

Rápidas histórias de produção e de não-distribuição do cinema brasileiro

Entrevista com o cineasta Sérgio Bianchi

Histórias de produção: Ou Como fazer um filme sem ser “bem-relacionado”

Revista Sinopse (S): Indo direto ao ponto. O que você acha da Lei do Audiovisual?

Sergio Bianchi (B): Eu não faço mais filme com a Lei do Audiovisual. É uma loucura essas “leis de incentivos”. Primeiro, elas já eliminam todo mundo que não seja bem relacionado. Segundo você tem que “dominar” intermediários para pegar o dinheiro. Terceiro, tem que trabalhar com superfaturamento.

Na verdade, é tudo uma grande esquizofrenia. Para criar uma indústria de cinema brasileiro você tem que, esquizofrenicamente, criar uma coisa que pareça uma indústria de cinema brasileiro.

S: Mas essas coisas podem ser consideradas distorções do modelo que poderiam ser corrigidas. O princípio da lei é você procurar apoio de empresas que avaliem o projeto e associem à ele por interesses comerciais. O princípio é se associar a empresas que realizem marketing cultural. O que acha desse princípio?

B: Isso não existiu. Desde o início, o grosso da produção era financiado pelo imposto das próprias estatais. Mas agora os Secretários de Cultura descobriram que tem um dinheiro muito fácil no mercado e muitos abriram uma firma própria ou uma ONG que pega o grosso desse dinheiro para restaurar de edifícios ou para projetos que são sócios.

S: E no caso de teu filme, ele foi produzido pela Lei do Audiovisual, com apoio de empresas que investiam em marketing cultural. Como você conseguiu isso? Você acha que Cronicamente Inviável tem algum interesse de marketing? Ele ajuda a vender algum produto?

B: Não, de forma alguma. No máximo ajuda a vender armas (risos).

S: Então como você conseguiu captar recursos?

B: Mas não existe isso! Ninguém leu o roteiro (risos). Não depende disso. Captei dinheiro com encheção de saco. Passei cinco anos destruindo minha vida pessoal, dando telefonemas das nove horas da manhã até às nove horas da noite. Acho que a repartição do dinheiro é pela encenação das coisas. Eles até me deram dinheiro, mas foi por eu ser muito chato. Deram 100 mil para mim e 4 milhões para alguém melhor relacionado.

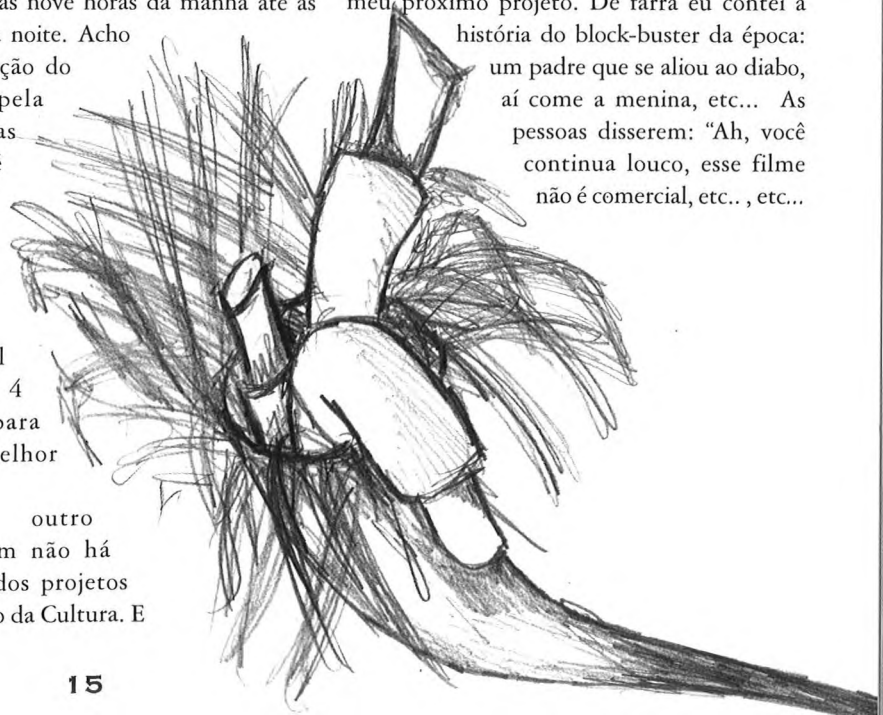
Por outro lado, também não há qualificação dos projetos pelo Ministério da Cultura. E

o pior é que eles justificam essa postura como correta: “a gente não qualifica os filmes”, dizem com orgulho. Aí a captação é uma selva: quem for mais bem relacionado leva o grosso, quem encher muito o saco, leva as sobras.

Histórias de não-distribuição: “O sonho de vender contestação” ou ainda “O dia em que Sérgio Bianchi perdeu a guerra”

Revista Sinopse: Você sempre foi considerado um “cineasta maldito” que concilia temas polêmicos com linguagem inovadora. O que você acha de ser classificado assim?

Sérgio Bianchi: Eu acho uma pena. Às vezes eu tenho a impressão que, com essa história de ser maldito, eu caí numa grande armadilha. No momento em que virei artista maldito fiquei enclausurado no clichê de “autor”. Uma vez na Embrafilme me perguntaram qual era meu próximo projeto. De farra eu contei a história do block-buster da época: um padre que se aliou ao diabo, aí come a menina, etc... As pessoas disserem: “Ah, você continua louco, esse filme não é comercial, etc., etc...”



“. E era. Era um filme comercial, era o blockbuster da época! Tenho a impressão de que ao virar “artista maldito” as pessoas começam a achar que tudo o que faço não é comercial.

S: Mas você acha o Cronicamente Inviável um filme comercial?

B: Acho sim. Eu acho que você nunca sabe o que se passa na cabeça das pessoas. Eu não sou distribuidor, mas acredito que o meu filme interessa a um público maior do que o público de intelectuais interessados na obra de “artistas malditos”. O fato de *Cronicamente Inviável* não ser do padrão entretenimento-fácil não o condena a ser um filme “não-comercial”. Não existe essa dicotomia tão radical. Os distribuidores americanos não tem esse preconceito. Eles sabem achar o público de seus filmes, mesmo quando o filme é de contestação. Eles, em muitos casos, conciliam contestação e mercado.

Mas a questão não é apenas essa. Não é apenas do meu filme que estou falando. O problema é que

existe no Brasil um padrão único para o cinema considerado comercial. Todo o resto é considerado de “filme-de-autor”, “filme-maldito”, ou outra classificação qualquer e, por isso, é lançado com pouco investimento de comercialização, tendo poucas cópias e pouca mídia. Agora, se *Cronicamente Inviável* fosse um filme bem grande, superfaturado, com oito milhões, um filme completamente inócuo, um filme histórico, por exemplo, eu não teria problema nenhum com a distribuição. Mesmo que o filme fosse ruim, todos o considerariam comercial e ele não teria dificuldades

em conseguir um grande lançamento, com muitas cópias, muita mídia e... nenhum público.

S: Você imagina um público para o seu filme?

B: Eu coloquei o filme para umas pessoas de 20 anos assistirem e elas gostaram muito. Mas eu não vou ter esse público. Eu cheguei a propor: encha uma sala cheia de jovens de 20 anos e vamos ver o resultado da pré-estréia. Se eles gostarem nós aumentamos o lançamento. Mas não consegui. Não há pesquisa.

Eu descobri que, se tem alguma coisa competente no cinema brasileiro, essa coisa é o bloqueio na distribuição. É impossível furar. Eu sou capaz de produzir quatro longas e ser agressivo ao sistema que me paga. Mas para chegar ao público é impossível. A política cinematográfica tem sido muito competente para não deixar você exibir o que você faz. Não há como furar.

S: Em termos de público, qual tua expectativa para o Cronicamente Inviável? (a entrevista foi feita um mês antes do lançamento do filme)

B: Nenhuma. Vai ficar “cinema de autor”. Uma pré-estréia. Uma semana em exibição em uma sala, lutando para ficar mais algumas. É uma pena. Vou ficar restrito ao gueto de salas culturais.

S: Mas porque esse bloqueio?

B: Porque a crise do cinema brasileiro tem que continuar. A crise dá dinheiro. Em termos de miséria, de crise social, é o mesmo princípio. Ou seja, a crise não se resolve porque tem gente ganhando dinheiro com ela. Para mim e para o meu filme, foi uma pena. Eu tentei, mas perdi a guerra.

