de um público maior (JENKINS, 2006, p.346). Para Jenkins (2006, p.348), o YouTube surgiu como um site fundamental para a produção e distribuição de conteúdo alternativo representando, então, o encontro entre uma série de comunidades alternativas diversas, cada uma delas produzindo conteúdo independente há algum tempo, porém agora, reunidas num mesmo portal compartilhado.

Além disso, o YouTube funciona como um arquivo de mídia onde conteúdos significativos podem ser compartilhados em uma série de redes sociais: seu conteúdo espalha-se em blogs, Facebook, Twitter, MySpace, onde é exposto para diferentes públicos. Jenkins (2006, p.349) elucida que tal interatividade acontece no âmbito da produção, seleção e distribuição. Nenhuma dessas funções é nova, porém o YouTube foi o primeiro a unir as três funções numa única plataforma e a concentrar tanta atenção ao papel das pessoas comuns.

Zanetti (2011, p.61) esclarece que a prática do compartilhamento em rede foi sendo cada vez mais estimulada à medida que foi se tornando mais sistematizada. Para a autora, essa sistematização, todavia, não se deveu apenas a um aprimoramento do aparato tecnológico, mas essencialmente a um discurso legitimador em torno da prática do compartilhamento: os mecanismos do mercado de certo modo se apropriam dos processos comunicacionais espontâneos e não organizados que surgem na rede (ZANETTI, 2011, p.61).

Portanto, a convergência é um fator essencial para a efetivação da cultura do compartilhamento percebido por Zanetti (2011, p.61) não apenas como um aparato tecnológico que possibilita a sistematização de práticas de produção, distribuição e intercâmbio de conteúdos digitalizados, mas também à incorporação dessas práticas pelos sujeitos sociais e sua posterior apropriação por parte do mercado. A cultura do compartilhamento tem sido amplamente adotada pelo mercado no sentido de possibilitar maior visibilidade a produtos e serviços e, conseqüentemente, gerar aumento de vendas, adesões, fidelizações (ZANETTI, 2011, p.67).

Nesse cenário de democratização e compartilhamento de conteúdo, estão obras cinematográficas brasileiras de horror, tais como a trilogia caseira “Matadouro” realizada por Carlos Junior - já citada anteriormente - que discutiremos de maneira enfática a seguir.

Direct to Web: Um Novo Mercado

No Brasil, o cinema é alvo de políticas governamentais de incentivo que fomentam sua produção, como é o caso da Lei do Audiovisual e da Lei Rouanet, entretanto algumas empresas captam um número maior de recursos e, por conseguinte, produzem mais (MICHEL; AVELLAR, 2012, p.37). No que tange a cadeia de produção, o segmento

encontra-se fragmentado, restrito a um número de poucas empresas, geralmente personificadas na figura do diretor.

No que se refere ao mercado de cinema nacional, o Brasil se encontra ainda tímido em comparação a países como os Estados Unidos ou Índia (os maiores produtores). O parque exibidor brasileiro é pequeno: de acordo com dados do IBGE em 2006 somente 9% dos municípios apresentavam salas de cinema: enquanto nos Estados Unidos apresentam-se 38.974, na Índia 10.189, no Brasil esse número é de 2.120 salas de cinema (MICHEL; AVELLAR, 2012, p.39).

O cenário da produção cinematográfica é caracterizado pela presença de empresas produtoras que buscam recursos para a realização de longas e curtas-metragens, sendo raros os casos em que um filme seja realizado sem recursos advindos das leis de incentivos. Os estados do Rio de Janeiro e São Paulo respondem pela quase totalidade da produção cinematográfica nacional, como mostra a Tabela 1.

Tabela 1 – Ranking de arrecadação de recursos por estados brasileiros

UF	Total Captado (R\$)	%
Rio de Janeiro	596.693.230	66,90
São Paulo	232.450.119	26,06
Rio Grande do Sul	28.702.692	3,22
Minas Gerais	16.315.437	1,83
Paraná	4.878.756	0,55
Distrito Federal	4.821.317	0,54
Pernambuco	2.894.568	0,32
Ceará	1.932.163	0,22
Espirito Santo	1.191.971	0,13
Santa Catarina	1.134.000	0,13
Bahia	842.250	0,09
Mato Grosso	0	0,00
Pará	0	0,00
Total	891.856.503,93	100,00

Fonte: MICHEL; AVELLAR, 2012, p.44

A implantação de políticas culturais voltadas para o audiovisual na década de 90 foi e ainda é crucial para a retomada da produção de cinema no Brasil. As empresas produtoras realizam os filmes, em grande parte, a partir de recursos provenientes das leis

de incentivo à produção (MICHEL; AVELLAR, 2012, p.44) o que causa certa dependência dos recursos públicos para produção audiovisual.

Outra questão levantada por Michel e Avellar é o funcionamento dessas políticas em relação à diversidade cultural. A Tabela 2 apresenta recursos da Lei do Audiovisual concentrados a determinadas empresas no ramo no país. Visto que o cinema é um difusor de ideologias e culturas, apenas aquelas regiões estariam dialogando com o país todo.

Tabela 2 – Ranking de produção de longas-metragens

Rank.	Empresa	Filmes	%	Renda (R\$)	%
1	Diller & Associados	25	4,66	128.438.323,00	17,91
2	VideoFilmes Produções Artísticas	20	3,72	18.680.988,00	2,60
3	Conspriação Filmes Entretenimento	14	2,61	57.860.710,00	8,07
4	Filmes do Equador	13	2,42	21.261.136,00	2,96
5	Dezenove Som e Imagens Produções	8	1,49	665.127,00	0,09
6	Casa de Cinema de Porto Alegre	7	1,30	11.274.654,00	1,57
9	O2 Produções Art. e Cinematográficas	6	1,12	19.488.762,00	2,72
14	A.F. Cinema e Vídeo	5	0,93	4.189.565,00	0,58
16	Lereby Produções	5	0,93	49.391.445,00	6,89
20	Total Enterteinment	5	0,93	52.344.396,00	7,30
21	Cinearte Produções Cinematográficas	4	0,74	882.612,00	0,12
32	Agravo Produções Cinematográficas	3	0,56	588.959,00	0,08
48	1001 Filmes	2	0,37	2.390.985,00	0,33
89	A Exceção e a Regra Prod. Artísticas	1	0,19	186.823,00	0,03
288	Zeugma Films/República Pureza	1	0,19	58.000,00	0,01

Fonte: MICHEL; AVELLAR, 2012, p.46

As políticas de incentivo à produção de cinema no Brasil não atendem de forma uniforme a todos os Estados, o que mostra que o objetivo dessas políticas não é a desconcentração ou disseminação da produção entre os Estados, e sim o aumento no total de filmes produzidos (MICHEL; AVELLAR, 2012, p.45). Cinema trabalha com ideologias e culturas sendo que a concentração da produção leva a processos de supremacia ideológica.

A atividade cinematográfica não acontece sem uma distribuição forte e, segundo Paulo Sergio Almeida e Pedro Butcher (2003, p.46), levar o produto às telas e ao

conhecimento do espectador é a etapa mais dispendiosa da vida de um filme: em média, filmes brasileiros gastam cerca de R\$1,5 milhão em distribuição e publicidade.

A crítica mais pertinaz ao modelo de incentivo é a respeito da sua incapacidade de englobar a atividade cinematográfica em seu todo: apenas produzir é insuficiente para gerar auto-sustentabilidade de uma atividade tão complexa, quiçá, gerar uma indústria. Para Almeida e Butcher (2003, p.33), apesar dos resultados positivos, as salas de cinema não conseguem absorver a totalidade da produção advinda das leis de incentivo e, desse modo, alguns títulos acabam tendo seu potencial subaproveitado em razão da ausência de estrutura.

É na insuficiência de suporte no setor de distribuição que se encontram as saídas mais criativas. Para Bragança (2015, p.406), é comum ao horror recorrer a janelas alternativas de produção e distribuição. Tais janelas estão fora das salas de cinema e mais próximas do cotidiano sendo, muitas vezes, telas dentro de seu próprio lar, como VHS, DVD e Internet. Se apenas 9% dos municípios brasileiros apresentavam salas de cinema em 2006 de acordo com a pesquisa feita pelo IBGE, o número de municípios brasileiros que possuíam videolocadoras era exorbitantemente maior, cerca de 82%. Na década passada, produções independentes voltaram seus olhos para o mercado de home vídeo através do DTV; no momento atual, é a vez do DTW (direct to web).

Na era digital, os produtos de cultura popular que não possuem o capital mediático equivalente ao de grandes franquias filmicas, trafegam por janelas alternativas de circulação (BRAGANÇA, 2015, p.414) – parafraseando Machado De Assis em *Memórias Póstumas de Brás Cubas* DE 1881, “o modo de compensar uma janela fechada é abrir outra”. Dessa forma, a internet têm se apresentado como uma válvula de escape para produções amadoras com maiores restrições orçamentárias, dado que, por ser uma janela ligada diretamente a um público *mainstream*, estimula um intercâmbio de conteúdos que, por sua vez, potencializa a visualização das produções.

Para Bragança (2015, p.407), mesmo com a proliferação das salas multiplex e seu desenvolvimento multissensorial em 3D, ainda há um predomínio do ambiente doméstico entre a audiência de consumo de entretenimento audiovisual, algo percebido pelo horror. A fórmula narrativa do cinema tradicional remete as quatro paredes, onde o espectador é um mero observador da história de outrem. No subgênero found footage, o espectador torna-se a pessoa mais importante da narrativa, a pessoa que detém as informações de maior relevância da história do protagonista, a pessoa com quem o protagonista fala diretamente.

Este formato é facilmente encontrado em blogs, vlogs permeando as interações no âmbito da internet e, portanto, naturalmente reconhecível pelos seus usuários.

Áudio falho, trepidação da imagem, rodízio de cinegrafista, cortes bruscos, sobreposição de vozes e ruídos, são características de captação aceitas por serem recorrentes no universo digital amador. *Matadouro* é um compilado de imagens obtidas através de câmeras amadoras que, como a maioria dos vídeos caseiros na era da cultura da convergência, são postados diariamente na internet – em especial no YouTube. Tal configuração favorece o reconhecimento da forma narrativa do filme como “caseira”(embasada no formato do subgênero found footage) e encontra espaço e visibilidade dentro das redes.

O filme dialoga diretamente com esta geração que, conectada às redes, produzem conteúdo com a finalidade de ser publicado em sites de relacionamento. A necessidade de gravar o cotidiano é qualificada por Grant como ansiedade digital (2013, p. 154). Para o autor, a estética realista revela a ansiedade pós-moderna sobre a veracidade da imagem que tem sido agravada pela onipresença da tecnologia digital (GRANT, 2013, p. 154). *Matadouro* é um registro de uma viagem de amigos que, se concluída com sucesso, poderia ser postada e compartilhada na internet como tantos outros vídeos.

Um ponto forte da narrativa do filme é o tempo que se leva para a apresentação dos personagens, em torno de 25 minutos expostos de forma fluida. São cenas descontraídas dentro do carro que favorecem a familiarização do espectador com os personagens tornando-o parte do grupo de amigos. Os arquétipos expostos no filme – o engraçado, a tímida, o inocente – e a liberdade com que interagem potencializam esta identificação tornando a terceira parte do filme, as cenas de violência, mais severas.

Tal familiaridade se dá no âmbito da identificação das ações: filmar passeios, viagens, reencontros com antigos amigos, são ações rotineiras encontradas na internet com facilidade, propiciando um reconhecimento com o subgênero found footage, favorecendo a dispersão do conteúdo. No modelo de distribuição tradicional, o filme obedece a uma hierarquia de janelas, sendo a primeira delas as salas de cinema convencionais e, por último, a internet. O formato found footage passeia por ambas (como os sucessos de bilheteria *A Bruxa de Blair* e a franquia *Atividade Paranormal*), mas é na janela final que as produções independentes brasileiras encontram espaço para revelar-se.

Ao mesmo tempo em que é contemporâneo, *Matadouro* também se apresenta conservador ao retratar o poder punitivo da câmera. Sequestrados por um maníaco, os

joventes amigos são gravados sendo torturados com a mesma câmera que usavam para registrar a viagem. Para Bragança (2015, p. 413), o empoderamento concedido pela tecnologia reserva uma faceta destrutiva tanto para o indivíduo, quanto para a sociedade. O filme expõe a tecnologia como porta para a liberdade de expressão juvenil, entretanto, a mesma se torna um mecanismo de repressão ao cativar as imagens de seus corpos, exercendo controle sobre eles.

Conclusão

A tempestade tecnológica, a convergência midiática e a cultura participativa mudaram a forma de fazer cinema. O que se vê, principalmente na internet, são produções voltadas para o público *mainstream* que conhece a forma de “fazer cinema” e o domesticou. O mesmo público que agora também possui sua própria câmera e aparatos de edição; a geração da cultura da convergência que reconhece e fabrica vídeos caseiros frequentemente. O cinema amador brasileiro de outrora, considerado malfeito e direcionado para um público popular julgado inculto, não existe mais.

O subgênero *found footage*, resultante da liberação das convenções tradicionais do cinema, encontra na internet um espaço fértil para distribuição de novos conteúdos, tal como *Matadouro* que conta com cerca de 38 mil visualizações no YouTube, dentre outros. No Brasil, uma sala de cinema não proporciona tamanha visibilidade quanto na internet para filmes de baixo orçamento, onde esse formato de vídeo é característico.

Referências Bibliográficas

ALMEIDA, Paulo Sérgio. BUTCHER, Pedro. *Cinema: Desenvolvimento e Mercado*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2003.

BADLEY, Linda. “Bringing it all back home: Horror cinema and video culture”. In: CONRICH, Ian (Ed.). *Horror Zone: The cultural experience of contemporary horror cinema*. London/NY: I.B. Tauris, 2010, p.45-63.

BRAGANÇA, Klaus'Berg Nippes. "Longe de Casa: Tecnologias Amadoras, Netporn e o Found Footage de Horror". In: *XIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Vila Velha, 2014

BRAGANÇA, 2015. "A lei da equivalência das janelas": circulação participativa do filme found footage de horror na era da mídia digital". In: VALENTE, António Costa; CAPUCHO, Rita (Orgs.). *AVANCA | Cinema 2015*. Avanca, PT: Edições Cine Clube de Avanca, 2015, pp.406-415.

CÁNEPA, Laura Loguércio. *Medo de quê? Uma história do horror nos filmes brasileiros*. (Tese de doutorado). Campinas: UNICAMP, 2008.

CÁNEPA, Laura Loguércio. "Notas sobre vídeos amadores de ficção no Brasil: O cinema de bordas". In: *XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. UFAM: Manaus, 2013.

CARREIRO, Rodrigo. "A câmera diegética: legibilidade narrativa e verossimilhança documental em falsos found footage de horror". In: *Revista Significação – Revista de Cultura Audiovisual*, v.40, nº 40. Ed dez, 2013. São Paulo: Programa de Pós Graduação em Meios e Processos Audiovisuais da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, 2013. pp.224-244.

GRANT, Barry Keith. "Digital anxiety and the new verité horror and SF film". In: *Science Fiction Film and Television*, Volume 6, Issue 2, Summer 2013, pp. 153-175.

JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. 1.ed. São Paulo: Aleph, 2006.

LYRA, Bernadete. Horror, humor e sexo no cinema de bordas. In: *Revista Ilha do desterro*, nº51. 2006, pp.131-146.

MICHEL, Rodrigo Cavalcanti; AVELLAR, Ana Paula. "A Indústria Cinematográfica Brasileira: uma análise dinâmica da produção e da concentração industrial". In: *Revista de Economia*, v.38, nº1. Editora UFPR, 2012, p.35-53.

MILICI, Marcelo. *Boca do Inferno*. Disponível em <<http://bocadoinferno.com.br/criticas/2013/11/matadouro-2012/>> Acesso em 20/07/2015.

POLYDORO, Felipe da Silva. “Esboço de uma ontologia dos vídeos amadores de acontecimentos”. In: *Revista Contracampo*, v. 25, n. 1, ed. dez, ano 2012. Niterói: Contracampo, 2012, p. 133-149.

ZANETTI, Daniela. “A cultura do compartilhamento e a reprodutibilidade dos conteúdos”. In: *Revista Ciberlegenda*, v 25, n 2, Nov 2011. Editora UFF. p.60-70.

ZANINI, Claudio Vescia. “Eles nunca mais foram vistos’: a transgressão do found footage”. In: *Anais do SILEL*. Uberlândia, 2013.

WEST, Amy. “Caught on tape: a legacy of low-tech reality”. In: KING, Geoff (Ed.). *The spectacle of the real: from Hollywood to reality TV and beyond*. Bristol/Portland: Intellect Books, 2005, pp.83-92