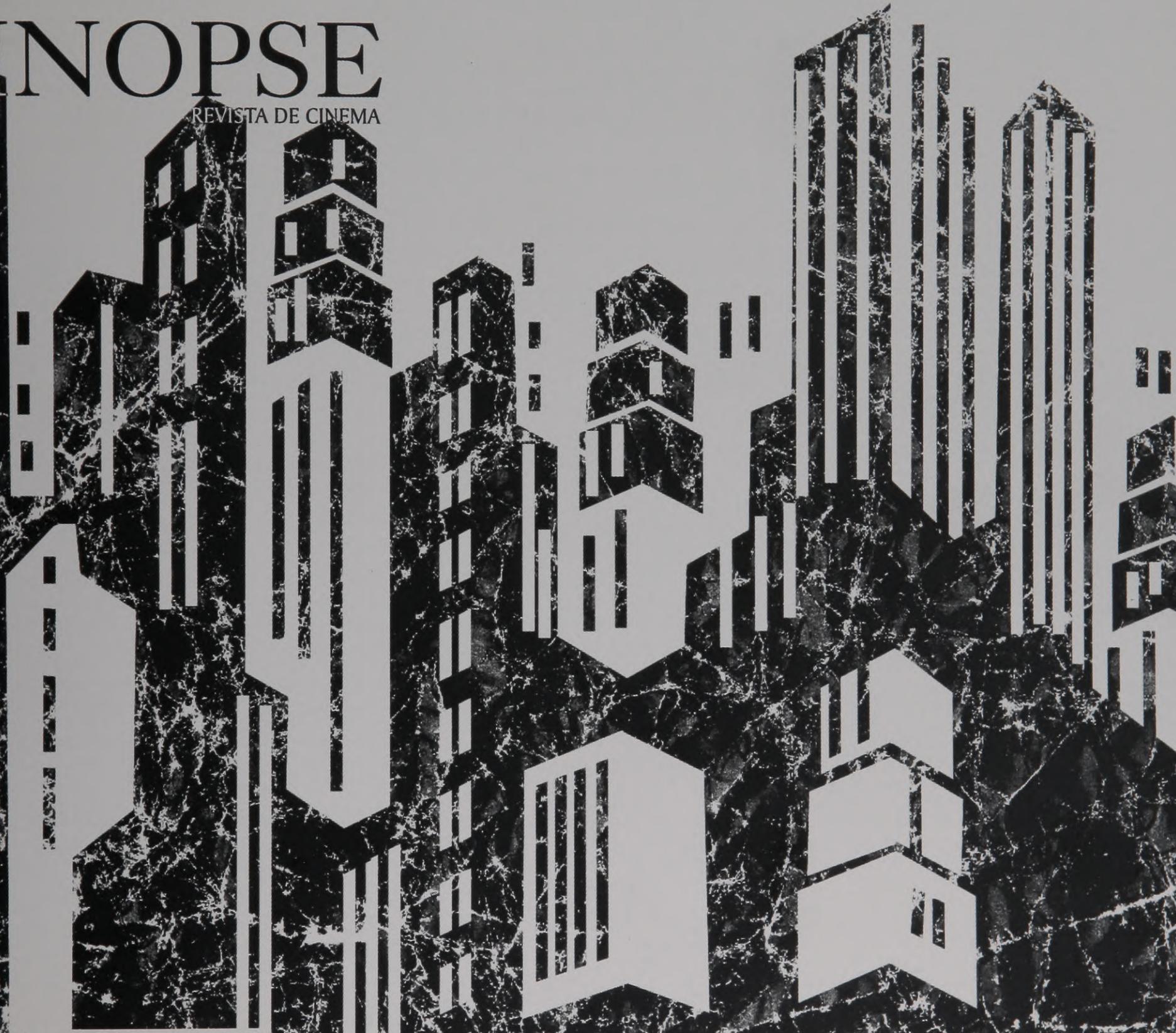


SINOPSE

REVISTA DE CINEMA

ESCOLAS E UNIVERSIDADES PESQUISAS DE MERCADO TV PAGA



intervenção nº DOIS

intervenção nº 2 ano III fevereiro 2000

Diretora Executiva: Maria Dora Genis Mourão
Editores da intervenção: Alfredo Manevy e Manoel Rangel
Editor de Arte: Maurício Hirata F.
Editores: Alfredo Manevy, Leandro Saraiva e Newton Cannito
Conselho Editorial: Maria Dora Genis Mourão, Alfredo Manevy, Leandro Saraiva, Newton Cannito, Maurício Hirata F., Manoel Rangel, Mauro Baptista e Rubens Machado.
Ilustrações: Alexandre Carvalho
Revisão: Mônica Carvalhal Alderthum
Colaboradores: Ignácio de Loyola Brandão, Gustavo Dahl, Nelson Hoineff, Leopoldo Nunes, João Lanari, Mariza Leão, Fernando Bonassi, Giba Assis Brasil.
Projeto Gráfico: Officinae Design
Agradecimento Especial: Spensy Pimentel, por ter dado a idéia desta intervenção.
Agradecimentos: Celso Alencar, Rodolfo Figueiredo, Carlos Augusto Calil, André Gatti, Fernando Bonassi, Gustavo Dahl, Nelson Hoineff, Ignácio Loyola Brandão, André Saddy, Ricardo Kovaric, Gabriel Priolli, Mariane Ewbar, Leopoldo Nunes, Luciana Lopes, Marina Person, Carolina Andrade, Elke Mendonça, Mônica Alderthum, Raquel Monteiro, Giba Assis Brasil, SESI, Canal Brasil, MTV, Carta Capital, O Estado São Paulo, TV PUC, Revista Tela Viva, Secretária Municipal de Cultura.

EDITORIAL

- 01 São Paulo, Cidade Aberta ou a Torre de Babel

CRÔNICA

- 02 São Paulo abre suas coxas para o cineasta ousado
por Ignácio de Loyola Brandão

A CIDADE E SUA IMAGEM

- 06 Cinco variações sobre o tema dado
por Gustavo Dahl
- 08 Entrevista com o Sec. da Cultura de São Paulo, Marco Aurélio Garcia
por Alfredo Manevy e Manoel Rangel
- 11 Monopólio(s) do imaginário
por Nelson Hoineff
- 13 Entrevista com Carlos Augusto Calil
por Alfredo Manevy

- 20 Receita de Política Cultural
por Giba Assis Brasil
- 23 Cinema e Cidade: alternativas para reconstrução
por Alfredo Manevy, Manoel Rangel, Leopoldo Nunes e Maurício Hirata
- 26 Entrevista com André Gatti
por Alfredo Manevy

OUTRAS IMAGENS, OUTRAS POLÍTICAS

- 28 Entrevista com Octavio Getino
por Rodolfo Figueiredo e Alfredo Manevy
- 33 O dinheiro do estado e a produção cinematográfica na França
por João Lanari

ÍNDICE

REVISÃO

- 36 RIOFILME: uma andorinha só não faz verão
por Mariza Leão

CRÔNICA

- 40 Cinco Cenas Paulistanas
por Fernando Bonassi



Reitor: Jacques Marcovitch Vice-Reitor: Adolpho José Melfi Pró-Reitor de Cultura e Extensão Universitária: Adilson Avansi de Abreu Coordenadora Geral do CINUSP e Responsável pela Programação: Maria Dora Genis Mourão Coordenador de Atividades do CINUSP: Eduardo Alves Secretária: Maria José C. Ipólito Projeccionista: Peter Aparecido Pinilha Estagiários Leandro Rocha Saraiva e Newton Guimarães Cannito

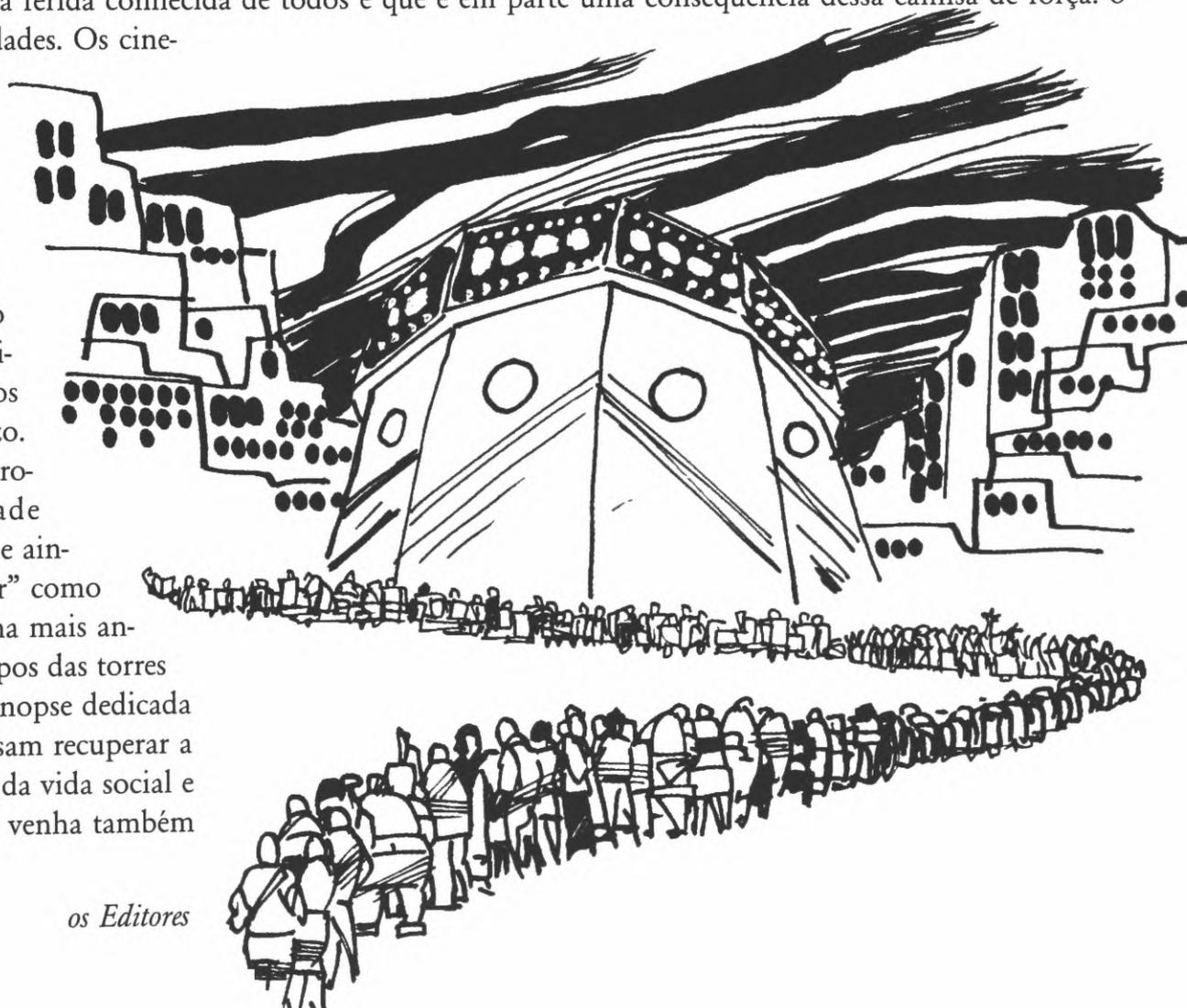
SÃO PAULO, CIDADE ABERTA OU A TORRE DE BABEL

A primeira intervenção feita por Sinopse propunha no Festival de Brasília de 1999 uma defesa do filme de baixo orçamento. Era uma época de dúvidas, onde muitos torciam o nariz só de ouvir falar em barateamento da produção, dogma 95, etc... Original ou não a proposta, o fato é que o ano de 2000 foi marcado por uma absorção da idéia entre quase todas as gerações de cineasta brasileiros, o que para nós é motivo de regozijo.

Esta segunda intervenção é certamente menos propositiva que a anterior, mas esperamos que não menos sedutora. Propomos antes um recorte que uma solução à curto prazo. À nível federal, apesar de algumas propostas que circulam e da ação do Gedic, cujo resultado é até agora uma incógnita, a política permanece a mesma desde o início das leis de incentivo em 1992. Seus resultados são consensualmente contracionistas. De modo que pensar políticas públicas municipais não é obviamente uma solução para o cinema brasileiro, mas antes de tudo uma oxigenação política para a camisa de força da política federal. É na cidade que se faz o corpo a corpo da política, dos acertos e alianças que podem resultar numa política audiovisual que sociabilize, dê mais acesso à exibição e à produção de imagens pelos próprios cidadão. Um terreno ainda válido de disputa. É nas cidades que vivem as pessoas, e é nela que se fazem os filmes. Utopias? Claro que sim. A cidade e o cinema são o espaço das utopias, sejam elas válidas ou requentadas, imagens autênticas, ou simulacros frutos de monopólios de produção audiovisual, como aponta o artigo de Nelson Hoineff.

Aproveitamos e cutucamos nesta edição uma ferida conhecida de todos e que é em parte uma consequência dessa camisa de força: o cinema brasileiro é pouco reconciliado com as cidades. Os cineastas não perdoaram a complexificação rápida da cidade, a morte das utopias fáceis sem sobre-aviso. Ressentiram-se na ficção mais tímida. Se nasceram juntos, cidade e cinema, como lembra o ensaio de Gustavo Dahl, no Brasil os cineastas não acompanharam a velocidade da cidade. Compreensível, pois quase ninguém o fez. Para Ignácio de Loyola, a cidade é ninfomaniaca, quer que muitos a penetrem. A cidade mudou. E onde estavam os cineastas? Que corram, rápido, detrás do prejuízo. Enquanto ainda não constróem em São Paulo a prometida torre futurista no protótipo "Blade Runner," que os produtores pesquisem a cidade que ainda se dá a ver, pois "parecer já é caminho para ser" como lembra Dahl. A torre é arquitetonicamente a forma mais antiga de poder. Que os cineastas não fiquem nos topos das torres de patrocínio, e que voltem às ruas. Esta é uma Sinopse dedicada a todas as metrópoles que, como São Paulo, precisam recuperar a produção de imagens como meio potencializador da vida social e comunitária, passo fundamental para que um dia venha também a ser uma economia.

os Editores



São Paulo abre suas coxas

por Ignácio de Loyola Brandão*

Um helicóptero sobrevoa a cidade que amanece, meio encoberta por uma nuvem de poluição. Não, não é *A Doce Vida*, mas bem poderia ser, a cidade merece/precisa de um/cem filmes como o de Fellini, ninguém ainda se aventurou. Um dia/muitos dias na cidade 2001.

Fila de aposentados para receber salário no banco.

Fila de mães na porta de uma escola que anuncia abertura de matrículas. Estão sentadas na sarjeta, em cadeiras, enroladas em cobertores, dormitando.

Prédio com estrutura de ferro sendo erguido.

Mansão sendo demolida.

Detentos se rebelam no Carandiru, PM do Choque aguarda para entrar.

Tenistas jogam no Paulistano, no Pinheiros, na Hebraica, no Tietê.

A menina que ganha 10 reais por dia agitando bandeiras de um político tira o celular do bolso e conversa.

Na rua Oscar Freire, a socialite, conduzida pelo motorista, conversa ao celular.

Fila para entrar na Mostra do Redescobrimento.

Manobristas recebem carrões nas portas de restaurantes, boates, clubes.

Vendedores de cruzamento oferecem flores, antenas, porta-celulares, ferramentas, bonecas, preservativos, cremes de bronzear, água mineral.

Mão com a arma na janela do carro no cruzamento.

Adolescentes de skates, manobrando perigosamente entre veículos, descem ladeira asfaltada.

Outdoors mostram a última garota sexy de *Playboy*. Nua.

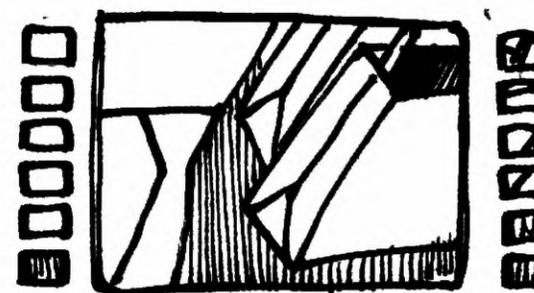
Um corpo bóia no Tietê. Urubus rondam.

Ray Charles canta no Ibirapuera para 150 mil.

Equipe de TV entrevista executivo na entrada de sua empresa.

Manifestantes diante da Bolsa protestam contra privatizações.

Motoboy nervoso costuram em meio ao trânsito quebrando retrovisores.



S para o cineasta ousado

Terminal rodoviário superlotado, pessoas se amontoam com malas, maletas, sacos. Jovens de mochilas às costas.



Prato sendo pesado no restaurante a quilo.

Padre Marcelo canta e dança com suas orelhas de abano para multidão de 500 mil. Fiéis choram. Rezam. Agitam os braços. Riem. Gritam

Pastores exorcizam o mal pela televisão.

TV a cabo. Shop Tour. Shop Time. Compre, comprem, comprem.

Nas vitrines: Sales, Sales, Promotion, Off.

Pênalti vai ser batido no campo de várzea.

Briga de rua, gritos. Terrenos baldios, mar de telhados de zinco e Eternit da periferia.

Roupas para secar nas janelas de apartamentos no centro velho da cidade

A cor ocre que tem São Paulo do alto, vinda das paredes sem acabamento, sem reboco. O deserto, a ausência de verde.

Esgotos correndo pelo meio das ruas sem calçamento. Água podre descendo para os mananciais que alimentam as represas.

Gisele Bündchen desfila nas passarelas do São Paulo Fashion Week.

Garotos se depilam nos institutos, a última moda é corpo sem pêlos.

Homens e mulheres, jovens e crianças malham, malham nas academias, pesos sobem e descem, pés pedalam, olhos ansiosos nos relógios controladores de pressão, batidas cardíacas.

Operário manobra britadeira no asfalto.

Roda de um carro cai no buraco do asfalto.

Crianças e cachorros se misturam no banco traseiro de um carro. Uma babá bem vestida no banco da frente. Janelas fechadas.

Todas as janelas de todos os carros estão fechadas, pessoas suam no interior.

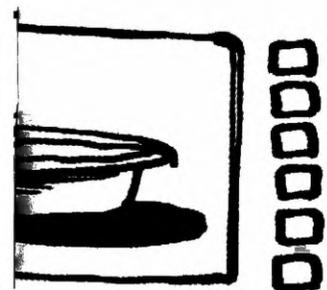
Nas farmácias, prateleiras colossais ostentam vitaminas americanas, vitamina A, B, C, D, E, Z, todas, pílulas contra estresse, depressão, impotência.

Receitas de Prozac sendo aviadas. Receitas de medicamentos para emagrecimento.

Metrô chegando na Sé, o aperto, sufoco, malandros encoxando moças, corpos suados, corpos cansados, gente dormindo.

Caetano Veloso canta para 150 mil no Parque do Ibirapuera.

Corinthians entrando em campo. Chaminés



das churrascarias rodízio. Feiras, bancas de pastel, caldo de cana, mate.

Van nas esquinas vendem X-burg. Cartaz: REFRI a 1 real. Palavras que surgem. Pizza. Pizza delivery. Pizza rodízio. Pizza de banana. Pão de queijo.

Aviões subindo em Congonhas. Ponte Aérea. Filas de passageiros. Celulares acionados.

Outdoors anunciam cervejas. Loiras, bundudas, peitudas, coxudas nos convidam a tomar cerveja. Cachorros abanando os rabos também.

As imagens se sucedem.

Se multiplicam. São Paulo não tem unidade, nem ponto de referência. Viver nela é viver dentro de um videoclipe alucinante. Cada imagem é uma/20 histórias. Cada imagem pode envolver/criar um, dois, 20 personagens. Onde estão os roteiristas que buscam essas histórias por trás do que o cotidiano oferta com generosidade? Em São Paulo não é preciso imaginação, basta um razoável talento de observação. Ter os olhos abertos, a sensibilidade aguçada.

Andar, andar, andar. Olho-câmera. Voltamos aos princípios de Dziga Vertov, que todos pensam ser tão antigo.

A cidade provoca, penetra, nos excita. Onde estão os cineastas que fizeram ficção/documentário do Carandiru? (Quantos filmes americanos vimos sobre San Quentin, Alcatraz, Sing Sing? Centenas. O cinema americano aproveitou o jornal, a literatura, o olhar agudo e, bem ou mal, transformou tudo em filme, e a imagem do país se moldou por meio do cinema). E São Paulo que nos sufoca com imagens e situações?

Tão poucos os nossos cineastas que se ocuparam do urbano, do paulistano, da paulistanice, do paulistanês. Um chopes, um pastéis. Um póça. Quantos personagens tomam café na padaria, essa instituição? Quantos amores, temores, transas aconteceram no Parque do Ibirapuera, no Parque do Carmo, no Parque Villa-Lobos? O motoboy maníaco nunca mereceu um filme? Em outras décadas, Promessinha, o bandido, se tornou o filme *Cidade Ameaçada*, um sucesso, um cinema com a cara da cidade. E *O Bandido da Luz Vermelha* não se tornou um clássico. Sganzerla penetrou a cidade com sua câmera, sua divina loucura. Só Candeias se aventurou no Tietê com *A Margem?*

Cidade quase virginal em cinema. Sacanagens e ternuras, agressões e beijos, Bufonismo, histrionismo, patetismo, comédia, tragédia, conflito, risos, tecnologia e primitivismo para a câmera desfrutar, sugar, recolher, retirar. Quem aperta o start?

Publicidade imobiliária em jornais. Meninas agitam bandeirantes oferecendo flats, condomínios, suítes, são as imobiliêtes.

Casas populares, Cingapuras. Bocas lambendo sorvetes.

Mulheres nas piscinas do Paulistano ou do Sesc, do Corinthians. Garotos se jogando em águas poluídas de lagoas. Praticando rapel nos viadutos, escalando fachadas de prédios.

Barcos na represa Billings, em Guarapiranga. Jet skis. Lanchas puxando esquiadores. Carros blindados com vidro fumê. Casas atrás de grades. Bares atrás de grades, jaulas. Grades, jaulas, grades.

Um refletor poderoso acende na entrada da

garagem de um prédio de luxo iluminando carrão que entra.

Deficiente físico subindo num ônibus.

Cartazes de cinemas bregas, vazios. Cinemas pornô, teatro de sexo explícito, uma mulher coxuda e bunduda e um cara com um pau descomunal fingem orgasmos.

Mulheres comungando.

Meninas brincam com Barbies deslumbrantes em quartos fechados por grades.

Gente, à noite, distribuindo comida e cobertores aos sem-teto debaixo dos viadutos, deitados nas calçadas, sob as marquises.

Anúncios luminosos, eletrônicos, imagens velozes, loucas, super-coloridas confundem a vista, oferecendo produtos e produtos e produtos. Qual era o produto mesmo?

Nas calçadas, bancas de CDs pirateados, vídeos pirateados. Camelôs, camelôs até onde a vista alcança. Suas bancas são muralhas.

Torcidas de futebol brigando, um torcedor sendo massacrado, jogadores em campo peitam um juiz que se afasta com o cartão vermelho nas mãos.

Orquestra Sinfônica toca no Ibirapuera para 150 mil.

Ritmo veloz, edição acelerada. Chuvas. Ruas inundadas, casas inundadas, carros boiando, pessoas se agarrando aos postes, sendo salvas, criança afogada, mães gritando. Um casal se beija numa esquina. Uma boca sem dentes gargalha. Mulheres maravilhosas sorriem anunci-

ando produtos. Qual produto mesmo? Agências de carros importados. Seguranças armados na porta. Bancas de frutas, de legumes, de verduras no Ceagesp. Flores do Arouche, da Doutor Arnaldo. Trens de subúrbio lotados, vitrines de lojas de R\$ 1,99. O casal trepa num beiral escondido.

Sucessão de letreiros de bancos. Citi, Boston, London, Sumitomo, Banespa, Bradesco, Itaú. Computador piscando. Mouses acionados. Dinheiro sendo sacado de caixas eletrônicos, cartões de crédito sendo passados em maquinetas. Sebos de livros. Máquinas de churrasco grego rodando. Televisão de cachorro exibindo frangos dourados. Masp, MAM, Pinacoteca. Igreja de São Cristóvão, filas de motoristas para receber a bênção do santo. Fábrica de ladrilhos hidráulicos perto da Luz, operários cobertos de pó de cimento, como um povo medieval.

Caminhões sendo carregados no Mercado Central. Casamento de Fábio Júnior e Patrícia de Sabrit. Convidados chiques/bregas. Terrenos cheios de sucata. Hebe Camargo entrevistando a miss que fez dezenove plásticas. Silvio Santos jogando dinheiro como aviõezinhos.

Homens cansados puxando carrinhos de mão pesados, carregados com ferro-velho, com jornais e garrafas. Casas de autopeças na Duque de Caxias. Lojas de lustres na Consolação. Aluguel de fraques, vestidos de noiva, smokings. Fotógrafos clicando manequins anoréxicas no meio da rua.

Lixeiros correndo e atirando sacos plásticos para dentro dos caminhões, na madrugada. Na Bolsa de Valores, os corretores, histéricos, gritam e agitam, compram e vendem.

Marginais lotadas. Congestionamentos na Paulista, na Avenida Brasil, na 23 de Maio, em toda parte. Um homem fuma o charuto e solta baforadas pela janela. Um carro com seguranças atrás de um Mercedes Benz negro. Celulares nervosos, celulares nas mãos do rico, do médio, do remediado, do favelado, do cambista do bicho, do traficante. Cracolândia. Garotos de ares esgazeados fumando.

Caminhões, caminhões, muralhas de caminhões.

Guindastes de construções.

Sessão espírita, procissão católica, sermão da igreja Universal. Estacionamentos lotados. Trólebus anacrônicos. Fura-filas. Corredores de ônibus. Free shop lotado, carrinhos de passageiros em fila. Sacolões, supermercados, hipermercados. Flanelinhas atacam. Rota passando.

Anjos de pedra nos túmulos dos cemitérios. Programa do Ratinho/ratão, da Ana Maria Braga/Praga, da Luciana Gimenez, do Gugu.

Um cardápio de restaurante francês.

Lojas de decoradores mostrando sofás de preços astronômicos, mesas com preços astronômicos, cortinas, colunas, objetos inúteis, lustres art déco, luminárias/preços astronômicos.

Lotérica, mega sena, super sena, quina, Baú da Felicidade, Show do Milhão. Olhares esperançosos, Porta da esperança (nenhum cineasta passou por ela), Namoro na Têvê, cambistas nas portas dos teatros, dos estádios. Gente deitada em gramados. A paz do final de semana. O céu estrelado.

Feira da Praça Benedito Calixto, do Masp, do Bixiga, da Liberdade. O design de hoje é a antiguidade de amanhã. Um uísque. Um alemão vociferando. A máfia chinesa executando. O forró (pode ser ao som de Elba ou Dominginhos) fervendo às três da manhã. Ecstasy, Red Bull. Orelhões sendo depredados.

Uma cortina agitando suave na brisa da madrugada. O sol nascendo. Ruas desertas. Um carro de polícia, policiais sonolentos dentro. Silêncio sobre a cidade que acorda.

Uma loira, quarentona de olhar cansado dormita esperando o sinal abrir. Filas de operários entrando nas fábricas. Gente comprando pão e leite nas padarias, tomando café, média. O jornaleiro recebe repartes do dia. Uma rave ferve. Um helicóptero ronda os céus transmitindo o tempo para hoje. Outro helicóptero fala do trânsito. Luzes de rua se apagam. Travestis cansados encostam-se nas paredes grafitadas. Televisões iniciam os jornais da manhã. Prostitutas velhas entram em portas apodrecidas, janelas se fecham, cachorros latem. Sinos. A rave continua a ferver, uma latinha de Red Bull é entornada goela abaixo.

São Paulo espera o seu cinema. Quer os seus cineastas. Abre seus temas. Cidade semi-virgem, só deixou colocar nas coxas, até agora. Ninfomaníaca quer que muitos a penetrem. Suporta, precisa.

**Ignácio de Loyola Brandão, 64 anos, escritor e jornalista, tem toda sua literatura urbana baseada em São Paulo. Autor de 21 livros, o mais recente é O Homem que Odiava a Segunda-Feira. Foi crítico de cinema do jornal Última Hora, desistiu.*

Por Gustavo Dahl*

1. Na história da formação da cidade, a *polis* grega, há um momento fascinante. É quando o mistério, o contato com o transcendente, o divino, o inefável, sai do palácio real e vai para a praça. O templo deixa de ser espaço exclusivo ao qual só o monarca tem acesso, o segredo não é mais uma propriedade. Fora dos muros que o separavam do povo, o templo socializa o mito. A primeira dimensão democrática é metafísica: diante do indizível são todos iguais. Reis, magistrados, filósofos, guerreiros, poetas, mulheres e até escravos. Orações, rituais, invocações, oferendas, profecias constituem aquela porção indispensável de esperança, sem a qual este intervalo infinito entre a vida e a morte se torna insuportável. O contato com o indizível não é um fenômeno de classe. Cristo explica.

Se André Bazin, na primeira de suas grandes *boutades*, pôde distinguir nas técnicas de mumificação do antigo Egito a origem da imagem fotográfica, é possível imaginar nos rituais religiosos da jovem Grécia, a origem do cinema. As celebrações dionisíacas, êxtase e transgressão, ausência de limites entre o sagrado e o profano geram o teatro, que fixado pela imagem em movimento e visitado pelo romance, vira filme. Necessidade humana, demasiadamente humana, de ligar-se a uma vida maior que a própria vida. Enfim, o cinema.

2. Não há precedente de concentração de seres humanos em escala tão grande como acontece hoje nas grandes cidades. São

Paulo, Nova Iorque, Tóquio, Cidade do México, Buenos Aires, Paris, Londres. Milhões e milhões de homens e mulheres vivendo juntos, sem saber no que vai dar. Um voo cego, (in)experiência. Tenochtitlan ou Roma devem ter sido, em seu momento, gigantescas. Nada que supere, porém, este fenômeno desconhecido, inédito, de conseqüências imprevisíveis: a grande cidade. A inconsciência de lançar-se, assim, desprevenido, a um tipo de organização social do qual não há memória foi punida com a violência previsível. No famoso experimento de laboratório em que os ratos se multiplicavam indefinidamente – um clichê – a superpopulação gerava agressividade crescente na disputa por fêmeas e comida. O poder. A multidão é sempre feroz. Recentes pesquisas acabam de demonstrar, porém, que os ratos também sonham. E como nós, devem sonhar desejos e temores. No inferno/paraíso da megalópolis até eles se permitem o acesso desregulado ao imaginário, ao inconsciente. Mecanismo de compensação, de desrecalque. O cinema, enfim.

3. Em sessenta anos, tempo de vida de minha geração, inverteu-se no Brasil a relação entre a população urbana e a rural. Em 1940, oito em dez pessoas moravam no campo. Como diz Cacá, a cidade era o paraíso e o campo, a provação. Exatamente o contrário do que acontece agora, todos querendo fugir para uma chácara, como já fazia a aristocracia romana quando se aborrecia ou caía em desgraça. Darcy Ribeiro sustentava que esta inversão dramática trouxe para a cidade

multidões tecnicamente despreparadas para a vida urbana. Sua habilitação era rural e não encontraram nas cidades um aparelho educacional que lhes servisse de ponte entre as duas culturas. Nos últimos trinta anos aumentou o tempo de estudo de brancos e negros, mas a diferença de escolaridade entre uns e outros se manteve a mesma. Deu no que deu, uma periferia miserável agoura os bairros onde se concentram o verde e a renda. Na falta de justiça social, a desconcentração compulsória se dá por meio de furtos, assaltos, assassinatos e tráfico de drogas. Drogas que, aliás, ocupam o lugar do cinema. Sobretudo o álcool: sem saber o que fazer, na falta de lazer, vai-se ao boteco. Para depois comprar por cinco ou dez *real*, uma trouxinha de pó branco com resquícios de cocaína. Existe, deu no jornal, em algum canto perdido de favela paulistana, um cinema com paredes feitas daquele mesmo plástico preto de que se servem os sem-terra para montar seus acampamentos. Sala escura, banco duro. Seu animador, caixa e projetorista, cobra um real para ver um filme em vídeo, projetado. Vive cheio. Quando passou *Titanic* cobrou R\$1,50. O cinema, enfim, para todos.

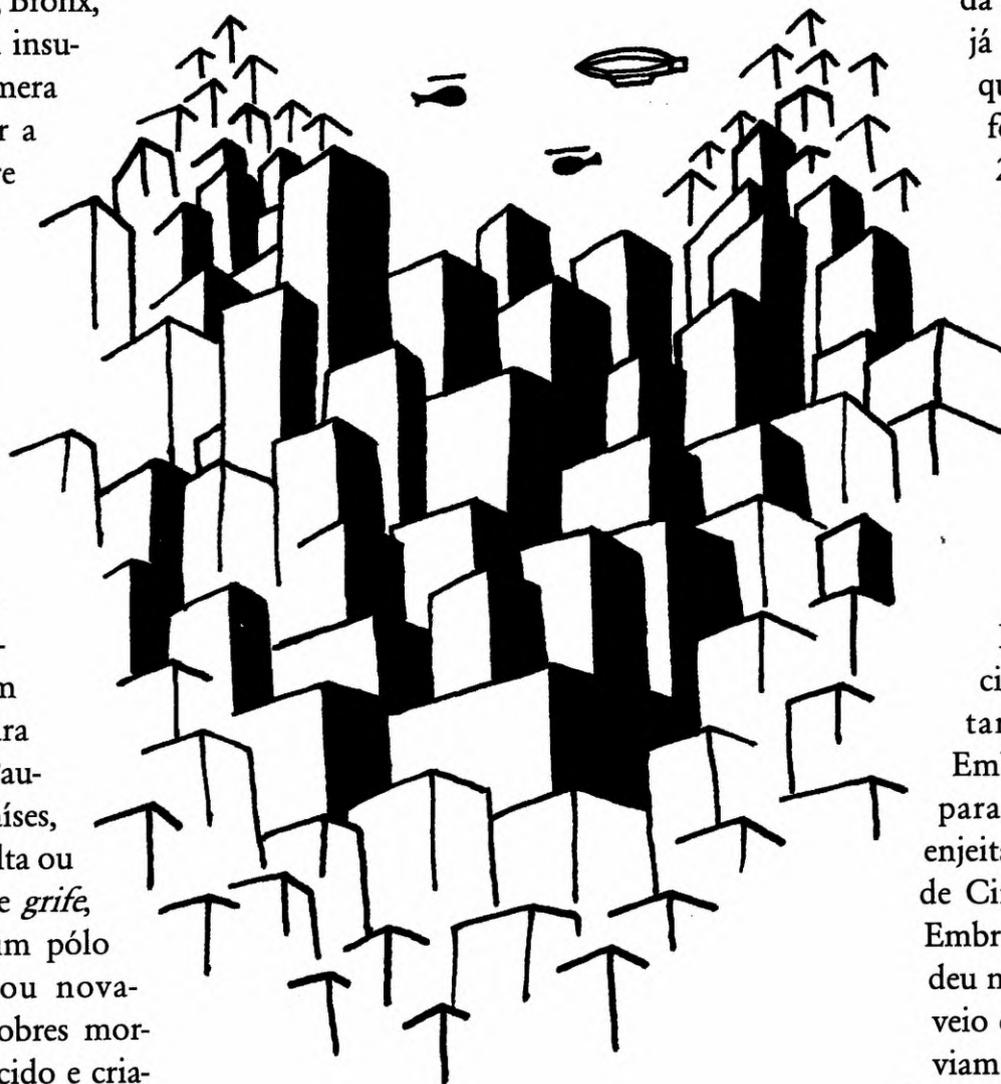
4. Cidade e cinema não viveriam um sem o outro. A invenção sem futuro e os arranha-céus do futuro nasceram um século atrás, praticamente juntos. O cinema era a viagem antes das viagens. Por ele reconstruímos em nossa memória as cidades imaginadas. Nova Iorque/Griffith, Paris/Feuillade,

Roma/Rossellini, Londres/Hitchcock 1ª fase. As cidades se refaziam através dos filmes, mito gerando mais mito. Chicago será para sempre a moradia de *Scarface*. Na década de 70, *all over the world*, não se encontrava nova-iorquino que não tivesse obsessivamente um só discurso: o horror de viver na ilha de Manhattan e adjacências. Brooklin, Bronx, Queens, a tensão social se tornara insuportável. Qualquer semelhança é mera coincidência. No esforço de curar a cidade, capital do mundo, entre outras medidas, flexibilizaram-se as permissões de filmagem. O uso da imagem enquanto ferramenta de restauração. Depois da denúncia, a celebração, da qual Woody Allen é o maior arauto. A versão não extingue o fato, mas parecer já é um caminho para ser.

Cidade-estado são as metrópoles hodiernas, não as medievais. Tanto é verdade que terminam invadindo as regiões vizinhas para se transformarem na Grande São Paulo, Grande Rio, etc. E como os países, a cidade-estado tem auto-estima, alta ou baixa. É mais que uma questão de *grife*, *design*, marca ou moda. Ela é um pólo cultural: o nativo parisiense ou nova-iorquino sente-se superior aos pobres mortais de passagem por ter sido nascido e criado naquele caldo de cultura, fluxo superior de informação. No Café de Flore, Sartre fumava e escrevia, no bar do Warwick Hotel, Humphrey Bogart corria atrás daquelas duas ou três doses por cuja privação o mundo se atrasava. Praça da Bastilha, Revolução Francesa. Wall Street, crise mundial de 29. Gente fina é outra coisa, se embebedando, falindo ou cortando cabeças. Somos o que somos

mais os signos que acumulamos. São Paulo nunca será a mesma depois da poesia concreta, das bienais, de *Sampa* e do neon-realismo. Mais uma vez, enfim, o cinema...

5. A prefeitura de São Paulo tem uma



responsabilidade histórica na cena política, como diria Manoel Rangel, do cinema brasileiro. No final dos anos 50, a criação do Prêmio Adicional de Renda do Município de São Paulo, destinado a filmes brasileiros, introduzia entre nós o conceito de suplementação de mercado. É válido até hoje. Nasceu de uma campanha que reuniu o pró-

americano Flávio Tambellini ao franco brasileiro Paulo Emílio Salles Gomes. Por meio deles, tanto Assis Chateaubriand quanto os Mesquita, arquiinimigos, subitamente se viram participando desta frente ampla. Depois veio o Prêmio Saci, a Comissão Estadual de Cinema, e em 61, o Grupo Executivo da Indústria Cinematográfica. Jânio já tinha renunciado? Pedro Lima, que com Adhemar Gonzaga havia feito a revista *Cinearte*, nos anos 20, dirigia então o Instituto Nacional de Cinema Educativo. O INCE, sobrevivência dos tempos de Roquette Pinto, que desde o advento do rádio achava que os meios de comunicação tinham um papel a jogar no desenvolvimento brasileiro. Por conta da movimentação política cinematográfica vinda de São Paulo, perdeu o "E" e virou o INC, com Tambellini na presidência e Jacques Deheinzelin na secretaria-executiva. Dele brotaria a Embrafilme, que depois o engoliu, para parir, em seguida, um pouco enfeitadamente, o Conselho Nacional de Cinema. Roberto Farias foi para a Embrafilme, fez-se uma distribuidora e deu no que deu. No duro, de fato, tudo veio da Rua Sete de Abril, onde conviavam os Diários Associados, o barzinho do Museu de Arte Moderna, o Museu de Arte de São Paulo e a Cinemateca Brasileira, que em 58, aliás, pegou fogo.

Com a palavra a Senhora Prefeita...

*Gustavo Dahl é presidente do III Congresso Brasileiro de Cinema.

Desafios para ampliação do público

entrevista com o Sec. da Cultura de SP, Marco Aurélio Garcia

Na entrevista abaixo, o novo secretário da cultura, que também é professor de História da Unicamp e Cientista Político, conversa sobre suas primeiras iniciativas na área audiovisual. A prioridade, segundo o secretário, é a formação de novos públicos para o cinema. Este foi o tema central da conversa com a equipe de Sinopse.

Sinopse: *Em artigo recente, publicado no Estado de São Paulo, o sr. enfatizou como linha mestra da política a ser adotada em São Paulo o acesso aos bens culturais. Nos parece que ao seu ver, tal política substituiria outra, a de um certo “produtivismo” que não enfrentou o abismo social da cidade, que manteve grande parte da população apartada da produção cultural. Como você pretende lidar com esse problema a nível municipal?*

Marco Aurélio: Eu não disse mais acesso e menos produção. Eu disse socialização dos bens culturais, e valorização daquilo que eu chamo de produção oculta. É evidente que no caso do audiovisual é preciso relativizar o conceito de produção oculta. A produção audiovisual é mais complexa em razão de toda a mediação técnica que ela requer, mesmo com a possibilidade do vídeo. De certa forma é mais fácil você montar uma peça teatral que produzir um curta. Então eu não me oponho a tratar de produção. Nós vamos investir nas duas coisas. No caso do cinema, o investimento na socialização será mais amplo que na produção. Por que de certa forma tornar o cinema acessível a mais gente é mais fácil de fazer.

Sinopse: *Que instrumentos a secretaria pensa em utilizar para ampliar o acesso ao cinema?*

M. A: Pretendemos utilizar os cinemas existentes e levar a eles um novo público. Temos um projeto que é um grande investimento em Escolas, nos cursos de sétima e oitava série, para levar os alunos a salas de cinema. Queremos fazer isso com a Cinemateca e com o Centro Cultural. Durante dez semanas, eles

“No caso do cinema, o investimento na socialização será mais amplo do que na produção.”

terão contato com jóias do cinema nacional, com um monitor que analise o filme e organize o debate depois. Significa tirar as pessoas de suas casas e suas escolas, e fazer com que elas se acostumem com o escurinho do cinema, que muitos não conhecem mais. Enfim, que eles tenham uma experiência cultural que a televisão não proporciona em si.

Com estes jovens voltando após dez semanas podemos pensar em viabilizar um clu-

be de cinema nas escolas, de forma que eles continuem a experiência. De preferência com o mesmo monitor, que irá ajudar a organizar. Aí, cada clube descobrirá sua vocação: se quer tomar contato com uma história do cinema universal, com os musicais, gênero absolutamente fascinante, etc... O impacto disso é formar um público de cinema diferente. Em que sentido? As estatísticas vem mostrando que o público caiu drasticamente. 70% dos brasileiros não vão ao cinema. Cada ponto que você aumentar aí, são mais 1.700.000 pessoas. O impacto para a produção brasileira é estratégico. Não haverá produção cinematográfica brasileira se não houver público. Esta é uma contribuição que pode ser feita à nível municipal, articulada à tese sistêmica de sociabilização de bens culturais. Significa uma alteração não apenas de ordem quantitativa, mas também de ordem qualitativa.

Sinopse: *Constatamos uma ausência de alfabetização audiovisual. A cultura da imagem na escola não é tratada como a cultura literária, com a qual o aluno tem contato crítico permanente. O aluno pode saber escrever, mas não conhece a “escrita” audiovisual.*

M. A: O aluno não sabe escrever. Eu me insurjo contra a substituição da escrita pelo audiovisual. Uma não preenche o lugar da outra. Elas têm funções completamente distintas. A cultura audiovisual é confundida com a cultura facilitária. Não é, o cinema é uma coisa altamente elaborada.

Sinopse: *Mas o refinamento de análise, que trate o cinema como algo elaborado, é algo que não se vê nos professores que eventualmente usam o cinema como instrumental. Esse refinamento só se vê na Universidade em poucos professores. De onde virão os quadros para exercer essa função formadora de público nas escolas, entendida como capacidade crítica e ampliação de repertório?*

M.A.: Eu quero fazer um programa para que dez mil jovens possam montar seus cineclubes. Mas mesmo na utilização instrumental você suscita a formação audiovisual. Você pega a “A Grande Ilusão” ou “Glória Feita de Sangue”, eles te ajudam a esclarecer problemas relativos a primeira guerra mundial. Você mostra como o cinema não é só o enredo. Não é preciso ser um grande crítico para perceber que o travelling é uma questão moral, como dizia Rivette.

Sinopse: *Mas os resultados são igualmente parcos em literatura e audiovisual.*

M.A: Hoje há um esgotamento formal em todas as artes. Houve um momento na história do cinema em que surgiram movimentos. Eu revi recentemente “Os Primos”, do Chabrol, um filme ingênuo mas que acoplava à utilização do jazz típica da Nouvelle Vague, um certo refinamento da imagem, retrabalhando o tema de Tristão e Isolda.

Poucos hoje contam uma história como os filmes de Truffaut. Mesmo que você não tenha uma grande cultura, o filme te ganha por envolvimento. Não é ocasional que um número expressivo de políticos tenham surgido de cineclubes. O cinema era uma janela para o mundo. Esse movimento do cinema abria novas janelas...

Sinopse: *Sim, mas para um público afinado em termos de horizonte estético e político, numa época de ativa presença cineclubística, de revistas, de cultura cinematográfica. Havia, no público, um contrapartida de formação, sem a qual esse cinema não seria possível. Hollywood vivia um crise de modo de produção, estético e ideológico. Nas últimas três décadas, houve uma reconfiguração, esse movimento do cinema internacional perdeu a batalha para uma cultura audiovisual opressiva no tripé televisão, publicidade e cinema. Ao lado, ou acima da formação cinéfila, existe a questão de uma formação crítica diante da cultura hegemônica.*

M. A: Existem duas cinefilias. Os leitores potenciais dos Cahiers du Cinema, pequeno mais significativo. Mas existe outra cinefilia, que é o público que vai ao cinema todos os sábados. Esse público é também cinéfilo a sua maneira. Existem aqueles leitores de Joyce, e aqueles que lêem qualquer coisa. Eu não acho que baste a cinefilia. Uma política cultural em direção ao cinema deveria oferecer ao espectadores potenciais elementos de desconstrução. Que as pessoas possam ir ao cinema sem prejuízo do entretenimento. Que as pessoas possam reconhecer no cinema algo que é vital pra elas. Eu não quero ganhar ninguém para a Nouvelle Vague ou para o cinema americano. O importante é oferecer alternativas,

para que o público perceba que existem outras formas de contar histórias, outras estéticas. Por trás do cinema americano durante um longo tempo havia um projeto de país, um projeto de sociedade. Não que não tenhamos isso hoje. Existem poucos instrumentos como o cinema para conhecermos a política externa americana. Por exemplo, a substituição do perigo comunista pelo narcotráfico. Os inimigos de hoje não são superpotências, mas as ONGs do crime. Eu discuti muito com meus alunos na Unicamp: peguem a série de James Bond. Há um deslocamento que acompanha as mudanças do imaginário político americano. Eu não sou crítico de cinema, estou dando opiniões como alguém que vê da poltrona.

Sinopse: *Nós poderíamos falar que a secretaria se propõe a um esforço de disputa contra-hegemônica no campo cultural?*

M. A: Sem dúvida, mas nós não estamos propondo só uma direção. Nós queremos muitas direções. Nós não temos um público que tenha capacidade de escolha. Se você leva sempre uma pessoa ao McDonalds, no dia que você servir uma coisa diferente ela vai achar um horror. Nós temos uma televisão como nenhuma outra no mundo, mas que escraviza parcelas do público.

Sinopse: *Essa televisão que ocupa 80% dos domicílios, que sem dúvida forma o público nalguma direção, e que é monopolista, não dificulta pensar uma ação restrita à formação de público? O público formado pode eventualmente ter mais escolhas, mas não encontrará escolhas na TV aberta. Que ações podem viabilizar a produção independente para a televisão?*

M. A: É uma questão sobre a qual eu não tenho uma opinião formada. Acho que temos que formar uma televisão de fato pública no Brasil, com controle público. Posso dizer o que eu não quero: uma televisão escrava do Ibope. Eu não saberia dizer se a TV Cultura corresponde ao que nós esperamos de uma Tv pública. Em certos pontos sim, em certos pontos provavelmente não. Eu não gostaria que ela ficasse submetida

aos mecanismos da TV brasileira, que se deixasse formatar por desespero diante do IBOPE. Não creio que seja um problema de patrocínio. Agora, quanto à produção de cinema. Vamos supor que eu tenha que direcionar um verba de 50 milhões e eu escolha fazer filmes. Eu corro o risco de não alterar a situação em um milímetro. Eu entendo que os diretores estejam demandando um milhão, mas o que vai alterar o panorama é uma política sistêmica na área cultural, com um capítulo à parte na área audiovisual. Eu tenho condições de ajudar a criar um novo público para o cinema e eu estou disposto a fazer um amplo debate de idéias. A prefeitura não pode mudar a taxa de câmbio. A política federal pode seguir investindo fortemente na produção. Se a produção não se afirmar como contra-hegemonia, aí é culpa dos realizadores.

Sinopse: *Mas a nível federal é quase impossível uma produção contra-hegemônica a partir das leis de incentivos, que delegam a pauta às mãos de agentes e assessores de marketing de grandes empresas. O modo de produção tende a*

produzir uma estética, digamos, alinhada.

M. A: Eu sou crítico à isso.

“Se eu tivesse oportunidade de cobrar imposto sobre o filme estrangeiro em São Paulo, é o que eu faria.”

Sinopse: *Mas a política cultural feita em São Paulo pode caminhar em direção contrária à essa linha?*

M. A: É aquela história. O papa entrou na guerra. Mas com quantas divi-

sões? Com quantas divisões eu posso entrar na guerra? Eu posso entrar com tropas mingadas. Eu vou tentar interferir na formação do público, mas podemos sim procurar outras formas. Vamos fazer salas com ingressos populares, como Buenos Aires? Soluções assim eu vou ouvir e estudar. Existem certas soluções mágicas que são dispendiosas e não produzem resultados. Eu tenho que evitar grandes experiências que são panacéias. Vou financiar filmes? Se for, serão poucos.

Sinopse: *Nesse sentido, o documentário tem vocação estratégica tanto para a função de revelar e sociabilizar a cidade que os paulistanos não têm acesso, como pelo baixo orçamento que é sua característica predominante.*

M. A: Todas as iniciativas são dispendiosas. Eu quero pegar o dossiê cinema e estudar melhor ponto a ponto. Não é impossível que uma ópera de mediana montagem seja menos dispendiosa que um documentário. Para ela eu tenho capacidade instalada. Por outro lado, é possível que o documentário tenha mais impacto.

Sinopse: *Na história do cinema brasileiro, Rio e São Paulo marcaram protagonismo nas ações políticas. Paradoxalmente, ao contrário do Rio de Janeiro, São Paulo não conseguiu formar uma política mais permanente na área de cinema*

M. A: Vou inverter a pergunta, indo ao ponto central. Vocês acham que o modelo da RioFilme é uma boa solução?

Sinopse: *Nos parece apenas que a prefeitura pode ter meios para pesquisar e conhecer profundamente o mercado paulistano, para pressão ou incentivo sobre as salas de exibição, via IPTU e ISS, que é possível tentar abordar a questão do cinema de forma mais abrangente...*

M. A: Se eu tiver o filme da Xuxa e o filme com menos potencial tudo bem, que aí eu equaciono uma negociação, mas não é isso a realidade. Se eu tivesse oportunidade de cobrar imposto sobre o filme estrangeiro em São Paulo, é o que eu faria. Quantas pessoas vão ao cinema em São Paulo?

Sinopse: *Não existem pesquisas.*

M. A: Logo é preciso fazê-las. Eu estou sensível a estas idéias. E existem outras idéias circulando aí na praça. Tem gente propondo cobrar uma taxa sobre o direito de uso do solo no cabeamento de TV para formação de um fundo de audiovisual. Tem projetos caminhando nessa direção. Eu, com menos de 50 dias de gestão, não quero ficar só planejando e planejando. Quero fazer o que está agora ao meu alcance. Nesse sentido, é que a questão da formação de público é estratégica. Mas estou disposto a ouvir novas idéias.

Monopólio(s) do imaginário

por Nelson Hoineff*

Imagine um lugar desértico numa região remota do centro-oeste americano, com extensão territorial bem menor que a do estado do Rio de Janeiro, para onde, por um curtíssimo período de tempo, algumas centenas de homens migrassem para trabalhar na mineração de ouro e onde, além do minério, nada mais existisse. Ponha esse lugar no final do século 19 e exclua dele qualquer atrativo como paisagem, criação cultural, diversão. Só um punhado de homens, poeira e trabalho.

Pouca coisa poderia ser mais tediosa, certo? Bem, essa é hoje, de longe, a região mais famosa do mundo – seguramente muito mais conhecida do que a mais bela das praias da Riviera, a mais alta das montanhas do Himalaia, o mais efervescente dos centros culturais da Europa. Simplesmente porque a desinteressante história dessa região esquecida por Deus começou a ser contada pelo cinema desde que a lanterna mágica passou a se articular como narrativa – e nunca mais parou.

O *western* construiu a imagem do velho e mau oeste de uma maneira tão sólida que, mais de um século depois, é difícil encontrar uma criança que não saiba qual era a forma de organização urbana de uma cidade composta apenas por uma cadeia, um banco, um *saloon* e um bordel. De que maneira suas portas se abriam ou os cavalos eram amarrados.

O mesmo acontece hoje com Nova York, uma cidade capaz de ser descrita em detalhes por gente que nunca passou por

perto. Cidades, como pessoas, acabam sendo o que delas é construído pela imagem que se vende. Mesmo que os fatos nada tenham a ver com a realidade, já lembrava Nelson Rodrigues, pior para os fatos. Quando a lenda se torna realidade, adverte John Ford, publicamos a lenda.

Os limites entre a lenda e a realidade é que nem sempre são tão fáceis de determinar. Não falta, por exemplo, quem atribua o estado de violência do Rio de Janeiro nos anos 80 a uma simples armadilha da Globo para enfraquecer Brizola. O problema é que tanto a Globo queria enfraquecer o governador quanto os arrastões estavam de fato nas ruas. Algo muito parecido com a luta entre “vitoristas” e “derrotistas” da colônia japonesa no Brasil (que Fernando Moraes descreve em *Corações Sujos*) para determinar se o Japão havia perdido mesmo a guerra ou se tratava-se de propaganda americana.

A maioria de nós sabe que o Japão perdeu a guerra. Mas a verdade é que os dois modelos de televisão que se implantaram em todo o mundo – e muito especialmente no Brasil – desde os anos 60 (a princípio o modelo das redes abertas, depois o das redes por assinatura), favorecem bastante a construção unidirecional da imagem das cidades, às vezes a partir de um mero estereótipo, ou nem disso. O primeiro modelo, das redes abertas, exporta para o resto do país o que é imaginado num único centro produtor; o segundo faz isso para o mundo inteiro.

O agravante, no Brasil, pode ser dividido em duas etapas. Na televisão aberta, o

concentracionismo é tão grande que pode-se dizer que mais de 60% do que o país vê sobre si mesmo é construído num único estúdio. E na televisão por assinatura, como o Brasil não chegou a montar uma rede independente sequer, o país tornou-se importador até da visão externa de si mesmo.

Vi recentemente um documentário sobre carnaval do Rio de Janeiro feito por uma equipe inglesa e veiculado por uma rede americana. Parte do documentário passava-se a poucos metros de minha casa e o que eu via, além de falso, soava atrevido – mesmo porque jamais me passou pela cabeça fazer um programa sobre Londres destinado ao público londrino e, ainda que isso acontecesse, qualquer rede americana tentaria me internar num sanatório quando eu apresentasse o projeto.

Somos importadores de nossa imagem, tanto externa quanto internamente. Há algum tempo, quando vi uma amiga cearense indignada com os primeiros capítulos de *Tropicaliente*, uma novela ambientada nas belas praias do Ceará, não resisti à tentação de fazer um *Documento Especial* – a que chamamos de *Tropicarente* – com uma equipe local. Tratava-se apenas de ir às mesmas locações e deslocar em 180° o eixo da câmera, para enxergar mais realisticamente uma sociedade que naquele momento estava sendo vendida a si mesma através do poderoso filtro da glamurização. Acredito que mais de 90% dos filmes que vi sobre o Ceará ou a Bahia – e 100% da ficção a que assisti em televisão – revelem para o cearense ou o

baiano uma imagem da região construída no Rio de Janeiro ou em São Paulo - e ainda por cima desenhada para atender aos interesses da comercialização do produto.

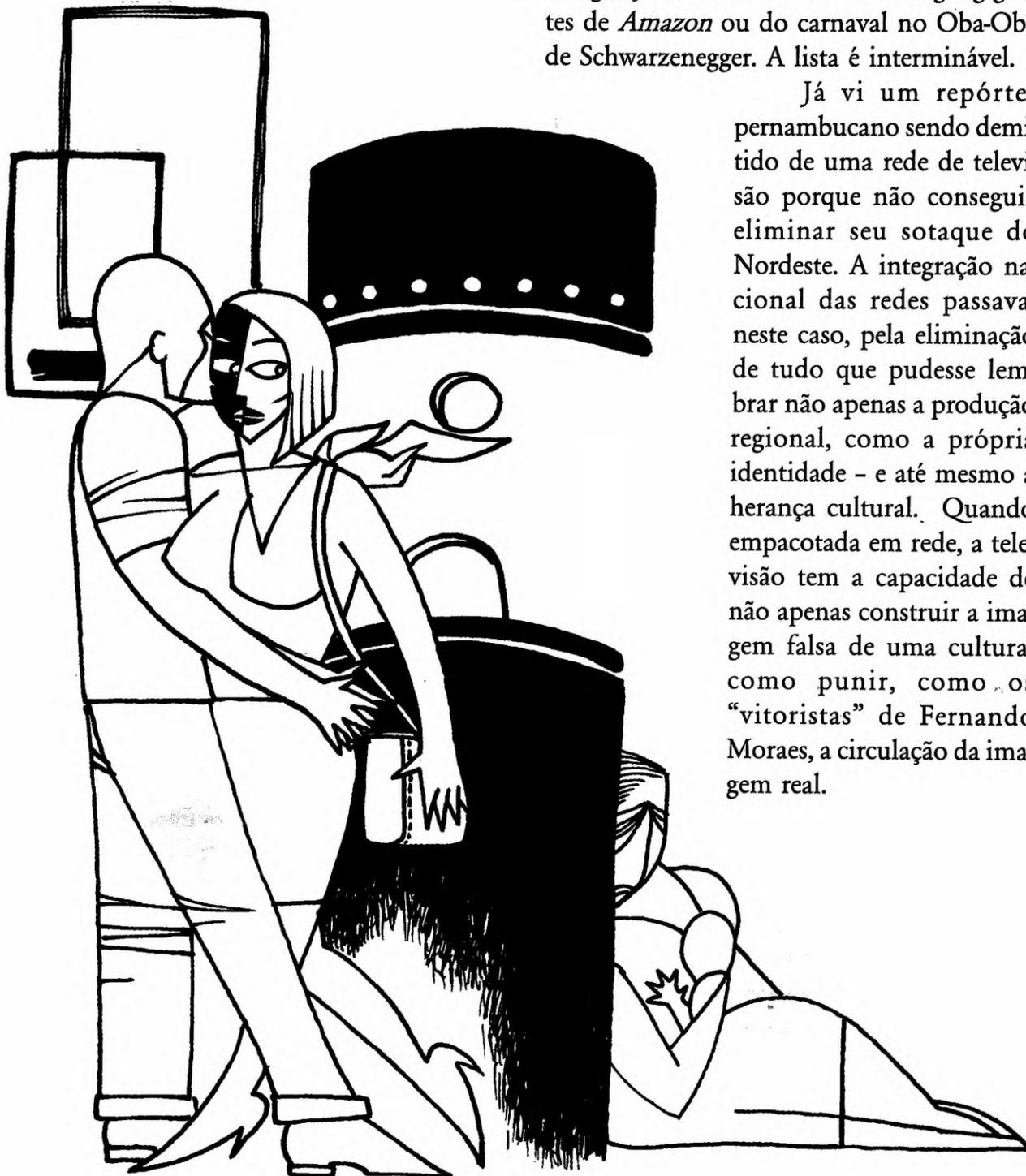
Hollywood, é claro, faz isso há muito tempo. Em *Nancy Goes to Rio*, Jane Powell abre a janela e vê o Pão de Açúcar bem ao

lado do Corcovado; em *Moon Over Parador*, Richard Dreyfuss entra no Teatro Municipal do Rio - e sai no centro de Salvador. Em *Orquídea Selvagem*, Jacqueline Bisset chega no Galeão, passa por Copacabana e também vai parar em Salvador. Em *Moonraker*, Roger Moore sobrevoa a Amazônia e desce em Foz do Iguaçu. Para não falar das formigas-gigantes de *Amazon* ou do carnaval no Oba-Oba de Schwarzenegger. A lista é interminável.

Já vi um repórter pernambucano sendo demitido de uma rede de televisão porque não conseguia eliminar seu sotaque do Nordeste. A integração nacional das redes passava, neste caso, pela eliminação de tudo que pudesse lembrar não apenas a produção regional, como a própria identidade - e até mesmo a herança cultural. Quando empacotada em rede, a televisão tem a capacidade de não apenas construir a imagem falsa de uma cultura, como punir, como os "vitoristas" de Fernando Moraes, a circulação da imagem real.

Isto só é possível porque o modelo brasileiro de formação de redes levou ao extremo do enfraquecimento a produção regional. Por não ter possibilidade de integrar-se às redes, a produção dos estados não tem também como se viabilizar. Patrocinadores ou investidores (valendo-se ou não das leis de incentivo) têm poucas possibilidades de um retorno satisfatório - em decorrência de que os investimentos tendem a permanecer cada vez mais centralizados. O faturamento local das emissoras é prova disso: tipicamente, eles não chegam a 10% do faturamento *net*, no caso das grandes cidades, e oscilam abaixo dos 3 ou 4% nas regiões menores.

Se os investimentos na produção audiovisual são de tal maneira centralizados, é impossível esperar que o ideário nela contido seja diferente. A cidade confunde-se então com o seu simulacro, sem qualquer relação com o seu modelo. Este simulacro, imaginário e real ao mesmo tempo, não representa meramente o apagamento da diferença entre o verdadeiro e o falso, mas exorciza a construção com menor capacidade de se impor. Ou seja: enquanto Londres continuar mostrando o carnaval do Rio aos cariocas, os cariocas vão continuar construindo o Ceará para os cearenses - e ninguém estará construindo uma imagem real nem de um nem de outro.



*Presidente da ABPI-TV (Associação dos Produtores Independentes de TV), crítico de cinema e autor de, entre outros, *TV em Expansão* (1997)

Apontamentos para uma geopolítica municipal

entrevista com Carlos Augusto Calil

por Alfredo Manevy

O trânsito fácil entre estética e estatísticas, realização e produção executiva de documentários, conhecimento histórico e prospecção política, entre os raciocínios público e empresarial completam o perfil necessariamente abrangente de um gestor audiovisual. Carlos Augusto Calil reúne estas habilidades. Foi diretor da Embrafilme (1979-1986) e da Cinemateca Brasileira (1975-1992). Desde 1997 é professor colaborador junto ao Departamento de Cinema, Rádio e Televisão da ECA - Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

Em suas análises, há espaço tanto para a reflexão sobre os rumos do cinema recente, quanto sobre o próprio período em que esteve à frente da Embrafilme. Calil acrescenta à inteligência analítica, certa dose de mordacidade no desenho que faz das diferentes crises, compondo e destinando suas opiniões de forma bem clara e legível, condição para que o debate de idéias não gire em torno de frases feitas ou disposições vagas. Os tópicos aparecem e se desdobram com particular transparência ao longo da entrevista, que foi gentilmente concedida à Sinopse no atarefado período em que Calil assumia a função de direção no Núcleo de Cinema e Vídeo do Centro Cultural São Paulo. Recentemente, ao lado de outros professores da USP, Calil promoveu a junção dos cursos de cinema e TV, no Depto. de Cinema, Rádio e Televisão da ECA/USP. O curso agora é de Audiovisual, com objetivos redefinidos. Calil recentemente editou livros sobre Fellini, Blaise Cendrars, Vinícius de Moraes, entre outros autores. Segue agora a entrevista. Para o leitor, a chance de um raro contato com o repertório de quem reconhece e interpreta, na conjuntura cinematográfica, a difícil organização das múltiplas variáveis em jogo.

Sinopse: *Encarar o audiovisual a partir de uma perspectiva municipal é uma forma relativamente nova de pensar o problema de uma política pública para o setor, surgida após o fim da mais dura política federal, a Embrafilme. Começamos então com um retrospecto da ação do município nos tempos em que o foco da ação era quase que exclusivamente federal.*

Carlos Augusto Calil: Nesse período a que você se refere, a política federal era centralizadora, e a Embrafilme, poderosa. Não falo tanto de dinheiro, até porque ela não tinha mais que dez milhões de dólares por ano, o que é quase simbólico compara-

do com o que o governo gasta com cinema hoje em dia, por intermédio da renúncia fiscal. Me refiro a um poder monopolizador que inibia - e acomodava, quando não dispensava - ações municipais e estaduais. São Paulo, por exemplo, sempre teve uma forte presença política no âmbito municipal e estadual, alcançando efeitos na formação da política federal. Foi da Comissão Municipal de Cinema, criada logo após a falência da Vera Cruz, em 1955, que partiram as iniciativas de política pública que redundaram na criação do Instituto Nacional do Cinema em 1967. Foi sobretudo a ação política e aglutinadora de Flávio Tambellini que rendeu os frutos que até hoje nos assombram. Após a criação da segunda Embrafilme, em

1975, por sugestão dos cineastas ao governo Geisel, mesmo as iniciativas de São Paulo foram inibidas, tornadas secundárias por uma forte concentração no plano federal. As parcerias propostas eram modestas. Alguns convênios para a realização de filmes de curta ou de longa metragens, em Minas Gerais, São Paulo, Rio Grande do Sul ou Rio Grande do Norte. Uma iniciativa simpática foi a a proposta da Embrafilme de criar "Espaços Culturais Cinematográficos" nas capitais e cidades grandes. Eram constituídos de filmotecas, livraria, equipamento de projeção, cinema volante, e quando houve recursos e interesse local, equipamentos de produção. Muitos desses espaços ficaram situados em universidades e centros culturais. Aos Estados e Muni-

“A pulverização de hoje poderia ser um dado de democratização de oportunidades, não fosse mal utilizada. Além disso, em cinema, pulverizar nem sempre é a melhor solução...”

cipios exigia-se uma contrapartida composta de espaço físico, infraestrutura mínima e alguns funcionários. Mas era difícil encontrar parceiros. Quando a Embrafilme decidiu centralizar a produção de filmes culturais no Centro Técnico Audiovisual, localizado no Rio de Janeiro, hoje vinculado à Funarte, sofreu pressão dos outros estados, como São Paulo, que se sentiram discriminados. Havia sempre uma pressão muito forte para a descentralização. E isso era compreensível. Se qualquer cineasta ficasse marginalizado do processo político numa Embrafilme poderosa, não tinha outra chance pois não havia outro lugar a recorrer. Creio que o fim da Embrafilme não foi um ato de pura maldade do senhor Collor. Nem esse mérito lhe pode ser atribuído. Eu diria que a Embrafilme estava pronta para acabar porque os cineastas já tinham liquidado com ela, posto por terra o modelo centralizador. Houve, também, pressões externas por uma descentralização. Isso ficou nítido no governo Sarney, com as pressões no Planalto para descentralizar as políticas culturais que resultaram no enfraquecimento de todos os órgãos federais de política cultural: Embrafilme, Funarte, Inacen, Pró-Memória etc. Somente esse enfraquecimento pôde viabilizar a consolidação do Ministério da Cultura, que acabou por se livrar desses órgãos todos. No lugar deles instituiu a Lei Sarney, que trouxe a descentralização absoluta (e o

caos idem) e um convite a corrupção, pelas facilidades que oferecia aos inescrupulosos. A Embrafilme, por ser muito centralizadora, provocou uma reação muito forte no sentido oposto. Ela foi tão intensa quanto a força do seu movimento centrípeto. A pulverização de hoje poderia ser um dado de democratização de oportunidades, não fosse mal utilizada. Além disso, em cinema, pulverizar nem sempre é a melhor solução...

Sinopse: *Mas com o fim da Embrafilme pensar políticas a partir dos municípios e estados não foi o único horizonte de ação que restou aos cineastas? Afinal a atividade cinematográfica no Brasil, sem o empenho do Estado, nunca foi muito longe...*

C.A.C.: Quando a Embrafilme foi extinta, voltamos à estaca zero. Nessa época, Marilena Chauí, Secretária Municipal de Cultura de São Paulo, atendendo às solicitações da classe cinematográfica, criou uma política de compensação. E o seu resultado foi decepcionante. Não pelas intenções de Marilena, que eram as melhores. Mas por atender a demandas tópicos dos cineastas por

intermédio de suas entidades, que só estão naturalmente preocupadas com os interesses de sobrevivência da corporação. A escolha dos projetos de produção foi delegada aos representantes das entidades de classe. Como a política cinematográfica absorve por demais a atuação dos cineastas nacionais, ela acabou por contaminar a seleção dos projetos. Alguns desses projetos selecionados em São Paulo, no plano municipal, não conseguiram se converter em filmes por falta de apoio em outras instâncias governamentais ou empresariais. Estabeleceu-se uma política predatória em que grupos diferentes tomavam posse de instâncias de poder e ao invés de somarem esforços, retaliavam eventuais colegas que haviam logrado obter um financiamento parcial. A descentralização, aqui entendida como pulverização, impediu na verdade a indispensável associação de recursos. Tudo muito irracional. Por que certos cineastas não realizaram seus filmes? Por que não conseguiram completar os respectivos orçamentos, apesar da verba municipal que lhes foi dada. Vários filmes desse período permanecem inacabados.

Sinopse: *Ve ou outra isso ocorreu com filmes incentivados na Lei Mendonça nos anos 90.*

C.A.C.: Não acompanhei de perto os proje-

“Creio que a classe cinematográfica utilizou a descentralização de forma autofágica, desperdiçando uma oportunidade de ouro, por falta de visão política.”

tos incentivados pela lei Mendonça. Mas quais as vantagens da centralização política e de recursos? A centralização assume o risco. Um parceiro internacional não entra num filme que não tenha garantia de que vai ser terminado. Que co-produtor espanhol, italiano, argentino, entraria num filme sem um distribuidor de peso? A Embrafilme concedia uma espécie de seguro automático aos filmes que produzia. Creio que a classe cinematográfica utilizou a descentralização de forma autofágica, desperdiçando uma oportunidade de ouro, por falta de visão política. Políticas recentes padeciam do mesmo mal. Só agora o Ministério da Cultura tem procurado parceiros para a complementação do orçamento dos projetos. Por exemplo, o cineasta recebe um prêmio do MinC e automaticamente ganha um incentivo de uma empresa (Petrobras) ou banco federal (BNDES).

Sinopse: *No entanto seguimos sem um esforço sistêmico em nível federal. O que deveria ser descentralizado na gestão da política audiovisual brasileira? A que questões deveriam dedicar-se os municípios?*

C.A.C.: A política municipal para o cinema não pode ser um substituto para a ação federal. O governo federal trabalha num nível macro, quase abstrato, da produção simbólica. O plano municipal, ao contrário, lida com demandas específicas de público e dos artistas emergentes. Há um corpo a corpo com o público. As pessoas estão próximas das instâncias decisórias. É mais fácil conhecer suas opiniões, gostos, sensibilidades. Creio que políticas municipais, de modo geral, deveriam

acima de tudo tratar de ampliar o público do cinema brasileiro e da cultura em geral. Vejo, paralelamente, que seria indispensável reconhecer o talento autêntico quando ele nasce. Os talentos surgem e muitos deles se perdem por falta de reconhecimento no tempo necessário. A identificação do talento exige uma agilidade do poder público que dispensa a mediação de instâncias normalmente mais conservadoras das políticas de classe. É natural que assim seja, pois o produtor cultural depois que entra no mercado, na polí-

“Logo no começo da gestão de Celso Amorim na Embrafilme, promoveu-se um concurso de roteiros. O Glauber foi lá e disse: ‘-Vocês estão loucos, vocês estão fazendo concurso de obra literária, para entrar na Academia Brasileira de Letras!’”

tica setorial, começa a criar, às vezes involuntariamente, dificuldade para os novos, porque o dinheiro para a produção não aumenta e ele se sente ameaçado. O processo é de certo modo repressivo. Por esse motivo tem gente que estréia no longa-metragem com 35 anos, o que não faz sentido. Se Glauber Rocha tivesse feito o primeiro filme nessa idade, não teria havido Cinema Novo. A explosão do talento se dá muito cedo, e é preciso estar atento a esse fenômeno, ter sensibilidade para localizá-lo e apoiá-lo imediatamen-

te. Isso não quer dizer que devemos adotar uma política furiosa de estreantes, mas dar a ela uma relevância própria. O terceiro ponto, na minha visão, é o apoio à criação, no incentivo à profissionalização dos roteiristas. Não tenho ilusão de que todos os roteiros atendidos serão necessariamente filmados, mas sua produção constante e disseminada estimula novas idéias, novas premissas, e em consequência a criatividade dos novos filmes.

Sinopse: *No Brasil, existem queixas frequentes de que os concursos de roteiro são concursos literários, onde o que está em questão é a qualidade literária do texto e não a cinematográfica. Investir tudo no roteirista, não deixa de lado outras formas de abordar um projeto de um filme, a capacidade de transformar o texto em filme?*

C.A.C.: Sim, absolutamente, esse perigo é verdadeiro e recorrente. Logo no começo da gestão de Celso Amorim na Embrafilme, promoveu-se um concurso de roteiros. O Glauber foi lá e disse: “-Vocês estão loucos, vocês estão fazendo concurso de obra literária, para entrar na Academia Brasileira de Letras!” A gente não entendeu bem o recado na época, mas, à parte o exagero, ele tinha razão. Nós estávamos escolhendo projetos a partir do roteiro, o que não é critério exclusivo. No caso do cinema brasileiro, a carência de bons roteiristas é endêmica. Já tem muita gente sabendo disso. A questão agora é outra, é apostar e investir nesse setor, que está associado à produção. Grandes produtores são bons roteiristas ou, no mínimo, muito capazes de analisar roteiros em profundidade. Os americanos fazem isso sis-

tematicamente. Eles investem em centenas de projetos, porque no fundo o custo de desenvolver uma idéia no papel é muito pequeno em comparação com o custo de realização de um filme. O cinema brasileiro precisa de boas idéias assim como de bons produtores. É barato investir em boas idéias. É preciso chamar a atenção para o desenvolvimento da profissão do roteirista, valorizar o escritor para o cinema.

Sinopse: *Você vê no panorama cinematográfico de hoje algum filme que tenha apontado caminhos para uma efetiva ampliação de público e mercado para o filme brasileiro?*

C.A.C.: O caso de *Central do Brasil* teve dois aspectos extraordinários: ampliou o público internacional do cinema brasileiro, e o público nacional do filme brasileiro. É um fenômeno notável. A aceitação internacional desse filme foi autêntica, porque anterior à indicação ao Oscar de melhor filme estrangeiro. O filme alargou o público do cinema brasileiro em termos de linguagem, já que nesse caso específico ela não é tributária da da televisão, e de vendas. Para o público interno teve uma função estratégica: alertou aqueles que não freqüentavam mais os filmes nacionais que o filme brasileiro ainda pode dialogar com eles. Isso é admirável, e é o que eu desejaria como meta do cinema brasileiro nos próximos dez anos. Mais filmes que ampliassem o público interno e voltassem a inserir o cinema brasileiro no exterior. Com filmes assim, poderíamos voltar a acreditar na possibilidade de restabelecer uma indústria nacional. Mas temo que *Central do Brasil* seja mais uma brilhante exceção...

Sinopse: *São Paulo notabilizou-se em fins dos anos 50 como a primeira cidade a implantar um instrumento efetivo de auxílio ao cinema brasileiro. Esse instrumento foi o adicional de renda sobre a bilheteria, que também foi implementado no Rio de Janeiro, e depois foi abandonado. Como você vê esse mecanismo? Ele teria alguma função nos dias de hoje?*

C.A.C.: É um instrumento muito importante para reconhecer o diálogo do filme com seu público. Ele parte do fundamento de que o

“Os mecanismos atuais são absolutamente aleatórios; os filmes são feitos a partir da lógica mais perversa, com base no poder de sedução do projeto junto ao gerente de marketing de uma grande empresa.”

mercado brasileiro é ocupado pelo filme estrangeiro, e que aquele filme brasileiro que teve boa performance no mercado interno, poderia ter ido melhor ainda se as regras vigentes nesse mercado fossem mais competitivas. Os americanos, praticamente sem nenhum custo, importam um volume expressivo de sua produção e acabam por encurralar a produção nacional em um espaço reduzido. É possível que filmes brasileiros que tenham feito 700 mil espectadores nos cinemas pudessem atingir 1 milhão se o mercado não estivesse congestionado. Essa diferen-

ça é representativa em termos de renda. O adicional de bilheteria compensa com subsídios a suposta renda perdida. Tem a vantagem complementar de não se basear em subjetividade alguma, pois não depende de comissões que deliberam sobre questões estéticas ou artísticas. O problema do adicional de renda é que no caso de filmes muito bem sucedidos na bilheteria ele, no limite, reforça uma concentração de renda que o mercado já favoreceu, e aí deixa de funcionar como elemento distributivo de renda. Uma política sensata tem de compensar essa distorção.

Houve um período em que foi aplicado no Brasil um mecanismo combinado. Não era automático: não significava que para cada ingresso vendido havia um valor adicional. A novidade era que, para cada faixa de rendimento do filme, havia um multiplicador diferenciado. Quando o filme ocupa o topo da pirâmide o multiplicador é menor, até atingindo um limite pré-determinado. Os que estão na faixa intermediária são melhor beneficiados. Os que estão na base da pirâmide, em função de sua modesta renda, ganham um aumento simbólico, mas que para eles pode ser significativo. Este mecanismo deveria ser restabelecido, porque evita uma perigosa armadilha: a escolha sempre polêmica e desgastante, a partir de roteiros, dos projetos a serem realizados. As comissões de seleção do passado já tinham alguma dificuldade em escolher os projetos de mérito e às vezes descambavam para o critério “literário”. Os mecanismos atuais são absolutamente aleatórios; os filmes são feitos a partir da lógica mais perversa, com base no poder de sedução do projeto junto ao gerente de marketing de uma grande empresa. O adicional de renda pode ter

um efeito interessante. É uma forma de incentivar um produtor que fez um bom filme a continuar na profissão. Melhor ainda: ele não precisa discutir estética –ou politicamente– o seu próximo projeto.

Sinopse: *E quanto o adicional de qualidade (adicional determinado por critérios de valor cultural)?*

C.A.C.: Aí temos o velho problema da escolha estética. Monta-se uma comissão de críticos, de notáveis, que vão dizer quais são os filmes que vão receber o adicional. É da natureza dessa escolha ser subjetiva. Uma comissão é a soma das subjetividades de seus componentes. Jean-Claude Carrière, roteirista e na época diretor da FEMIS, a importante escola francesa de cinema, visitando a ECA falou das limitações das escolhas feitas pelas comissões. Eu imediatamente perguntei se ele tinha alguma sugestão melhor. Ele respondeu que as comissões são falhas, mas que não conhecia outro método democrático de premiar filmes.

Sinopse: *Esse incentivos vigoraram por um bom tempo em SP e Rio. Por que acabaram?*

C.A.C.: Em função do monopólio das pornochanchadas, produções muito baratas, mas sem a virtude da boa economia, pois aviltavam a remuneração dos profissionais nelas envolvidos. Como o produtor era também exibidor, usava a proteção legal da reserva de mercado para explorar o filme no seu circuito. Ao contrário do que muitos dizem, não era uma produção que possibilitasse o desenvolvimento da indústria. Chegou um momento em que essa produção entrou em parafuso, quando a

pornochanchada virou pornografia. O filme pornográfico não tem identidade, como sugere a legislação portuguesa: “filme pornográfico é aquele em que os atores principais são os órgãos genitais”. Quando a competição reduziu-se à disputa entre órgãos genitais nacionais e congêneres estrangeiros, a produção perdeu o seu público. (risos) À medida em que a pornochanchada passou a dominar o mercado interno, em meados dos anos 1970, o adicional de bilheteria se tornou inoportuno e nunca mais foi adotado.

“Para adotar uma política municipal ampla mas concentrada é preciso um órgão representativo. Não acredito em solução mágica. Sobretudo não acredito em solução para um problema que não está definido. Quais os problemas que queremos enfrentar?”

Sinopse: *Quais as funções do Núcleo de Cinema e Vídeo da prefeitura? Você vê alguma necessidade da implantação de um órgão gestor para o audiovisual no município?*

C.A.C.: Eu não acompanhei de perto o Núcleo de Cinema e Vídeo, de modo que não me caberia julgar. Para adotar uma política municipal ampla mas concentrada é preciso um órgão representativo. Existem aí várias propostas –distribuidora, fundação– que de-

vem ser examinadas com cautela e paciência. Não acredito em solução mágica. Sobretudo não acredito em solução para um problema que não está definido. Quais os problemas que queremos enfrentar? Proponho que essa discussão seja levada num debate aberto até que se defina uma agenda viável, fruto de um compromisso entre os interesses corporativos, defendidos pelos cineastas, e o interesse público, trazido pela intervenção das autoridades municipais. Tal agenda, entendida como contingencial e prioritária, mereceria então uma resposta institucional. Não existe resposta institucional antes de estabelecida a agenda. A isso eu chamo de solução mágica. A agenda municipal não é necessariamente permanente como talvez a federal devesse ser. Pode ser mais flexível e dinâmica. Ela atua topicamente, deve portanto ter maleabilidade suficiente para num ano dedicar-se a uma certa questão e no seguinte poder atacar outra diferente. Tem de incorporar certa agilidade para identificar a carência localizada, ao mesmo tempo que possa somar esforços com as políticas federal e estadual. Penso que o mais prudente seria restabelecer, por ora, uma Comissão de Cinema de São Paulo, acenando concomitantemente ao passado, por evocar os primórdios de uma bem sucedida política pública para o cinema, e ao presente, acompanhando a tendência atual de estabelecimento de uma rede internacional de *Film Comissions*, que visam a atrair investimentos para as cidades que as sediam.

Sinopse: *A Film Comission de Nova Iorque reverteu a imagem de capital da violência que a cidade tinha nos anos 70. Relativizando essa experiência, no caso de um país subdesenvolvido como o nosso, você acredita que a imagem de São*

Paulo pode ser valorizada a longo prazo com políticas como essa?

C.A.C.: Talvez, mas isso não depende apenas da política cinematográfica. Teria de ser uma prioridade institucional do município e de sua população. Seria preciso que a cidade de fato melhorasse no sentido de que não ficassemos apenas com uma imagem cenográfica dessa melhora.

Sinopse: Você acredita que a inserção paulatina do audiovisual no ensino médio é um horizonte de formação de platéia?

C.A.C.: Sem dúvida. O que não sei, por ainda não dispor de elementos, é em que medida isso seria exequível. Há um problema de formação de professores, porque estes esforços que são feitos hoje – e que a Embrafilme já fazia há vinte anos atrás –, que consistem em

levar crianças para ver cinema, são uma idéia simpática, mas não me parecem suficientes. Às vezes representam para a criança a primeira ida ao cinema, e a possibilidade da manutenção de um hábito de ir ao cinema, que de outra forma não existiria., em função do alto preço do ingresso. Porém se os professores não estão preparados para discutir o conteúdo do filme com conhecimento da sua linguagem específica, não será nada mais que uma diversão. Nada contra, cinema é diversão. Mas se pudesse se converter numa alfabetização audiovisual da criança, seria melhor ainda. É preciso pensar com afinco nesse sentido.

Sinopse: Esta pergunta é dirigida ao professor Calil, do Curso Superior do

Audiovisual da USP. Com a proliferação de cursos de cinema e audiovisual no Rio e em São Paulo, uma das funções desses cursos não poderia ser essa: a de licenciatura para audiovisual?

C.A.C.: Mas eu pensei que estivesse respondendo como professor! Seria desejável que houvesse esses cursos, mas não creio que seja este o caminho pois os rapazes e moças que demandam os cursos de cinema foram atraídos pela mídia, pelo charme da profissão, pela possibilidade de realizar uma obra de autor, pela vaidade, pelo desejo do sucesso. O boom de

“Acho que está na hora do poder público ousar dizer que assim como existem interesses corporativos legítimos existem também interesses da sociedade.”

cursos de cinema é de futuros “autores” e de técnicos profissionais, não é de futuros professores. Se fosse oferecido um curso para professores, qual seria o atrativo? O que não se pode fazer é um curso compensatório: “você não conseguiu ser cineasta, agora tem uma chance de ser professor”. Dele sairia o pior professor que poderíamos ter, um sujeito frustrado e ressentido. Abrir um curso específico para gente que queira lecionar é coisa que nunca foi tentada. Devemos experimentar, por que não? Antes seria conveniente examinar a possibilidade de introduzir disciplinas optativas de linguagem audiovisual no ensino fundamental. Tal medida abriria um mercado de trabalho para o professor dessa disciplina e embasaria o investimento em cursos de formação de professores.

Sinopse: Como você vê no meio de tantas prioridades, o problema da preservação e restauração dos filmes?

C.A.C.: Esta é uma triste questão. Vamos falar do contemporâneo. Quando em 1991, as leis do cinema brasileiro atual estavam sendo redigidas, fui ouvido como diretor da Cinemateca Brasileira e como ex-diretor da Embrafilme. Sugerí que se incluíssem cláusulas criando o depósito legal obrigatório da obra audiovisual, que esse depósito seria feito ou pelo matriz original ou pela matriz de

reprodução, e que os custos de tal medida estariam implícitos em todos os projetos de realização financiados pelo Estado. Não custa muito mais ao poder público, não importa se municipal, estadual ou federal, incluir nos orçamentos subsidiados a feitura de um master, ou de um

contratipo. Os cineastas se opuseram. Toda medida que exige investimento que não seja canalizado para produção, é vetado. É como se você estivesse propondo uma sangria no organismo cinematográfico. O que aconteceu com *Pixote*, por exemplo? Por ser um filme extraordinário, fez um sucesso enorme no país e foi vendido para todo o mundo. Por esse motivo, do seu negativo original tiraram-se tantas cópias que ele acabou avariado. É um enorme contrasenso punir-se um filme de sucesso com a destruição de seu negativo! Em qualquer outro país, diante do sucesso inequívoco do filme, dele teriam sido providenciados imediatamente o master de reprodução e um ou mais contratipos. Isso não significa matriz de segunda categoria, e sim de segunda ordem, com ótima qualida-

de de reprodução. O negativo original desse modo teria ficado preservado da manipulação que o desgastou. É um caso patético em que um filme de sucesso de público e de crítica acaba prejudicado por esse mesmo sucesso. Seria o caso de desejar, por absurdo, que os filmes brasileiros nunca fizessem sucesso, pois dessa forma estariam preservados para um público... do futuro! É penoso e caro restaurar filmes desbotados, encolhidos, ressecados, em estado de precariedade devido ao abandono a que foram relegados durante anos. Você abre uma lata, cuja bobina está avinagrada, e constata que acabou. Só lhe cabe assinar o atestado de óbito: menos um filme no patrimônio nacional. É preciso criar mecanismos permanentes de preservação, mas as entidades de cineastas não dão prioridade ao assunto. Não tem outra solução, ou você preserva no ato, ou não preserva mais. Isso tem de constar da reforma das leis do cinema, que ora se estuda.

Sinopse: *O que se desenha então é a necessidade de que a sociedade civil, os empresários e os trabalhadores, entendam que o cinema é problema de todos?*

C.A.C.: Paulo Emílio há quarenta anos já dizia que o problema do cinema não seria resolvido pelos cineastas e sim pelas pessoas de cultura, que entendem que o cinema é uma manifestação cultural relevante. Toda política cinematográfica adotada por sucessivos governos no Brasil, seja o fortalecimento

da Embrafilme, em 1975, seja a do incentivo fiscal, de 1993, foram propostas pelos cineastas. Eles não podem portanto se queixar de incúria do poder público. Foi no interior da classe cinematográfica que se desenharam os mecanismos de isenção fiscal, de agenciamento, hoje alvos de crítica. O governo nunca teve iniciativa nesse campo. Acho que está na hora do poder público ousar dizer que assim como existem interesses



corporativos legítimos existem também interesses da sociedade. E é preciso dar voz a eles.

Sinopse: *Mas ao defrontar-nos com a atual política para o audiovisual do governo federal, não nos parece que a compreensão do interesse social brasileiro em nosso cinema esteja claro.*

C.A.C.: Você provavelmente tem razão. Não acha que está na hora de incluir o tema na pauta da comissão (Gedic) que neste momento, em Brasília, define as medidas para a revitalização do setor? Seria preciso que a comissão abandonasse por um instante que seja

a obsessão com a criação de uma agência governamental para gerenciar os interesses da classe cinematográfica do país e se debruçar sobre a questão: para quem se faz cinema subsidiado com recursos públicos no país?

Sinopse: *Você acredita que a nova gestão na prefeitura de São Paulo reúne elementos para ter uma compreensão mais acurada desse interesse social do cinema brasileiro? Afinal a Marta chegou a nomear uma comissão chefiada pelo geógrafo Milton Santos para discutir os impactos da globalização sobre a cidade. E se a hegemonia do cinema americano no Brasil não é nova, ela nunca teve um impacto tão violento como o de hoje, quando diversos outros mecanismos concorrem para uma descaracterização cultural em larga escala.*

C.A.C.: O Secretário Municipal da Cultura de São Paulo,

professor Marco Aurélio Garcia, já declarou publicamente que a meta principal, não exclusiva de sua gestão, é o investimento na formação de públicos para a cultura com a perspectiva de incorporar sucessivamente grupos sociais expressivos na comunidade privilegiada que produz e consome bens culturais. Nesse movimento será preciso caminhar com cautela para não submeter as pessoas a uma ditadura de gosto, originária nas acentuadas diferenças de classe, mas oferecer-lhes a oportunidade da fruição – e participação – cultural em todos os níveis. Se tal medida não resolve todos os problemas, parece-me constituir um bom começo.

Receita de Política Cultural

por Giba Assis Brasil*

O que é preciso para ter uma política cultural na área cinematográfica? Vinte anos de atuação me apontam cinco fatores fundamentais: (1) bons filmes; (2) uma entidade de classe organizada, representativa e respeitada; (3) vontade política de parte dos governos de plantão; (4) pessoas capazes colocadas em postos-chave de gestão; (5) mais bons filmes.

Bons Filmes

Ainda que seja o fator de mais difícil definição, é claro que não se consegue nada sem bons filmes. O que torna o círculo particularmente vicioso é que é cada vez mais difícil fazer qualquer tipo de filme (bom, então, nem se fala) sem a existência prévia de algum tipo de política cultural. Não foi por acaso que a minha geração começou pelo super-8, lá por 1980, e que a nova geração de cineastas gaúchos, de uns cinco anos pra cá, também veio reclamar os seus direitos a partir de filmes realizados na menor das bitolas. Da margem, do limite da falta de orçamento, da ausência mesmo de profissionalismo é que costuma surgir a novidade que alimenta e recicla a produção profissional, estabelecida e necessária, eventualmente a indústria.

Entidades

Uma entidade de classe é um acordo coletivo, de origem quase sempre corporativa, e portanto pequena, parcial, localizada, mas ainda assim imensamente mais civilizada que o velho cada-um-por-si. Numa entidade organizada, o acordo é mais ou menos o seguinte:

a cada dois anos, nós nos reunimos e elegemos uma diretoria, ou na verdade nos dividimos em dirigentes e dirigidos, e nos concedemos mutuamente obrigações e privilégios.

Claro que o mais importante são as obrigações dos dirigentes: reunir-se toda segunda-feira para dividir as tarefas da semana, e depois cumpri-las, reunir-se com os órgãos públicos e empresas privadas que podem viabilizar os projetos da classe, falar em nome dela. Mas, ainda que gastem nisso boa parte de suas semanas, e sem receber salário nenhum, os dirigentes também têm alguns privilégios: estar próximo de onde as decisões são tomadas, poder influenciá-las diretamente (ainda que defendendo opiniões da maioria, nem sempre as suas próprias), poder dar aos outros a sua versão sobre como as decisões foram tomadas. Muito mais agradáveis são os privilégios dos dirigidos: não precisar ir às reuniões ou cumprir as tarefas e, portanto, cuidar da vida, trabalhar, fazer filmes. Ainda que os dirigidos também tenham as suas obrigações: defender publicamente a atuação dos dirigentes (até prova em contrário) e, nas Assembleias Gerais, cobrar o que os dirigentes fizeram e principalmente o que eles não fizeram (um tipo de organização com ecos de trabalho voluntário em ONGs e de militância política estudantil, é verdade, mas alguém conhece alguma outra que funcione melhor, com o mesmo grau de democracia?).

A entidade precisa ser representativa, isto é, a maioria dos que fazem (ou querem fazer) cinema na região representada precisa

estar de acordo com a sua atuação. Claro que sempre vai haver aqueles que consideram a entidade um bando de gente que só pensa em seus interesses pessoais, e que por isso nunca vão se dispor a participar de uma diretoria. Ou o contrário: não querem fazer parte e por isso desenvolvem desconfianças a respeito dos dirigentes. E o interessante é que, embora nem todos tenham (ou precisem ter) as qualidades de diplomacia necessárias para um cargo de presidente, as tarefas semanais de uma entidade são tão grandes e tão variadas que qualquer um com um mínimo de inteligência e capacidade de trabalho pode (e deve?) contribuir.

Desconfie, portanto, dos que nunca participam e vivem dizendo que as entidades só servem para viabilizar os filmes dos seus dirigentes. Noventa por cento dos dirigentes de entidades são suficientemente honestos e inteligentes para evitarem levar esse tipo de vantagem pessoal imediata, mas eles também sabem que prestar contas do que fazem é parte das obrigações do cargo. Portanto, desconfie ainda mais dos dirigentes que fazem questão de parecer indignados quando alguém sugere que eles podem estar levando vantagem: estes, em geral, estão entre os dez por cento.

Enfim, para que a entidade seja respeitada nos órgãos e empresas onde são negociados os projetos da classe, ela precisa ter um tempo de atuação, que se mantenha coerente mesmo quando mudam os dirigentes. Ela precisa que mudem os dirigentes, para que todo mundo, dentro e fora da entidade, en-

tenda que a entidade não são os dirigentes. Um bom estatuto de entidade deve prever a necessidade de renovação de quadros. Uma boa diretoria deve preparar novos quadros para substituí-la quando terminar o mandato. Uma boa entidade deve entender que os filmes a serem realizados precisam ter retorno de interesse público, deve pensar em termos de cinema e não apenas de filmes, e um dia, quem sabe, superar o corporativismo e passar a ter projetos abrangentes para a cultura do município, do estado e do país.

Vontade Política

“Este governo (ou aquele) não tem política cultural”. Cansei dessa frase. Não uso mais. Prefiro uma abordagem que, à falta de termo melhor, eu definiria como pós-estruturalista: a política cultural de um governo é o conjunto de ações culturais que ele realiza, ou o significado cultural deste conjunto de ações, não uma possível formulação teórica que estaria por trás de tudo. Um governo que não faz absolutamente nada em termos culturais tem sim uma política cultural - nula, mas tem. Um governo cujas ações culturais são desencontradas tem sim uma política cultural - incoerente, mas tem. Acho mais produtivo criticar uma política cultural (que eu posso identificar) a ficar eternamente pedindo que ela apareça.

Em abril de 1998, o estádio Beira-Rio, em Porto Alegre, foi palco de um show do tenor Luciano Pavarotti, que foi saudado pelo jornal Zero Hora como “o maior evento cultural da história do estado”. Na mesma época, estava em cartaz no Rio Grande do Sul o filme *Anahy de las Misiones*, de Sérgio Silva, o primeiro longa gaúcho da década. Ambos, filme e show, foram pagos integralmente com dinheiro público, ou, usando o eufemismo tradicional, “recursos incentivados” - Pavarotti

com a Lei de Incentivo à Cultura do estado (LIC), *Anahy* misturando LIC, Lei do Audiovisual e o velho Prêmio Resgate do Cinema Brasileiro, ainda do Ministério Houaiss. O custo total de *Anahy* foi bem menor - pouco mais da metade - que o de Pavarotti. Independente de qualquer comparação entre as qualidades do filme e do espetáculo, é fato que a realização de *Anahy* representou a criação de uma obra nova, enquanto o show de Pavarotti foi uma reapresentação, ainda que para um público novo. *Anahy* certamente abriu mais postos de trabalho na área cultural, e durante mais tempo. E, apesar de serem fatos culturais com perspectivas completamente diversas em termos de público - um filme “miúra” versus um típico “evento de massa” -, o fato é que *Anahy* teve quase o dobro do público total de Pavarotti. No entanto, a produção do filme levou quase três anos para captar os recursos necessários à sua realização, enquanto que o show foi aprovado para captação pela LIC menos de 15 dias antes de sua realização.

Por que as leis de incentivo privilegiam a reapresentação de um evento que acontece em um único dia, gera menos empregos, custa mais e tem menos público, enquanto parecem mais dificultar do que viabilizar a realização de uma obra original, que movimenta mais a economia cultural com um investimento substancialmente menor e que afinal atinge diretamente mais gente? Só há uma resposta possível: as leis de incentivo fazem parte de uma política cultural cuja vontade não passa por obras originais, nem por custos baixos, nem por empregos na área cultural, nem mesmo por grande público direto; seu interesse concentra-se na única coisa em que Pavarotti foi e sempre será maior do que *Anahy*, ou seja, no seu público indireto, naquelas pessoas que não viram o filme nem foram ao show mas que fica-

ram sabendo da sua existência através da mídia, que generosamente o considerou “o maior evento cultural da história”. Dito de outra forma: para os patrocinadores, não faz diferença qual foi o bem cultural gerado - nem em termos qualitativos nem quantitativos; só o que interessa é que a sua marca esteja presente na mídia - de preferência, não restrita às páginas dos suplementos culturais.

Seria um raciocínio apenas perverso se ficasse apenas no âmbito dos patrocinadores, se não fizesse parte de um sistema, ou se não fôssemos nós a pagar a conta. No caso, trata-se, sem dúvida nenhuma, de uma política cultural.

Pessoas-Chave

Não adianta nada ter um bom projeto, defendido por toda a classe, negociado corretamente por bons dirigentes com governantes de boa vontade, se depois, no órgão competente, não houver um gestor público com capacidade para levar a idéia adiante. Eventualmente acontece mesmo o contrário: um bom Secretário de Cultura, um bom Diretor de Instituto ou Coordenador de Área valem mais que a tal vontade política do governo.

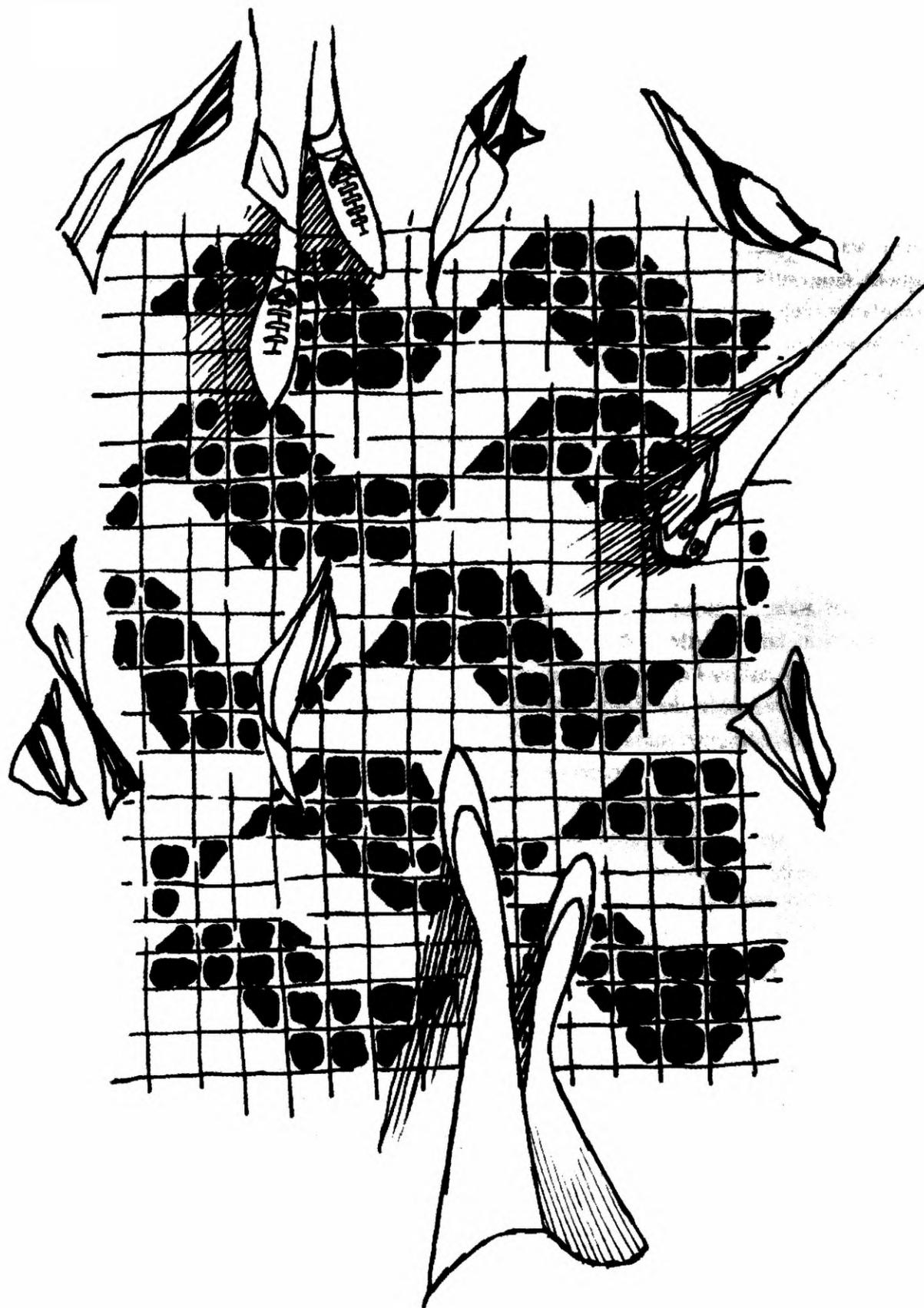
Todos os bons projetos que se conseguiu realizar no Rio Grande do Sul - Curtas nas Telas, Fumproarte, Prêmio Iecine, Prêmio RGE-Governo do estado, Curtas na RBS, etc. - dependeram e continuam dependendo de gestores competentes dentro dos órgãos públicos e privados que os viabilizaram. E não é coincidência que parte deles tenham saído justamente dos quadros da entidade. Um bom gestor é mesmo aquele que cria e viabiliza projetos que as entidades não são capazes de criar - por corporativismo, por limitação de visão ou mesmo porque o trabalho voluntário não pode e não deve ocupar mais do que algumas horas da semana.

Mas, quando eu falo em pessoas-chave, também estou me referindo à representação da entidade em conselhos, órgãos colegiados, federações de entidades e principalmente em comissões de seleção de concursos de projetos.

Parafraseando a clássica e circular definição de democracia, os tais concursos de projetos são a pior forma de distribuir recursos públicos para apoiar a produção de filmes - com exceção de todas as outras. Claro que eu estou falando de concursos públicos, com prazos razoáveis de inscrição, regras claras, previsão de retorno de interesse público e comissões formadas por pessoas representativas, com capacidade de julgamento e que não se eternizem na função.

Mais bons filmes

Um ciclo de bons filmes pode gerar uma política cultural, mecanismos de apoio à produção, investimentos em infra-estrutura, etc. Mas, se tudo isso não tiver como consequência um novo ciclo de bons filmes, as instituições não se solidificam. Toda política cultural, claro, deve ser feita em função dos talentos existentes, mas sempre prevendo a renovação. Não sei se as próximas gerações do cinema brasileiro surgirão do super-8. O mais provável é que venham do vídeo digital ou da internet, ou de ambos. Tanto faz. Durante muito tempo eu acreditei que a qualidade dos filmes vinha como consequência da quantidade. Hoje eu acho que a quantidade não é suficiente: bons filmes surgem como consequência da diversidade.



* Giba Assis Brasil é roteirista, montador e vice-presidente da APTC-ABD/RS

Cinema e cidade: alternativas para reconstrução

por Alfredo Manevy, Manoel Rangel, Leopoldo Nunes e Maurício Hirata F.*

O cinema e a metrópole nasceram juntos. E igualmente neles se desenhou, ao longo do século XX, o esboço de uma utopia. Configuração urbana, de um lado, e simbólica, do outro. Não é novidade: São Paulo e o cinema flertaram mais de uma vez, e isso dificilmente é casual. Ambos encarnaram como projetos uma incessante procura pela identidade de um país.

Não é de estranhar portanto que a cidade de São Paulo e o cinema brasileiro tenham padecido quase juntos ao longo da última década. São Paulo nasceu como um modelo de cidade cosmopolita, modelo que também era do cinema, mas foi paulatinamente traindo sua vocação. O cinema brasileiro assumiu essa vocação nos anos 50. Período que, iniciado nos primeiros congressos de cinema, acabou na efetivação daquela que seria uma das mais duradouras e bem sucedidas políticas para cinematografias periféricas. Critique-se hoje essa experiência ou não, o projeto que a sucedeu foi nitidamente regressivo para o cinema brasileiro. Na década de 90, a necessidade de um cinema foi logo de início descartada, coerente com a política federal assumida no início da década. A água e a criança foram jogados fora. Nem sequer enterraram o cadáver. Mas o apelo do cinema na cidade nem por isso diminuiu. Ao contrário, multiplicaram-se as demandas, os temas, os futuros cineastas e videoastas de origens sociais as mais diversas enquanto a política de cinema para cidade, nos anos 90, foi pautada pelo salve-se quem puder por parte dos cineastas órfãos a partir dali.

A promessa de distribuição de recursos e oportunidades também foi radicalmente rompida na origem do projeto de São Paulo, mas houve ao longo do século a resistência de uma idéia fixa: a de que a produção, o trabalho acumulativo que é marca dos paulistas fariam no fim a torre de Babel alcançar a altura esperada por seus fundadores imaginários. Não alcançou. O acumulativo na produção de filmes, também não resultou na constituição de uma verdadeira política. No cinema, a torre de latas empilhadas ou abandonadas de fato alcançou o céu, e apesar de muitos filmes nem alcançarem as telas, houve quem avistasse a cidade de forma intensa: Luís Sérgio Person, Roberto Santos, Aloysio Raolino, Rogério Sganzerla, Ugo Giorgetti, entre outros que poderiam ser citados aqui. Visões da cidade não faltaram para reconhecer que São Paulo também teve cineastas que revelaram uma fisionomia detrás da “sociedade anônima”. Se falta hoje um cinema a essa cidade, a questão do talento, dos bons filmes, não nos parece o problema central.

Nos últimos dez anos, mais do que nunca, a cidade foi desurbanizada, loteada, vítima de especulações imobiliárias. Em algumas avenidas, se você nasce do lado de lá, morre daquele lado, como escreveu o professor da USP Nicolau Svecenko. A corrupção de dirigentes, a modelação das calçadas conforme cada morador, tudo contribuiu para o colapso das distâncias entre público e privado. Naturalmente, algo disso se incrustou e ainda permanece no cinema paulista, em

forma de corporativismo e espírito anti-gregário, bandeirante.

Mas há aí um problema menos de fundo, e que reflete os impactos ético e estéticos mais recentes das mudanças a nível federal e também no plano de uma geopolítica internacional. Os cineastas hoje morrem todos do lado de cá do crescente abismo social da cidade. Atualmente, uma política de novos filmes não faria mais sentido sem no horizonte almejar um reencontro entre o cineasta e as relações sociais que o envolvem. Isso é antes de tudo uma opção política a ser feita em ambos os lados. Se “a política cultural” é um estigma genérico, “os cineastas” é outro ainda mais redutor: existem sim os cineastas (que ao pé da letra são os que já fizeram algum filme), mas dentro eles há divisões sociais e projetos distintos. Há aqueles que foram lançados à margem realizando vídeos, curtas metragens, documentários e ainda os que não realizaram nada por total exclusão. Aos últimos, nem a criatividade dos governos mais progressistas reservou solução. Falta oxigenação cultural e social ao cinema paulista. Caberia então a uma política pública promover acesso aos bens sociais nas duas pontas: a exclusão de nosso audiovisual ocorre na exibição e - ainda mais cruel - na produção, onde não deixa qualquer migalha percentual da qual possamos nos orgulhar. É o caso mais grave da TV que, assistida por todos, não dá acesso à produção independente de ninguém. Se já houvesse espaço, essa produção ainda teria quer subsidiada para dar voz a setores organizados da sociedade

civil (na radiofonia, Belo Horizonte se destaca pela Rádio Favela, mas esta, vez ou outra, ainda é paralisada por operações policiais).

E quando falamos de recuperação de uma relação mais madura entre cinema e sociedade, falamos também no nível do entretenimento, que não é menos prioritário nesse processo de retamento. Até o mais divertido dos cineastas americanos, Frank Capra, reconhecia a pulsão social e civilizatória de seu cinema. O fato é que, até quando distraía, o cinema nascia de olhos abertos para os problemas ao redor. E por que seria diferente hoje, com todos os problemas de São Paulo?

Os pixadores sujam de supermercados a casas de pobres moradores. Sua fúria narcisa só respeita paradoxalmente os outdoors, onde emissários de uma outra imagem, a do luxo minoritário, esbanjam sua autoridade livre de arranhões. Mas a autoridade das agências não intimida apenas os pixadores. Durante as campanhas falou-se muito em punir pixadores e pouco em regular e taxar as agências de publicidade que poluem a cidade, bem como as operadoras a cabo que quebram as calçadas. Temas de um município.

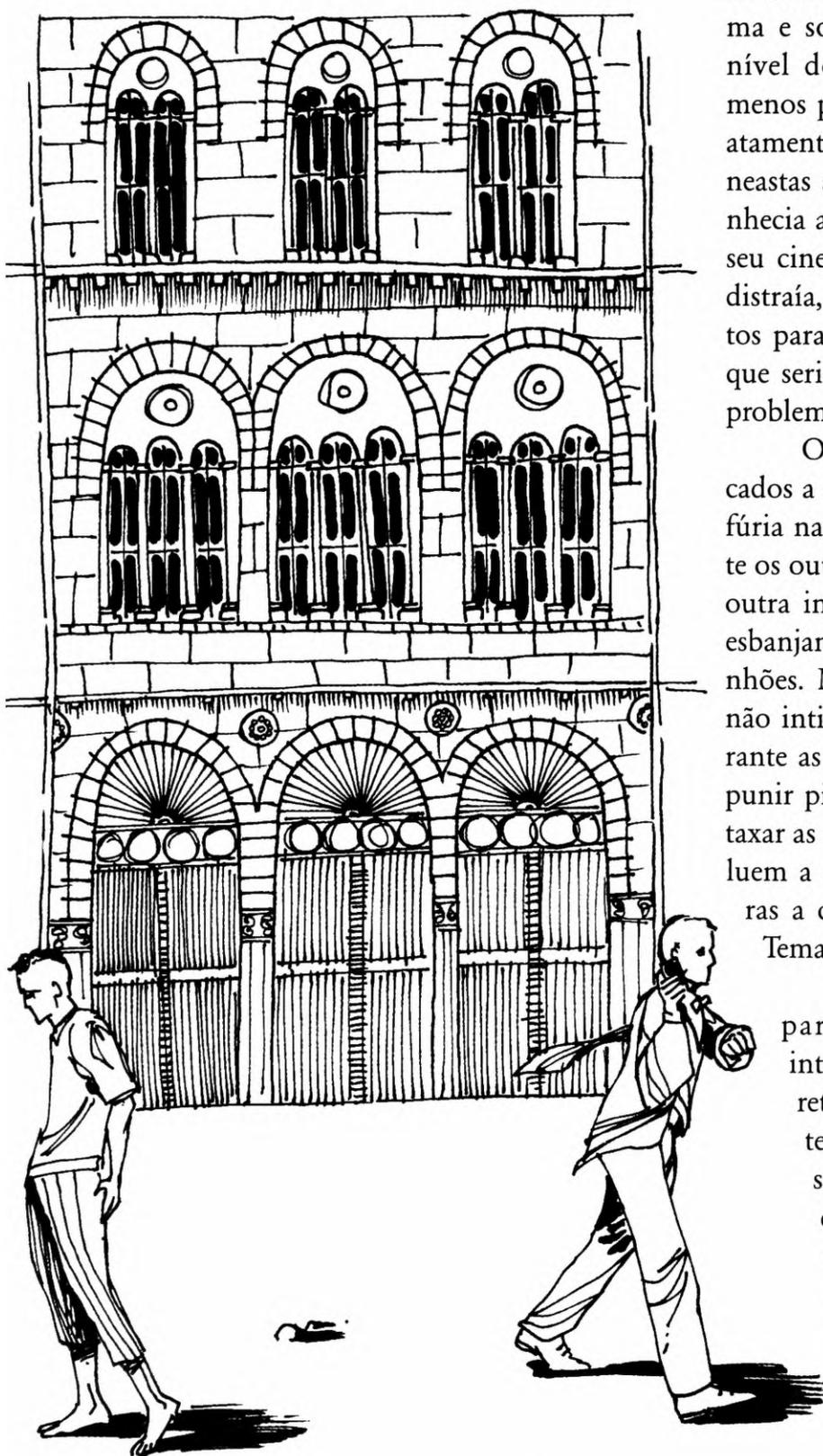
Partimos dos indivíduos e do particular social (imagens intransferíveis que o cinema pode reter), passamos aos números. Parte do mandato dos cineastas (desse interesse social) foi se perdendo pois faltam os grandes levantamentos estatísticos no que se refere ao público, horizonte muito proclamado e pouco efetivado nos últimos dez

anos. Não só temos o cineasta do Morumbi sem saber que Belém não só é a capital do Pará, mas um bairro da área leste de São Paulo, com um passado ilustre mas uma atualidade dramática em termos urbanísticos e sociais, como não se sabe exatamente quem são os que deixaram de ir, e quem são os que nunca foram ao cinema. Sem um observatório permanente dos públicos, dos gostos e da distribuição dos filmes brasileiros na capital paulista, dá-se uma não política de resultados inibitórios para aquela lógica do mandato social que se via no grande Cinema Brasileiro, pois a rigor ninguém pode falar “em nome de” alguém e “para” alguém.

Saturação e concentração. Tanto no cinema quanto na cidade, a idéia de descentralização foi substituída pela factualidade da desintegração. Se a descentralização supostamente democratiza, regionaliza, dá acesso; a desintegração congestiona, atomiza, satura, exclui.

O problema da integração teria hoje a melhor contrapartida no formato documentário. Os cineastas brasileiros estão voltando a reconhecer no documentário não apenas a viabilidade orçamentária de seus filmes em ciclo de crise, mas a vocação de descortinar a experiência e discutí-la em todos os seus aspectos, no que é a particularidade desse formato.

Reencontrar a contemporaneidade passa não apenas por um esforço de memória neutralizar a amnésia - mas por investimento em pesquisa. Preservação de filmes e apoio permanente a grupos de pesquisa audiovisual podem se reverter tanto em novas dramaturgias quanto em documentos úteis sobre a cidade. Em cinema, outro nome para “pesquisa de realidades” é, novamente, o formato documentário. Mas sua função é também indireta, pois o documentário é histori-



camente uma fonte inesgotável para a ficção. Se hoje a ficção é incapaz de dar conta de uma cidade como São Paulo, maior ainda a necessidade deste formato capaz de diminuir distâncias e valorizar diferenças. Em contrapartida, o cineasta é levado a pensar formas e conteúdos de forma mais empírica e permanente. Ganha a prática do contato social (rara entre os longa-metragistas) e cresce como realizador e cidadão.

Esse caleidoscópio humano, obrigado a uma vivência comum, submetido aos mesmos dramas fez explodir mais do que em qualquer outra parte, experiências humanas que se revelam densas, múltiplas e irregulares. A cidade se fez ao mesmo tempo a mais rica e a mais pobre; a mais oportuna e a mais cruel para os que a habitam; a mais desenvolvida e a mais subdesenvolvida. Desigual, absolutamente desigual. E no entanto, como Person nos alertava em *São Paulo SA*, um de seus retratos mais próximos, é impossível fugir da cidade, o furacão de que ela se faz nos lança sempre sobre o seu olho. Para a maioria dos seus habitantes não há fuga possível. E ainda que de forma difusa, quase imperceptível, a afirmação do professor Milton Santos de que as cidades permanecem um espaço necessário e ainda possível de disputa, lugar da utopia social, da resistência e da reinvenção humana, se materializa em uma justa ira contra o descaso e o abandono de São Paulo. Abandono que não tem o sentido exclusivo de coisas mal cuidadas, mas principalmente de perda de projeto. E uma revolta contra setores sociais que cheios de outras possibilidades, comparam a cidade apenas para saqueá-la, sem cuidar de apontar-lhe perspectivas e recolher suas memórias.

Nos anos 90, os mitos fundadores do grande cinema brasileiro foram antes de tudo, traídos. A reconfiguração mundial amorte-

ceu o que no cinema brasileiro era um mito fundador do Cinema Novo: o cineasta como mandatário do povo. A câmera que indagava entre periferias, fábricas e sertões passou a ziguezaguear em salas de espera e corredores. E dali veio a sensibilidade de um cinema que não é e nem se quer contra-hegemônico, e cujo ar é condicionado. Este foi, de modo geral, o resultado de uma política federal associada a representantes com pouca ou nenhuma legitimidade social e que, diante de uma desorganização geral das dezenas de produtores, reivindicaram “em nome de todos” uma política de resultados concentracionistas. Hoje, a organização de classe é maior, mas o risco não é menor de uma reconfiguração que venha a manter o estado das coisas à nível federal.

São Paulo, como segundo centro produtor de imagens do Brasil pode ousar, como ousou a política alternativa de Porto Alegre-RS. Lançar-se na contramão de uma política federal para o cinema, auxiliando a produção/distribuição e exibição do combalido cinema brasileiro, sem descuidar de outros aspectos: operar a circulação de filmes brasileiros, alfabetizar jovens e adultos na seara audiovisual, formando poder de escolha e defesa crítica diante dos discursos de publicidade, cinema e televisão. E democratizar o acesso à formas mais simples e baratas de produção, distribuição e veiculação de bens culturais, que se caracterizem menos pela quantidade, e mais pela diversidade social nos focos de atuação.

Apostar em um processo cultural pelo qual a maioria dos habitantes da cidade readquirem o controle sobre suas trajetórias, apossam-se de uma cidade que quase sempre lhes foi hostil e redesenham seu lugar nela, nos parece tão importante quanto praticar políticas econômicas de inclusão social que invistam contra as desigualdades.

No caso de São Paulo a perda de falsos mitos como o do bandeirante, da figura anti-gregária e empreendedora é, paradoxalmente, muito positiva. Ela já não pode ser reivindicada pelas classes dominantes em tempos de crise e nem substituir simbolicamente a falácia de um projeto fracassado de metrópole desenvolvida e cosmopolita. São Paulo vive uma certa descaracterização da nacionalidade, que tem nos bens de consumo cultural seu carro chefe e no audiovisual em particular o seu ariete. A cidade convida antes de tudo, a uma reorganização simbólica que se afirme como contra-hegemonia, no qual o cinema poderá ter papel chave, na contramão de uma política federal que não interviu nesse terreno e que é incapaz de dar nova vida ao projeto de nação.

No dia da sua posse na prefeitura, falando diretamente aos habitantes da cidade, a prefeita Marta Suplicy iniciou seu discurso de posse anunciando que “uma página da nossa história acaba de ser virada”. Dias depois, preparando a comemoração do aniversário da cidade, um slogan circulou em muitos dos materiais da prefeitura: “São Paulo - ano 447 / ano 1 da reconstrução”. Se este slogan é antes de mais nada uma intenção do novo governo e continua uma disputa política na cidade, ele não é desprovido de razão e corresponde a um certo estado de espírito que tomou conta dos brasileiros que vivem e trabalham em São Paulo. Acreditamos que o cinema, com toda sua carga simbólica e aglutinadora, pode vir a ser uma ferramenta da reconstrução.

Alfredo Manevy é Editor da Sinopse; Manoel Rangel é editor da Sinopse e Presidente da ABD-SP; Leopoldo Nunes é Presidente da ABD Nacional; Maurício Hirata F. é Editor de Arte da Sinopse

Questões de cineclubismo

entrevista com André Gatti

São Paulo sempre teve forte atuação na formação de cineclubes e num consquente pensamento sistêmico sobre cinema brasileiro e mundial e que merece páginas de estudo. Os desdobramentos dessas ações (Cinemateca, cursos, salas de exibição) configuraram várias nuances e formatos desse movimento e poderiam por si gerar um dossiê Sinopse. Um tema vasto que, diante da rarefação atual, sugere neste número ao menos uma provocação inicial. André Gatti, 42, atualmente doutorando no Depto. de Multimeios da Unicamp, dá o primeiro ponta pé na bola, firme e forte, para que a reflexão se retome, fazendo um breve retrospecto dessa experiência cinematográfica hoje interrompida. Ele explica.

Sinopse: *O cineclubismo teve seu auge de organização e atuação nos anos 70, onde fazia parte viva de um projeto de constituição de cinema brasileiro. Quais eram os princípios de atuação desse cineclubismo?*

André Gatti: O cineclubismo e o movimento cineclubista são duas coisas separadas. O movimento cineclubista é um braço político que nos anos 70 foi acionado pelos partidos de esquerda. Já o cineclubismo na tradição do Chaplin Club, que se preocupa mais com a estética do que com a provocação política, é um tipo de cineclubes que teve menos força nos anos 70, mas que existe desde os anos 20 no Brasil. De nossa parte, houve a intensão de um movimento cultural. O cinema era usado para formar sindicatos, grêmios estudantis e entidades afins. O que ocorreu depois, nos anos 80, é que o movimento cineclubista profissionalizou seus quadros, tratando a tarefa como outra profissão qualquer, momento onde eu passo a

atuar. Havia militância, mas não exclusivamente, pois o trabalho do cineclubes abarca a programação, a relação com a imprensa e outras tarefas quando levado a sério, como profissão. Você tem o cineclubes mambembe, e você tem o cineclubes profissional, que trabalha com 35 mm e não só com 16mm. Não parece, mas inclusive a bitola cria uma diferenciação de classe. Com a redemocratização a partir de 1989, os quadros foram absorvidos pelo mercado e pelo aparelho do Estado.

Sinopse: *Qual era a orientação de programação. Era diversificada ou direcionada?*

A.G.: Nossa tese era o combate ao cinema americano e nós éramos aliados incondicionais do cinema brasileiro. Não me refiro a John Cassavetes, mas ao *mainstream* do cinema americano. Valorizávamos o cinema europeu e latino-americano. O problema evidentemente não é o Spielberg ou o Coppola,

mas era o esquema deles que criticávamos. O cinema americano representava - e ainda representa - o imperialismo cultural. Nós defendíamos o cinema brasileiro numa época em que se dizia que os filmes eram difíceis ou pornográficos.

Sinopse: *Além de exibir os filmes, que outras atividades completavam a atividade cineclubística?*

A.G.: Davamos cursos, fazíamos debates, fazíamos o *all-night*, uma noite inteira de filmes. A coisa do debate, quando eu entro no cineclubes, já está gasta. Na ditadura, o debate era algo que partia da platéia e convergia para assuntos políticos a partir do filme. A redemocratização amorteceu o interesse anterior, mas não repôs nada no lugar. Os debates - quando ocorriam - discutiam a qualidade técnica do roteiro de um filme qualquer, a qualidade técnica da fotografia, problemas de estilo. Um debate mais de iniciados que propriamente de pessoas que conso-

mem filmes normalmente, que têm mais uma preocupação de informação, conhecimento, lazer e entretenimento.

Nas universidades ocorreu o mesmo amortecimento. Você vai na ECA (Escola de Comunicações e Artes da USP) debater com os alunos, e o pessoal foge da raia. Não estão muito a fim de discutir, o que é uma pena. Mostra uma profunda despolitização nas escolas de cinema. Os meninos entram na escola e só querem fazer o filme, o que é legal, mas cinema é uma arma social.

Sinopse: *Se, sintomaticamente, não é na escola de cinema que surge o cineclubismo, em que setores ele tende a surgir?*

A.G.: Na Sociologia, mais do que nos cursos de cinema. Também na História, na Engenharia. Hoje que o audiovisual está muito impregnado na sociedade, o cineclubismo poderia vir de outras instâncias. Na verdade, eles já existem mas estão dispersos. Falta o movimento aglutinador e profissionalizante dessas pessoas, mais do que começar algo do zero.

Sinopse: *Qual foi sua trajetória no cineclubismo?*

A.G.: Minha trajetória envolveu três cineclubes. O Humberto Mauro (cineclubes no Amazonas), desde 1984, que era atividade da Superintendência Cultural, hoje Secretaria do Estado. Eu já era profissionalizado, e uma coisa muito clara na minha cabeça é que nós estávamos fazendo militância dentro do aparelho do Estado. Nós fazíamos projeções até em escolas de samba. Quando eu volto pra São Paulo, eu venho tocar um projeto de circulação de filmes no interior do Estado, numa programação que tinha desde Buster Keaton, Harold Loyd, Chaplin,

Eisenstein, filmes brasileiros. Isso foi em 1988. Nesse momento, eu assumo a presidência do Cine Oscarito, onde fui programador durante seis anos, tendo contato com as distribuidoras e com o mercado. No Elétrico, eu trabalhei bastante na programação na sala de vídeo aberta ao público, fazendo ali vários tipos de programação.

Sinopse: *As novas tecnologias podem ajudar a nortear um novo cineclubismo?*

A.G.: Pode ser que o DVD, coisa que você fala no seu artigo da Sinopse anterior, tenha uma função na apreciação estética do cinema, com informações sobre o filme e qualidade de projeção. Quanto a um novo cineclubismo, existe uma possibilidade de resgate. Tínhamos a federação paulista dos cineclubes. O que houve com a derrocada do cineclubismo é que se perderam parte dos arquivos, mas há ainda uma massa crítica de pessoas que estão aí que você pode recuperar ou não. Existe hoje uma vontade de um cineclubismo como os amigos da sétima arte, uma vontade discutir estética sem muito horizonte político ou social do cinema. O cineclubismo como componente do cinema brasileiro é o elo mais fraco. Minha função era formar quadros para o cineclubismo. Eu ia no Maranhão e fazia cursos de programação, eu ia no interior de São Paulo e ensinava como gerir um cineclubes. Aglutinar e formar quadros é algo estratégico que está faltando, peça fundamental na formação e ampliação de platéias.

Sinopse: *O mercado de arte e ensaio substitui o cineclubes?*

A.G.: O cineclubes é uma fundação cultural sem fins lucrativos, que deve ter um caráter

democrático, com assembleias, onde ninguém se aposse. No Espaço Unibanco, para dar um exemplo, o Adhemar é que faz a programação com sua equipe.

Sinopse: *Houve uma mudança quantitativa e qualitativa do público em todo o país, numa dinâmica de aumento de ingresso e transformação do mercado exibidor brasileiro. Como fazer um perfil desses novos públicos, sem cair no impressionismo?*

A.G.: Não temos uma pesquisa para avaliar qual o espectador que vai hoje ao cinema. É uma pesquisa cara, que envolveria algum tempo. A última pesquisa é de 1986. O que eu percebo é o que todos já percebem: o entricheiramento social do cinema. O público hoje é a metade do que foi. Ele está voltando a ir, mas não há pesquisas para saber quem é esse público. Talvez a Cinemark tenha, mas dificilmente vai divulgá-la. No Unibanco vai o público de classe média, e os pretendentes a classe média, que vão ao shopping center cogitando subir socialmente. Logo, o circuito que está aí não atende ao cinema brasileiro, e os cineastas estão percebendo isso, como se viu no III Congresso Brasileiro de Cinema. Quero ver o *Brava Gente Brasileira*, mas eu me recuso a vê-lo na sala 5 do Unibanco. Nossos filmes, num espaço que supostamente é o nosso, fica numa sala que é quase de vídeo. Eu não vejo o *Babilônia 2000* na sala 5, eu prefiro vê-lo em vídeo, que é mais barato. Se fosse nos anos 80, ok, pois esse era um problema de quase todo o circuito: o desconforto e o som ruim. Já que entramos alegremente na era do Brasil rico, onde tudo está arrumado, então nós queremos tudo arrumado pra todos, inclusive para o cinema brasileiro.

O modelo argentino em debate

Entrevista com Octavio Getino

Por Rodolfo Figueiredo e Alfredo Manevy

Octavio Getino dirigiu o Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales da Argentina entre 1989 e 1990, num momento em que, como no Brasil, houve um corte firme de dinheiro público na produção cinematográfica. Na época do corte, Getino criou o Espaço Audiovisual Nacional, composto por entidades de profissionais da área de cinema, da televisão e do vídeo. As regras do atual mecanismo de incentivo ao cinema foram constituídas por essa comissão. Em Buenos Aires, Getino nos recebeu gentilmente, neste que é um primeiro passo para uma reflexão mais profunda ainda a ser feita sobre as relações, ou a falta delas, entre o cinema brasileiro e argentino.

Veledades de um período neo-liberal: segundo Getino, a vontade política para a viabilização do cinema argentino surgiu em parte do gosto pessoal do ex-presidente Carlos Menem, que tentou a carreira de ator na juventude.

Mas, de modo geral, a partir da intervenção de Getino, o cinema argentino foi na contramão do cinema latino-americano. Elevou de US\$ 2 milhões para US\$ 60 milhões o dinheiro investido por ano em audiovisual, montante que só cairia pela metade em 1999 devido à recessão argentina. Mas a viabilização ocorre sem taxar, é claro, a remessa de lucros do filme estrangeiro (A Ar-

gentina foi mais que diplomática na aproximação aos EUA, no período Menem). Logo, a camisa de força é desatada de outra forma: o dinheiro da INCAA advém de 10% taxados sobre lucros de salas de exibição, 10% taxados sobre a comercialização de fitas de vídeo e 8% taxados sobre as redes de televisão. Do total arrecadado, 90% é investido em crédito direto, subsídios e co-participação em filmes, e 10% em promoção (distribuição e exibição), capacitação tecnológica e mão de obra.

O bolo é repartido através de concursos onde são contemplados cineastas estrepantes, veteranos e cineastas regionais, assim como projetos de curtas e longas, incluindo aí ficção e documentário. Um detalhe sintomático de uma relação mais madura com o subdesenvolvimento: o dinheiro dos prêmios nunca podem ultrapassar \$1,2 milhões, mas os projetos podem buscar patrocínio na iniciativa privada. A iniciativa, ao contrário do que alguns ainda creditam no Brasil, não inibe o cinema de maior orçamento: alguns grandes conglomerados investem por volta US\$1 milhão por ano em longa-metragens, como é o caso dos grupos Clarín e Telefê.

Quanto à questão da comercialização (distribuição e exibição) dos filmes argentinos, não há nenhum mecanismo de incentivo à parte. No entanto, o INCAA mantém

um conjunto de 3 salas no centro de Buenos Aires que exibem todos os lançamentos nacionais, sempre precedidos de curtas, com ingressos a preços populares. Uma política de formação de público para o cinema argentino bastante permanente. Atualmente, está em trâmite no Congresso Argentino um projeto de incentivo à distribuição e exibição de filmes nacionais com base em isenção fiscal, modelo muito parecido com a Lei do Audiovisual, mas somente para projetos de comercialização.

Na entrevista concedida à Sinopse, Octavio Getino discorre sobre outros aspectos do cinema argentino e sobre o tema desta edição: a cidade e sua imagem. E não deixa de defender a integração latino-americana, que rendeu a Getino alguns livros recentemente publicados, entre eles "Cine Argentino: entre lo possible y lo deseable". Atualmente, Getino desenvolve um projeto de longa-metragem, que pretende ser o primeiro filme "do Mercosul", ao abordar um momento histórico de conflito entre os países que formam hoje esse acordo de integração. Getino roteiriza, dirige e produz o projeto. Grande pensador da geopolítica do cinema, recorte raro em nossos dias, em breve Getino voltará falar à Sinopse num especial sobre o cinema Argentino. (R.F. e A.M.)

Sinopse: *Nos anos 50, no âmbito latino-americano, falava-se em taxar o filme estrangeiro com forma de equilibrar o mercado. O princípio era que as grandes distribuidoras, com suas cartelas de filmes, encurralavam o cinema nacional e monopolizavam o mercado. Quais os argumentos para taxar exatamente estas três partes do processo: o mercado de vídeo, as salas exibidoras e a TV?*

Oatvio Getino: A taxa que se aplica às entradas de cinema já têm meio século de vigência na Argentina. Ela é aplicada aos filmes nacionais e estrangeiros para fomentar o cinema nacional. É um recurso legítimo que a sociedade argentina e seus representantes aprovaram na década de 50 no marco do protecionismo industrial. Um protecionismo econômico sem o qual nenhuma indústria cinematográfica de nossos países (nem da Europa e de outras latitudes) pode competir com o protecionismo político que o governo norte-americano exerce desde sempre com sua indústria audiovisual. Recordemos que para o Depto. de Estado esta indústria tem uma importância mais que econômica para se projetar mundialmente. Os apoios estatais em nossos países se limitam ao econômico. Lamentavelmente não existe consciência da necessidade de uma proteção ativa no nível político para competir internacionalmente, como estão tentando agora algumas nações européias (ainda que com resultados escassos por ora). As taxas sobre canais de TV, salas de exibição e comercialização de vídeo têm a mesma fundamentação e foram aprovadas pela sociedade e seus representantes em 1994.

Sinopse: *Existe alguma política de abertura de salas em áreas menos favorecidas da cidade, ou algum apoio no setor de exibição?*

O.G.: Existem experiências onde alguns filmes são exibidos no interior do país, acompanhados de diretores e atores, e que conseguiram mais público que em Buenos Aires. Existem algumas preocupações de ONGs, de cineclubes e de governos municipais em exibir o cinema nacional, e isso tem resultado em algumas experiências de sucesso. Eu creio que um desafio maior seriam programas de reconstrução de salas nacionais. Não só espaços de cinema, mas centros culturais, conseguindo espaços junto a igrejas e sindicatos para difusão não só de cinema nacional como latino-americano, e cinema de qualidade de qualquer parte de mundo. Mas é necessário atender às características de cada espaço. Porque no interior, em cidades pequenas, uma sala de cinema não tem mais sentido quando as pessoas têm televisão e vídeo. Nesses casos, uma sala de cinema, vista num prisma mais amplo, pode ser usada pela manhã para atividades educativas, culturais ou sociais, à tarde para cursos e à noite cinema ou teatro. Dessa forma uma sala de cinema entendida como um espaço cultural, aliada a uma política de município ou de província, torna mais interessante a manutenção. Essa é uma questão muito importante e deve ser pensada com o Ministério da Educação. É preciso difundir o cinema nacional nas escolas e nos centros culturais, vinculados a uma educação audiovisual, incorporando a matéria educação audiovisual para alunos de 1ª e 2ª graus. Isto criaria um novo mercado para o produto audiovisual nacional e conjugaria um desenvolvimento educativo, estético e artístico para gerações futuras.

Sinopse: *Quais as origens da densa cultura cinematográfica argentina? Nos parece que há um vivo interesse da população, materializado nas diversas revistas de cinema e nos inúmeros cursos de cinema. Isso é também resultado de alguma política governamental?*

O.G.: “Os argentinos” são uma generalização. Existem argentinos e argentinos. A cultura cinematográfica é privilégio de uma elite de 15 mil, 20 mil pessoas. Então os produtores de cinema já produzem seus filmes para essa elite cultural que frequenta as salas de cinema. Hoje passamos de um cinema feito para as massas para um cinema feito para classe média e já tendemos passar para um cinema feito para cineastas. Mas o audiovisual desperta muito interesse entre os jovens que naturalmente assistem a cinema americano, televisão, videocliques, etc. Conseqüentemente vão estudar cinema sem saber de fato o que será de suas vidas. Hoje na Argentina existem 50 escolas de audiovisual, incluindo aí cursos de comunicação que incorporaram o audiovisual. Minhas três filhas foram estudar cinema contra minhas recomendações. O cinema argentino dos anos 50 e 60 viveu uma experiência interessante em cineclube e isso formou uma geração de cineastas. É nessa época que abrem as escolas de comunicação. Hoje muitas escolas privadas se aproveitam desse interesse entre os jovens. Então os pais perguntam aos filhos: vão estudar ou trabalhar? Mas o que vão fazer esses dois mil estudantes de meios audiovisuais e cinema num país onde não há indústria? Isso é condenar centenas de jovens à frustração, a serem críticos de revistas ou ficarem muito ressentidos. Os realizadores de hoje surgem de meios acadêmicos, da publicidade, do vídeo institucional ou da

televisão, de onde certamente trazem seus princípios estéticos.

Sinopse: *É comum dizer que a TV argentina é mais fraca que a brasileira. Mas, por outro lado, nos parece a TV é menos sujeita a monopólios tão hegemônicos como o da Rede Globo. Há espaços para a produção televisiva independente na Argentina, para a renovação da mão de obra?*

O.G.: A situação se modificou muito nos últimos dez anos. No Brasil, com a Globo, como no México, com a Televisa, os monopólios vêm de antes. Na Argentina, através da política neoliberal do início dos anos 90, quando foram privatizados os canais públicos, formaram-se alguns grupos hegemônicos que não existiam até 1991, 1992. O Grupo Clarín fatura de dois a três milhões de dólares ao ano porque detém ramificações na TV aberta, TV a cabo, revistas, internet e outros meios, e ainda está associado a outros grupos no Brasil, México e Venezuela. Por outro lado, nos últimos anos vem aumentando a produção independente. A maioria da programação da TV aberta vem sendo realizada por produtores independentes. Alguns programas são muito superiores à média de toda América Latina, o que não impede que haja também uma televisão fraca como você disse. Neste momento está se desenvolvendo no Chile uma produção televisiva estatal, mas também com financiamento independente, de alcance internacional, que acredito ser o exemplo mais interessante de toda América Latina. Mas na Argentina está havendo um processo de concentração, como na economia em geral, com dois ou três grandes grupos muito parecidos em termos de faturamento ao caso da Televisa no México,

e às Redes Globo, Bandeirantes e SBT no Brasil. Parte da produção de TV aberta realizada por produtores independentes tem se mostrado bastante interessante, mostrando temas sociais, políticos, com denúncias e uma crescente incorporação de gente de cinema na televisão. Vemos séries com linguagem cinematográfica e forte conteúdo crítico. Portanto, nos últimos anos, o que há de novo no audiovisual argentino, mais do que em cinema, são os programas televisivos de origem independente. Mas isto não impede que haja programas fracos como no Brasil. E, nesse sentido, o Estado lava as mãos. No Brasil, ainda existe a TV Cultura. O Estado precisa intervir aí, porque as pessoas não assistem ao que gostam, mas ao que lhe oferecem.

Sinopse: *Na Argentina, essa relação mais aberta com a TV oferece mais espaço ao cinema? Existem políticas e parcerias entre TV e cinema?*

O.G.: Aqui, as pessoas fazem cinema não por uma política que vem da televisão, mas por uma política de subsídios, apoio e fomento ao cinema, como não existe em toda América Latina. Por outro lado, a televisão daqui começou um fenômeno que já existia no México, mas que não vemos no Brasil. Os grandes grupos de comunicação investiram em produções cinematográficas. Os filmes de maior sucesso comercial na Argentina contaram com a produção de dois ou três canais de televisão privada. Grupo Clarín, Telefé, Canal 9 e TV a cabo também vêm investindo na produção de cinema. A vantagem é que um grupo como Clarín pode realizar um amplo serviço de promoção de um filme. A outra face da moeda é que tem se concentrado a produção em quatro ou cinco produto-

ras que competem desigualmente com as demais 50 ou 60 produtoras menores. Isso também gera um problema ao Estado porque ele tem de atender de diferentes modos essas poucas empresas que, associadas a esses grandes grupos, produzem um ou dois filmes de sucesso por ano, e as pequenas empresas de cinema. A concentração econômica também gera um problema cultural. A existência de mais olhares enriquece a democracia cultural e a diversidade da cultura. A concentração dos olhares gera um autoritarismo cultural e o Estado tem que intervir nisso.

A parceria entre TV e cinema é indispensável para a existência do cinema e para o desenvolvimento da televisão, particularmente a televisão aberta, que vive e experimenta crises cada vez maiores. É só fazer um histórico: os países que não resolveram a relação TV - cinema tiveram consequências muito graves para o desenvolvimento da atividade cinematográfica. Nos EUA, no início, houve competição entre TV e cinema, mas logo os interesses se associaram. Na Europa, hoje, não existiria cinema se o monopólio televisivo não estivesse nas mãos do Estado, derivando recursos para produzir cinema. Hoje em dia, a televisão estatal espanhola destina US\$200 milhões ao ano para produzir longas-metragens; e a televisão italiana igualmente. Na América Latina o único exemplo parecido é no México, com a Televisa. Aqui é uma experiência muito nova, na Colômbia já vemos alguma coisa, México tem retomado essas parcerias, no Brasil creio que a Globo considera a possibilidade de algo parecido. De qualquer maneira creio que cinema e televisão não são incompatíveis. Nesses acordos entre cinema e TV, os cineastas devem se defender de certas condições que lhes são impostas por esses monopólios televisivos, e o empresário de televi-

são deve perceber que os cineastas podem contribuir para a renovação do meio televisivo.

Sinopse: *De onde vem o incentivo para a produção independente de TV? Do INCAA?*

O.G.: Os incentivos principais que existem no país para a produção independente provêm da Ley de Cine que o INCAA executa através de créditos diretos, co-produção, subsídios à difusão, adicionais de renda, subsídios à difusão de meios eletrônicos e prêmios em concursos e curta-metragens e para primeiras obras, filmes do interior e projetos independentes.

Sinopse: *Como o cinema vem cumprindo o papel de construção da auto-imagem dos argentinos? É possível definir essa imagem ou imagens?*

O.G.: O cinema, em qualquer parte do mundo, ajuda a reforçar o imaginário da própria sociedade através de um número muito limitado de produções ao ano. A maior parte dos filmes feitos na Argentina, e creio que ocorre o mesmo no Brasil e no México, não se importa muito com a identidade da cultura nacional. Creio que há uma parte limitada dessa produção que vem de setores independentes, com maiores inquietudes culturais, políticas e ideológicas que ajudam a enriquecer o imaginário nacional e sua identidade cultural. A maior parte busca o sucesso através de filmes que reproduzem esquemas já consagrados do cinema americano ou da televisão. Outros estão mais preocupados em fazer filmes que se desenvolvam bem em festivais internacionais. A meu ver, o mais interessante são aquelas produções que combi-

nam um impacto cultural, econômico e político dentro do seu próprio país.

Sinopse: *Como o cinema cumpre ou poderia cumprir um papel na revalorização de cidades do terceiro mundo como Buenos Aires e São Paulo?*

O.G.: Num primeiro momento, o cinema nesses países tratou mais da questão rural porque o público era formado por pessoas que migravam para as cidades e estavam interessados em estórias sobre suas origens. À medida que a população foi se concentrando nos grandes centros, isso mudou. O que faz falta hoje em dia é um aprofundamento da questão do mundo urbano. Creio que um filme que fizer isso, utilizando cenários, linguagem, códigos próprios, terá sucesso porque o mercado está concentrado nesses espaços. Creio que o audiovisual é o meio que mais pode revitalizar, valorizar e sensibilizar esses espaços. Hoje, através do cinema americano, você sabe que Chicago é diferente de Los Angeles, que é diferente de Nova York, que é diferente de Miami. Porque cada cidade tem sua cenografia, seu ritmo distinto, suas luzes inclusive, suas formas de falar e seus personagens diferenciados. Um cinema produzido nesse contexto municipal urbano creio que serve para impulsionar a cidade. Um filme localizado no contexto urbano de São Paulo serve para sabermos como se vestem os paulistanos, como falam, que indústrias existem em São Paulo, o que as pessoas consomem. Conseqüentemente teríamos mecanismos de intercâmbio e comunicação muito mais interessantes. O cinema não vende somente conteúdos explícitos mas também conteúdos implícitos. Então uma cidade que queira aumentar sua presença internacional, competir ou estabelecer intercâm-

bio com outros centros urbanos, tem que contar também com uma indústria audiovisual que a expresse. Miami nesse momento é a cidade capital da cultura latino-americana porque em Miami convergem cada vez mais investimentos da indústria musical e audiovisual e o governo da cidade já criou toda uma infra-estrutura para atender esta demanda. Conseqüentemente lá estão as empresas de TV a cabo e gravadoras musicais. Hoje em dia, São Paulo, Porto Alegre, Montevideu e Buenos Aires poderiam estabelecer um interessante intercâmbio na indústria audiovisual porque têm governos progressistas, preocupados em dinamizar a cultura e a identidade nacional, o que pode dar uma nova dinâmica para o audiovisual.

Sinopse: *Na Argentina, o curta-metragem é visto como espaço do aprendizado ou cumpre alguma função política? De que forma a produção do curta é incentivada? De que forma sua exibição é promovida?*

O.G.: O curta-metragem figura na lei como exibição antes do longa, sem retribuição alguma, mas essa lei não se aplica mais. Segue então com a função formativa nas escolas e nos concursos promovidos pelo INCAA. O que vemos de interessante nas escolas de cinema são tentativas de se chegar ao longa-metragem num conjunto quatro ou cinco curtas que somam o tempo de um longa-metragem. Além disso, a rede de exibição americana Hoyts também instituiu concursos para a realização de curtas que serão exibidos em sua rede de salas. Para substituir a obrigação de exibi-los, o INCAA está tratando de criar um projeto experimental de um ano onde será selecionado um conjunto de curtas-metragens de qualidade e esse pacote

será oferecido aos exibidores. Se o curta tem qualidade, é um incentivo ao espectador de cinema e também vai atrair exibidores.

Sinopse: *E na televisão?*

O.G.: A televisão estatal melhorou recentemente com a mudança de governo. Na programação desse canal passaram curtas durante vários meses. Na TV a cabo há três programas, um de curtas latinos, outro de curtas argentinos e um de animação do mundo todo. Então o curta é um meio formidável não só para aprendizado de novos realizadores mas também para veteranos pois significa renovação de linguagem, experimentação tecnológica e maior oferta de empregos. No Brasil, o curta-metragem desenvolveu-se muito mais do que aqui devido à forte produção que teve nos anos de crise. Aqui existe uma mentalidade afobada de ir logo para o longa-metragem.

Sinopse: *A idéia de indústria é ajustada para definir o atual estágio da produção argentina?*

O.G.: O cinema na Argentina não existe enquanto indústria desde os anos 40. Desde então existem projetos para o cinema. A única indústria existente, na América Latina em geral, é a indústria da televisão. Então o que existe como projeto desejável é a indústria audiovisual, que harmonize a relação cinema - televisão e outras novas tecnologias. Às vezes os mercados são muito pequenos e não suportam um desenvolvimento industrial, por isso aposto nos acordos regionais como o Mercosul, Pacto Andino, etc. O Mercosul vive um paradoxo, pois países como Brasil e Argentina que são limítrofes e que têm como única barrei-

ra o idioma, não desenvolvem intercâmbio algum de comercialização no campo cinematográfico. Acredito também que isso é um desafio cultural, que passa por novos temas, narrativas, estéticas, pois seria necessário fazer filmes pensando no mercado vizinho e vice-versa. Mas isso é mais sensato do que fazer filmes pensando que serão comercializados na Inglaterra, Alemanha, França, o que é uma utopia total. A produção está se continentalizando cada vez mais. Isso não significa que desaparecem as identidades nacionais, na verdade elas se redefinem. Então, o Mercosul precisa formular um projeto de indústria audiovisual. A outra opção é suportar de forma fragmentada o peso das outras indústrias existentes.

Sinopse: *Sabemos que o cinema vem perdendo público em escala global há muitos anos, num processo já bem definido. No caso argentino, qual o grau da exclusão de parcelas do público dos cinemas?*

O.G.: O cinema ao longo dos anos foi concentrando-se territorialmente, com a concentração urbana e, socialmente, na medida em que se tornou restrito a espaços de classes média para cima. Quem vai ao cinema são as pessoas que vão várias vezes por ano. O modelo neoliberal implica que 35% da população, que não consome, desapareça. Essa é a realidade.

Sinopse: *Nesse contexto, existe uma política da cidade de Buenos Aires para o cinema?*

O.G.: Não há. Nos últimos quatro ou cinco anos houve maior inquietação do governo municipal quanto à cultura. Vimos al-

gumas atividades, como o Festival de Cinema Independente, que agora vai para a terceira edição. Existem projetos, como por exemplo, de um canal de televisão aberta da cidade de Buenos Aires. Temos um museu de cinema, que reúne algum material. Temos o Centro Cultural Rojas, que promove cursos, faz difusão e capacitação para produção de vídeos. Mas o governo da cidade não tem nenhuma política instalada, e isso é uma carência.

Sinopse: *Quais as possibilidades de maior integração latino-americana (tema do seu livro), num futuro próximo, e através de que medidas?*

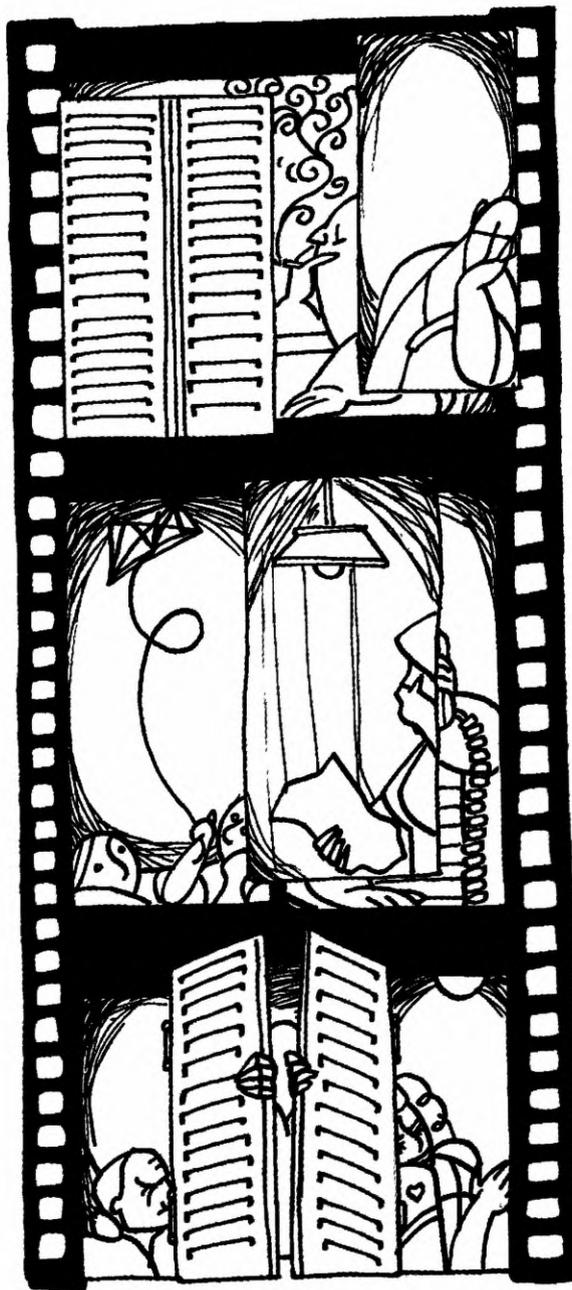
O.G.: Existem projetos desde a origem do território com San Martin, Bolívar. Eles nunca se concretizaram. No campo da cultura e do cinema ainda é necessário insistir nisso porque ou buscamos formas de integração ou não teremos futuro enquanto nações. Tivemos a Conferência de Autoridades Cinematográficas Latino-Americanas que se criou em 1989, em Caracas. No Mercosul, é também imprescindível que governos e associações de cineastas e produtores realizem seminários, encontros e tomem medidas concretas, que se traduzam em idéias. Um exemplo: podíamos passar dez filmes brasileiros por aqui e vice-versa. Isso também deveria ocorrer na área musical. Escutei esses dias no Brasil um forró que é muito parecido com uma música regional que se faz em Córdoba, e no entanto as regiões não têm troca cultural alguma. Enfim, deveria haver uma integração cultural, celebrando as semelhanças e encarando as diferenças como algo que pode seduzir os dois públicos. Em caso contrário, o Mercosul será um blefe.

O dinheiro do Estado e a produção cinematográfica na França

por João Lanari*

A sensação do espectador habitual de cinema é que só existe uma cinematografia a fazer frente aos americanos – a francesa, graças, naturalmente, aos generosos subsídios fornecidos pelo Governo. Ou melhor, graças à ação vigorosa do Governo francês na *batalha* específica do audiovisual em meio à *guerra* mundial do comércio. As razões para tal percepção têm fundamentos insuspeitos na realidade, bastando lembrar a famosa “exceção para o audiovisual” que os franceses levantaram durante as negociações da Rodada Uruguaí, na época da criação da *Organização Mundial do Comércio* no começo dos anos 90. Nessa tacada, cinema e televisão europeus foram excluídos da maré liberalizante no audiovisual que os americanos do norte impingiram ao planeta.

O espectador tem razão, pois basta uma consulta breve aos nossos arquivos mentais para conferir a intuição de que, salvo cinematografias de países “autoritários” (Irã e China), onde o cinema (e eventuais auxílios) obedecem a outros imperativos, só mesmo o cinema *francês* é capaz de comparecer regularmente nas telas brasileiras. Mesmo o *inglês* – que se beneficia da “proximidade” com o americano – e o *espanhol* – tirando Almodóvar – são mais erráticos. Obviamente essa regularidade apóia-se numa *política consistente para o cinema*, da produção à exibição, da pequena cidade no interior à escala europeia. A nação francesa, ciosa do seu acervo de realizações culturais, enxerga no cinema uma extensão natural dessas qualidades e um motivo a mais de orgulho. Cla-



ro, o cinema francês tem uma bela história, de René Clair a Jean Renoir, de Godard a Truffaut. Mas isso também temos. O que é fundamental é o consenso social por detrás dessa política para garantir sua continuidade, algo que parece ausente – por falta de articulação – no Brasil. Trata-se, enfim, de mais um caso bem sucedido de ação estatal na área cultural, coisa em que os franceses são inegavelmente mestres.

A ajuda financeira do Estado ao cinema francês foi definida, em estudo recente (vide último parágrafo), como *multiforme* e *multidirecional*. Baseia-se, em primeiro lugar, numa *política de apoio*, conjunto de aportes financeiros concedidos às produções pelo CNC (Centre National de Cinematographie), alguns automáticos, outros seletivos. Sublinhe-se, como veremos, a preocupação com o estímulo ao *primeiro longa*. Ainda no *budget* do Ministério da Cultura, onde está o CNC, estão programas suplementares – auxílio à exportação, formação de quadros, patrimônio, inovação, pesquisa – que, embora inferiores em escala, garantem o aprimoramento técnico e cultural. Seguem-se as chamadas *ajudas indiretas*, renúncias fiscais que o Estado faz para investimentos feitos através das SOFICAs (*Sociétés de financement de l'industrie cinématographique et audiovisuelle*), 75 % dos quais destinam-se à produção. Fecha o quadro a contribuição das televisões públicas e privadas, que depositam recursos num *Fundo de suporte* ao audiovisual, do qual quase a metade vai também para a produção.

Mal resumindo, são três as instâncias onde o Estado francês apoia seu cinema – ajuda direta pelo CNC, deduções fiscais e compras pela TV. Antes de detalhar um pouco como o CNC opera – cristalinamente mostrado na sua *web page* – vale a pena conferir algumas cifras.

Em 1998, os recursos financeiros da produção francesa originaram-se das seguintes fontes: 39 % das televisões (12 % em 86); 28 % dos produtores (42 % em 86); 23 % das políticas de *apoio*, incluindo automáticas e seletivas (35 % em 86); 10 % de aportes estrangeiros (11 % em 86); e 5 % através do SOFICA (4 % em 86). De cara vê-se que *deduções fiscais* ocupam lugar marginal (ao contrário da nossa Lei do Audiovisual ...), sugerindo que este expediente é complicado (corrupção?) e desaconselhável (onde já se viu o Estado francês abrir mão de arrecadação?). Note-se também que entre 1986 e 98 reduziu-se o *apoio direto* do CNC, mas a ação do Estado deslocou-se sobretudo para as TVs.

A participação das televisões cresceu sobretudo com a entrada no mercado do *Canal Plus* (foram muitas as vezes que o nome desse canal cifrado, que chega nas casas francesas mediante pagamento à parte, apareceu nos letreiros dos filmes). Hoje o *Canal +* participa em 90 % da produção. Em 1998, as televisões abertas gastaram 40 milhões de dólares em co-produção e 60 em pré-compra de filmes franceses, cerca de 13 % do total do financiamento da produção. Só o *Canal Plus* pré-comprou naquele ano 140 milhões, 18 % do conjunto. Desnecessário ressaltar que as televisões, públicas e privadas (onde inclui-se o *Canal +*), são obrigadas por lei a financiar o cinema – ou seja, a produção audiovisual descentralizada, realizada fora das TVs –, outro aspecto, por mais óbvio e evidente que possa parecer, que não se vê no Brasil. Ou será que

as TVs públicas brasileiras já pensaram no assunto? e a Secretaria do Audiovisual? e o Ministério das Comunicações? e o Pedro Parente? e o Presidente? e ...

Essa política agressiva mostrou resultados. Em 1998, foram produzidos na França 183 filmes, 20 a mais do que no ano precedente, 148 de *iniciativa francesa*, 32 co-produções majoritariamente estrangeiras e três beneficiários de *ajuda especial*, voltada aos países da Europa central e do leste. Vamos analisar mais detalhadamente os 148. Nestes, o investimento total alcançou algo em torno de 584 milhões de dólares, e o custo médio de produção 2,7 milhões. Um dado importantíssimo: quase 40 %, ou seja, 58 produções, foram de cineastas com seus *primeiros longas*, dos quais 21 obtiveram *avanço sobre receita*, um dos apoios seletivos que o CNC concede. No total em relação à produção, o Estado entrou com 70 milhões de dólares de apoios automático e seletivo, 40 de ajuda à distribuição/exibição, 54 de co-produções e pré-compras das televisões públicas, e 25 de deduções fiscais. Tudo bem, é muito dinheiro. No Brasil, dirão os sofistas, simplesmente não dá. Se dividirmos todos esses números por *dois*, entretanto, a coisa começa a “adquirir contornos de realidade”, dirão os céticos. Se dividirmos por *três*, atingimos a *massa informe da empiria*, dirão os pragmáticos. E, sobretudo, se conseguirmos implementar uma política consistente como essa, dirão os realistas, dá para começar.

O *xis* da questão é a integração cinema e televisão no *plano institucional*. Os franceses têm o *Conselho Nacional do Audiovisual* para regulamentar essa política, órgão de prestígio na política interna do país, que faz um *mix* esperto de cultura e indústria (veja também o *site*). Ninguém discute, simplesmente não existe a esquizofrenia cine x TV. E no

Brasil? Mesmo com o cinema americano crescendo na exibição das salas de cinema francesas – era 63,5 % em 1998, contra 27,4 % de filmes nacionais e 9,1 % de produções de outras nacionalidades, cifras que no ano 2000 foram 68 %, 27 % e 5 %, respectivamente – o espaço na televisão, sobretudo, mais o retorno dos mercados ancilares, vídeo e exportação, mais do que justificam o investimento na produção audiovisual.

E o CNC? Como funciona esse órgão, que é a um tempo mais enxuto e mais eficiente do que a nossa velha *Embrafilme*?

O Centro apoia a produção/distribuição/exibição cinematográficas, a produção para TV, a criação de roteiros para cinema e TV, curta-metragens, novas tecnologias, técnicas industriais, vídeo, co-produções internacionais. Tira suas receitas de taxação sobre entradas de cinema (alguém se lembra da luta contra os exibidores no finado *Concine* para implantação do ingresso padronizado de cinema?) e – acredite, se quiser – de impostos cobrados das TVs. Algo inimaginável para nós, brasileiros. Em 1999, o CNC arrancou das TVs cerca de 270 milhões de dólares, que se somaram a quase cem dos cinemas, constituindo-se em poderoso orçamento para implementar seus diversos programas.

Vamos aos números. Em 1998, o CNC desembolsou 51 milhões de dólares de *apoio automático* aos produtores, investidos em novas produções. Os valores que cada produtor recebeu foram calculados de acordo com a receita obtida por seus filmes anteriores no cinema e pela difusão na TV. Também rolou apoio automático a distribuidores e exibidores, calculados em função da performance com filmes franceses. No caso dos exibidores, foram 43 milhões de apoio para renovação de equipamento. Criado em 1960, o sistema de *avanço sobre a receita* tem como objetivo encora-

jar a realização dos *primeiros longas* e de apoiar o *cinema independente* (ao contrário de outras plagas, a expressão não provoca arrepios nos burocratas franceses...). Ouvida uma comissão composta de personalidades reconhecidas no ramo, é concedido o avanço, na prática um empréstimo sem juros e reembolsável após a receita do filme. Em 1998 saíram 20 milhões de dólares nesse item. Frise-se que a concorrência é grande, em geral apenas 10 % dos projetos são aprovados para receber o avanço. A média anual de pedidos chega a 550 projetos.

Aqui cabe um parêntese para explicitar um pouco mais o trabalho das comissões, outro tema complicado na cena brasileira, onde muitas vezes comissões e júris funcionam na base do “toma lá, dá cá”. Não que a politicagem inexista, claro, mas os critérios e atribuições são definidos a priori, diminuindo a margem de manobra dos “prevenidos”. A comissão para *apoio seletivo* é composta de 1 presidente, 4 vices e 32 membros. Subdivide-se em um primeiro colégio com 1 presidente, 1 vice e 7 membros dedicados aos pedidos de *avanço* dos realizadores do primeiro longa. O segundo colégio, com números idênticos, opera com realizadores que já fizeram o primeiro longa. O terceiro, com 11 membros, para avaliar *avanços* depois da realização dos filmes, e o quarto, com 7 membros, para examinar ajudas a preparação finalização de roteiros – incluindo compra de direitos, pesquisa e escritura.

Os especialistas que analisam este último item baseiam suas escolhas na experiência e nos resultados daquela produtora na criação e desenvolvimento de roteiros; na qualidade, ambição artística e viabilidade dos projetos; e nas tratativas e associações da produtora com vistas ao projeto em análise. São roteiristas, escritores, realizadores, ou produ-

tores e distribuidores com experiência em análise financeira de projetos – e com os nomes divulgados somente após a publicação dos resultados.

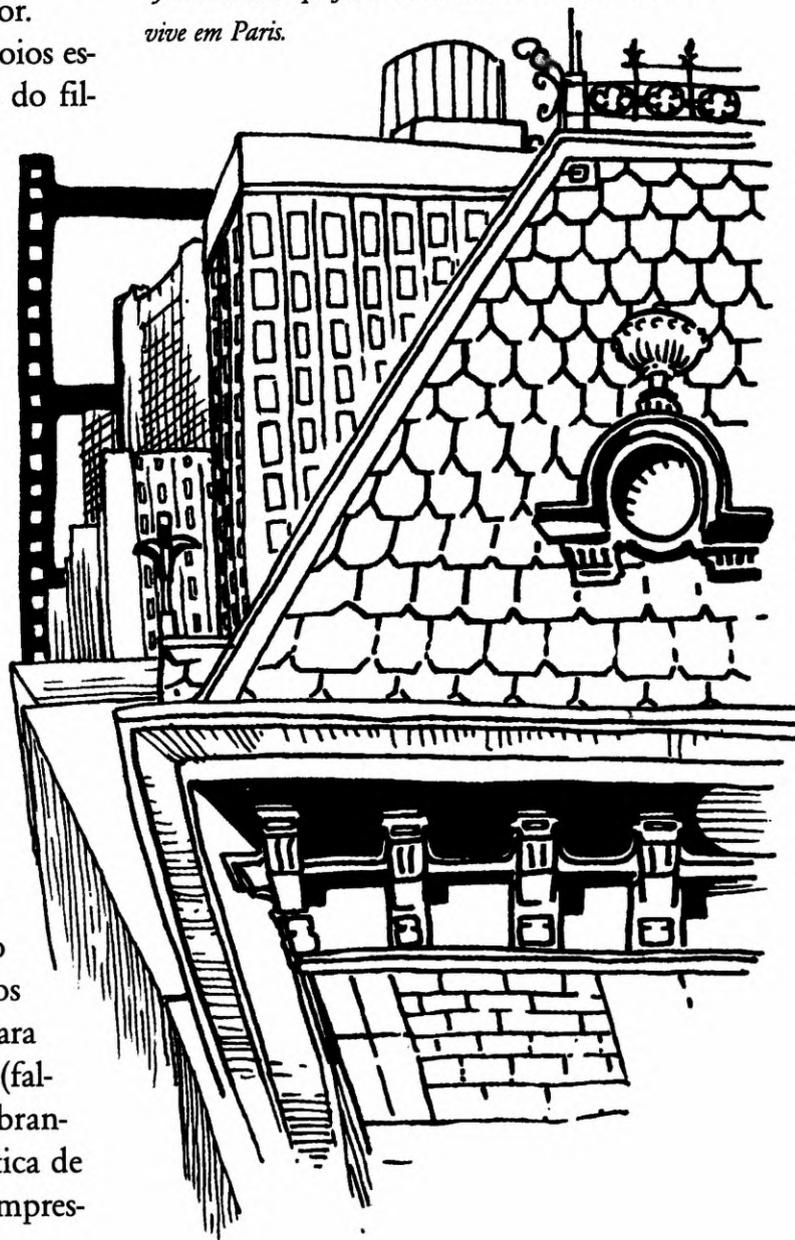
No CNC, dizer que um filme é *elegível* ao apoio financeiro significa que ele pode usufruir de apoio na exibição nas salas de cinema, na televisão ou nos videocassetes. Os catálogos e a *web page* do CNC estão cheios de estatísticas voltadas para o apoio à produção audiovisual na TV. Em 1998, por exemplo, quase três mil horas de produções beneficiadas com o apoio do CNC foram difundidas, 23 % a mais em relação ao ano anterior.

Poderíamos falar também de apoios específicos, como aquele para a música do filme. Mas só para insistir com a objetividade cartesiana do sistema francês e assim exasperar a malemolência tropical, vale a pena citar o apoio à distribuição do *primeiro longa*, uma avanço igualmente reembolsável que pode chegar a 30 mil dólares, e que se revela obviamente útil para despesas de promoção. Importante notar que ela se destina aos filmes cuja verba de lançamento não ultrapassa os 230 mil dólares.

Claro que esse sistema não é imune a lobbistas e outras categorias afins. Não se trata aqui de fazer a apologia dos franceses... Para uma leitura afinada, roga-se ao leitor o obsequio de conferir o texto de Daniel Sauvaget, incluído na coletânea *Le Cinéma et l'argent*, de 1999, editado pela Nathan. Mas é fato que estamos diante de uma política consistente para o audiovisual, intervencionista sem (falsos) pudores e demagogias. Preto no branco, o negócio é gerar uma massa crítica de produção para contrapor ao rolo compres-

sor ianque. É por ela que os franceses se batem, nas escolas de cinema, nos festivais, na OMC, na União Européia. Tudo bem, o Brasil é uma grande federação, é preciso coordenar a política cinematográfica também nos níveis estadual e municipal. Mas, e se o nosso MinC, para começar, articulasse um pacote anual de dez filmes, cinco para estreantes, com as TVs públicas, custo médio 1 milhão de dólares...? será difícil? a quem não interessa? mas aí é outra história ...

**João Lanari é professor de cinema da UnB, atualmente vive em Paris.*



por Mariza Leão*

Uma andorinha só não faz verão

A estória da criação da RIOFILME, empresa distribuidora de filmes da cidade do Rio de Janeiro, é muito pouco conhecida do meio cinematográfico em geral, incluindo o carioca. De início, ao contrário do se possa pensar, a RIOFILME não foi uma demanda de produtores e diretores, mas sim de um pequeno grupo de ex-funcionários da Embrafilme.

Com o apoio fundamental de Nelson Pereira dos Santos e de dois vereadores da Câmara Municipal, Maurício Azedo e Francisco Milani, criou-se a pressão suficiente para convencer o então Prefeito Marcelo Allencar a constituir uma empresa de economia mista cuja natureza era a de uma distribuidora de filmes de amplitude nacional. Apesar de seu caráter municipal e das limitações que

isto representava, o estatuto da RIOFILME buscava reproduzir o modelo da própria Embrafilme.

Fui a primeira pessoa a ocupar a direção geral da distribuidora, cargo onde permaneci por cerca de um ano. Estávamos em pleno Governo Collor, agosto de 1992, quando o cinema brasileiro ocupava 0,5% (meio por cento) do mercado. O fechamento da Embrafilme e do Concine havia provocado um impacto negativo violento sobre todos os segmentos do mercado. Técnicos desempregados, produtoras paralisadas, diretores sem saber por onde começar seu filme. Este era o quadro geral. Para alguns poucos que se lançaram com a cara e a coragem, ousaram filmar e terminaram seus filmes, restava a triste

constatação de que não havia como exibí-los, pois não havia como distribuí-los.

Neste contexto surge a RIOFILME. Tínhamos pressa e garra, tínhamos fome e raiva.

Era preciso correr. Inicialmente, Paulo Sergio de Almeida, diretor comercial e eu, tratamos de criar uma *carteira de distribuição*, objetivo principal da empresa. Mas, em poucos meses de funcionamento, tornou-se evidente que era necessário investir diretamente nos filmes. Aprovamos a *carteira de finalização* capaz de complementar com recursos diretos os produtores que não conseguiam terminar seus filmes. Afinal, todos as fontes de recursos à produção haviam sido extintas e os mecanismos de incentivo fiscal ainda não estavam em funcionamento. A



crise era tão grande que se não houvesse investimentos na produção, provavelmente a RIOFILME não teria tantos filmes assim para lançar no mercado.

Antes de voltar à minha atividade de produtora, desenvolvi na RIOFILME dois projetos que me são muito caros: "A Escola Vai ao Cinema", "O Cinema Vai à Universidade". Era nossa aposta na formação de público ao mesmo tempo em significava uma espécie de "guerrilha do cinema" na discussão do país naquele momento. Filmes e debates, uma boa combustão política. Na outra ponta, era preciso estimular o exibidor a voltar a programar os filmes brasileiros e neste sentido, a RIOFILME criou um programa de estímulo à exibição de filmes nacionais

através da diminuição dos valores de IPTU nas salas de cinema que programassem filmes nacionais. Graças a esta medida, a cidade do Rio de Janeiro é hoje a capital campeã de público para o filme brasileiro.

Já na gestão de Paulo Sergio de Almeida, a partir de 93, foi criada a *carteira de co-produção* com investimentos em projetos ainda em fase de pré-produção. Aos poucos, os filmes brasileiros voltavam a ser exibidos, tinham trailers, cartaz, anúncios de jornais, etc... Começávamos a dar visibilidade aos filmes brasileiros e dignidade também.

Tornava-se então a RIOFILME a única base sólida de política audiovisual do país. Era o Rio de Janeiro assumindo um papel de vanguarda na relação Estado/Cultura. O

então Prefeito Cesar Maia e a Secretária de Cultura, Helena Severo, sabiam do significado desta política e o quanto isto significava para a cidade do Rio de Janeiro e estimularam a RIOFILME a crescer mais ainda.

A partir de meados de 95, José Carlos Avellar assume a direção de geral da empresa. Graças ao seu empenho pessoal, a RIOFILME passa a atuar também na *divulgação de filmes brasileiros no exterior*. Cópias são legendadas e enviadas aos mais importantes festivais do mundo. Recomeçava aqui o esforço de recolocar o cinema brasileiro na agenda internacional.

Parece muito, mas não é tudo. À medida em que esta ação integrada de promoção do cinema brasileiro avançava, os

alguns dados

fonte: Filme B

ANO		N.º DE FILMES	em R\$ 1.000,00 VALOR INVESTIDO
1992	DISTRIBUIÇÃO	3	154,37
	CO-PRODUÇÃO	0	-
	FINALIZAÇÃO	0	-
1993	DISTRIBUIÇÃO	4	227,06
	CO-PRODUÇÃO	0	-
	FINALIZAÇÃO	0	-
1994	DISTRIBUIÇÃO	7	658,96
	CO-PRODUÇÃO	0	-
	FINALIZAÇÃO	5	468,99
1995	DISTRIBUIÇÃO	10	1.033,28
	CO-PRODUÇÃO	4	-
	FINALIZAÇÃO	2	2.233,15
1996	DISTRIBUIÇÃO	18	2.285,11
	CO-PRODUÇÃO	7	1.920,79
	FINALIZAÇÃO	4	2.990,99
1997	DISTRIBUIÇÃO	13	2.024,59
	CO-PRODUÇÃO	4	460,00
	FINALIZAÇÃO	7	1.181,53
1998	DISTRIBUIÇÃO	17	3.404,12
	CO-PRODUÇÃO	6	411,27
	FINALIZAÇÃO	5	1.279,81
1999	DISTRIBUIÇÃO	20	3.355,23
	CO-PRODUÇÃO	6	495,92
	FINALIZAÇÃO	6	838,78
2000*	DISTRIBUIÇÃO	17	1.333,98
	CO-PRODUÇÃO	4	652,54
	FINALIZAÇÃO	9	960,00

Valores corrigidos com base no IGPM

(*) Previsão



impasses da exibição dos filmes nacionais tornavam-se mais evidentes. Por outro lado, a partir de 96, os filmes produzidos com recursos das leis de incentivo fiscal começam a ficar prontos. Em pouco tempo, haveria mais filmes a lançar do que se pensava e nenhuma estrutura além da RIOFILME para operar estes lançamentos. Com o objetivo de garantir uma melhor colocação dos filmes por ela distribuídos, a RIOFILME forma uma **parceria com alguns exibidores** e torna-se assim detentora de um percentual da programação em várias cidades do Brasil, como Rio, São Paulo, Belo Horizonte e Fortaleza.

À parceria com os exibidores sucedem-se **acordos com distribuidores estrangeiros** como a Columbia Tristar Filmes do Brasil, a Buena Vista International, United International Pictures (UIP) e a Lumière com o objetivo de reduzir custos e otimizar os lançamentos dos filmes.

O resultado desta política impressiona. Dos cerca de 120 filmes de longa metragem realizados no Brasil, de 95 para cá, mais de 80% foram distribuídos pela RIOFILME. Tinha razão o então Prefeito Cesar Maia, quando assumiu a Prefeitura em 1993: “nossa única vantagem é que temos muito espaço para crescer.” E de fato crescemos. Se hoje o cinema conseguiu ocupar cerca de 8% do mercado, muito desse crescimento se deve ao esforço da RIOFILME, direta e indiretamente.

Temos que admitir que este é um perfil excepcional para uma empresa municipal que sobrevive exclusivamente de recursos públicos da cidade do Rio de Janeiro. E pasmem todos, o orçamento anual da Riofilme gira em torno de US\$ 2 milhões de dólares! No entanto, apesar desta trajetória bem sucedida, a RIOFILME encontra-se hoje num impasse,

semelhante ao do próprio setor audiovisual como um todo.

Afinal, uma andorinha sozinha não faz verão.

Impasses e Contradições

Oito anos de RIOFILME. Cinco anos de leis de incentivo.

Estas duas trajetórias se cruzam e refletem com limpidez absoluta os impasses e as contradições da política audiovisual do país. Se por um lado, os mecanismos de captação incentivada permitiram a produção de mais de 120 longas metragem, por outro lado não se preparou o terreno para que esta produção fosse comercializada com um mínimo de garantia e perspectiva. Única solução de escoamento para dezenas de filmes que foram produzidos aleatoriamente, quero dizer, sem nenhum vínculo preliminar com o mercado, a RIOFILME transformou-se em herdeira involuntária de um volume de filmes acima de sua capacidade operacional e de sua disponibilidade orçamentária. Mais grave do que o aspecto quantitativo é o aspecto qualitativo da questão. O conteúdo de grande parte desta produção não atende às exigências do mercado tal qual este está formatado.

Ao contrário da Embrafilme que investia na produção de um lote de filmes capaz de fortalecê-la como Distribuidora, os aportes da RIOFILME na produção não chegam a US\$ 100 mil. Seus investimentos são importantes e complementares, porém não são capazes de garantir-lhe produtos com perspectiva comercial, exceção a “Central do Brasil”, “Pequeno Dicionário Amoroso” e “Menino Maluquinho”, dentre poucos outros. Qualquer um sabe que negociar semana a semana com exibidores de um lado e produtores/realizadores do outro não é tare-

fa fácil. Do lado dos exibidores estão os números, frios e concretos. Do lado dos produtores/realizadores, expectativa e sonho. Entre os dois, está o distribuidor a quem cabe forçar aqui e ali em defesa do filme em questão. O poder de uma distribuidora vem de seu llote de filmes, de seu catálogo. E nestes anos todos, a RIOFILME teve muito poucas vezes oportunidade de trabalhar com filmes de forte performance no mercado.

A conclusão é simples: uma Distribuidora tem que necessariamente investir na produção e formar um lote próprio capaz de dar-lhe as condições para negociar com o mercado. Por outro lado, as Distribuidoras estrangeiras, notadamente a Columbia e a Warner e, mais recentemente a Fox, utilizam-se do art. 3 da Lei do Audiovisual e se associam a projetos com perfil comercial melhor definido. Neste quadro, os poucos filmes que conseguiram lançamento através de distribuidoras como a Columbia, Fox, Warner, Uip e Lumière conseguiram competir no mercado de forma mais equilibrada. No entanto, este é um pequeno conjunto de exceção. A grande maioria dos filmes da “retomada” foi desembocar na RIOFILME. Acuada, porém destemida, a distribuidora municipal passou a operar num circuito especial, para alguns uma espécie de gueto indesejável, porém, única alternativa possível.

Para complicar ainda mais o cenário, a implantação dos multiplex no país, aliada ao fechamento das salas de cinema em áreas mais populares, modificaram o perfil do público e implantaram padrões de marketing e publicidade que demandam grandes investimentos na comercialização de filmes. Os grandes lançamentos passam a ter 250 cópias, o volume de gastos na comercialização de bolckbusters poder chegar a R\$ 2,5 milhões. Mas, isto não é tudo.

O surgimento da Globo Filmes botou mais lenha na fogueira. O volume de investimento em mídia e promoção dos filmes com o selo da Globo aumentou ainda mais o padrão dos lançamentos. "Tudo que é quente, pinta na tela da gente", o slogan pode e deve ser visto ao contrário: "tudo que não pinta na tela da gente é frio". Neste quadro, isonomia competitiva é apenas um jargão em busca de um agente que a torne possível. E esse agente só pode ser o Governo Federal, a quem cabe regular o mercado em todos os seus segmentos. A tarefa é monumental e demanda um esforço integrado do executivo, do legislativo e da classe cinematográfica. Ações recentes do Ministério da Cultura, através da Secretaria do Audiovisual, nos últimos 2 anos, indicam que o diagnóstico do problema já é de domínio de todos. A tarefa é tão grande que o próprio Presidente da República nomeou um grupo de trabalho - o GEDIC - para junto com diversos ministros tentar traçar uma ação política abrangente e decisiva para o audiovisual brasileiro.

Todo este contexto aponta para a necessidade de surgirem novas estruturas de distribuição no país, porém diversas da RIOFILME. Provavelmente deverão ser criadas condições para que distribuidoras privadas se capitalizem com recursos da própria atividade e possam concorrer com os investimentos das companhias estrangeiras.

No âmbito das ações estaduais e municipais, repetir o modelo RIOFILME seria, a meu ver, um erro dispensável. O caso RIOFILME é único e suficiente e, no atual cenário, ela própria terá que repensar seu caminho. Políticas municipais e estaduais são fundamentais para o desenvolvimento do setor, porém, têm que estar associadas a um conjunto de medidas no âmbito do Gover-

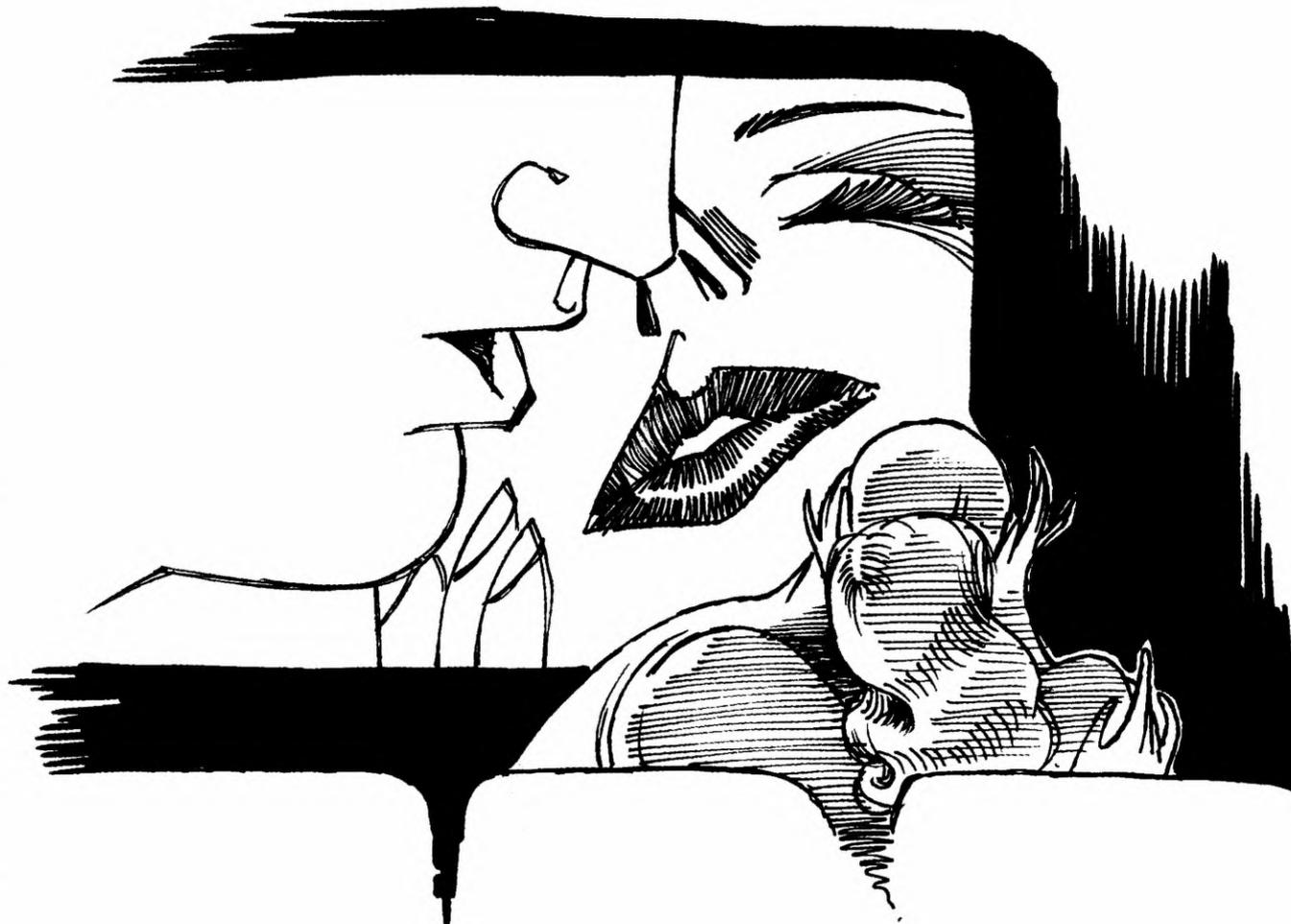
no Federal que vai desde a regulamentação do mercado até a criação de novas fontes de financiamento. Parece pouco, mas não é. Como tratar a questão da entrada de cerca de 250 novos títulos estrangeiros por ano somente para exibição em salas de cinema? Como mudar a relação da televisão com o cinema? Como garantir isonomia competitiva aos filmes nacionais em nosso próprio mercado? Estes e outros temas estão em busca de soluções urgentes.

Enquanto isto, o que se observa é que a grande maioria dos estados e municípios da federação limita-se a reproduzir o modelo de incentivos fiscais, gerando uma usina de certificados de captação em busca de recursos. Neste sentido, mais uma vez o Rio de Janeiro, através do Governo do Estado, parece sair na frente novamente. Desta vez, a

Secretária Especial de Cultura, Helena Severo, articula e desenvolve um projeto de investimentos na produção, distribuição e comercialização de filmes cariocas. Afinal, qualquer um que se debruce sobre a questão da produção cultural no Brasil já concluiu que a simples existência de mecanismos de incentivos não é suficiente para alavancar um setor como o audiovisual.

Para terminar eu diria: salve a RIOFILME! Que seu projeto reencontre um perfil mais contemporâneo à situação atual; que seu futuro possa ser ainda mais combativo e eficiente; que sua história seja sempre motivo de orgulho para todos nós.

**Mariza Leão é produtora executiva do filme Canudos, entre outros.*



Cinco cenas paulistanas

Por Fernando Bonassi*

ENQUANTO ISSO, NUM BANCO DA CIDADE...

Vocês vêm aqui depositar todo o dinheiro que ganharam depois de trabalhar como condenados. Esses caras pegam o seu dinheiro e põem naquelas bolsas, fazendo com que ele se multiplique como um milagre de peixes. Depois creditam uma mixaria na conta de vocês, chamando de “rentabilidade” o que é esmola, perto do que enfiam nos próprios cofres. Ou ainda, o que é pior, vocês vêm aqui pedir dinheiro emprestado e sempre pagam muito mais juros que a mais lucrativa das opções de investimento. Ora, vamos! Vocês não têm do que reclamar. Levantem as mãos, isto não é um assalto.

SE DIRIGINDO

- Só vá dirigindo.
- Onde nós vamos?
- Lugar nenhum, até agora.
- Escuta, eu tenho família...
- Problema seu, devia ter pensado melhor antes.
- O carro, minha carteira, a valise... pode ficar com tudo!
- Eu sei que posso.
- Eu não me importo.
- Não precisa mentir.
- O que vai acontecer?
- Não sei, ainda não sei. Vamos deixar as coisas acontecerem, só vá dirigindo...

REBELIÃO

Oito caras esfarrapados de um lado. Cento e vinte caras fardados de outro. Três, talvez quatro reféns já vendo-se mortos no meio de tudo. Ferros mais ou me-

nos venenosos erguidos contra o céu sem preces, sem pedidos. Apenas exigências. Um helicóptero pr'algum lugar. A maioria com medo. Sanduíches e escopetas numa sacola transparente. Alguns nem aí & querendo mais. Quem não sabe o que pode acontecer, se protege. Gritaria. Quem sabe nem aparece. Psicólogo é piada. Negociação é brincadeira. Ninguém se entende. De uma hora pra outra soltam os cachorros inocentes.

entre as gôndolas e nossa política de café com leite magro termina em pizza congelada. Começamos mal esse programa indigesto, que tinha tudo pra azedar nos yogurts das crianças. Por quê filés macios como sonhos de valsa se sacos cheios de feijão nos deixam em pé do mesmo jeito? Pagando esse preço injusto não vamos pro vinagre, morrendo abandonados como presuntos estirados? Papel higiênico compramos no atacado. Esse é um mundo muito sujo.

REUNIÃO DE CONDOMÍNIO

Vinte e uma peruas preocupadas, mais que preparadas prum natal distante, enrolam as pulseiras nos cachos dos poodles; treze senhores de alta estima após darem seus golpes de baú nessas bolsas de valores, além do síndico de muitas obras e poucos orçamentos, querem saber porque essas escusas garotas solitárias chegam sem mais nem menos que um a toda hora. Por quê as crianças daquelazinha podem gritar até tão tarde? Que estranho anda metendo carro nas nossas garagens? Garoto da pizza fica é na portaria sem televisão. Qualquer problema a gente sobe muro e espeta grade!

SUPERMERCADO

**Fernando Bonassi é escritor, roteirista e dramaturgo. Os textos acima integram o livro de contos "SP/Brasil", a ser lançado pela Editora Dimensão na Bienal do Livro, em maio de 2001.*



DIRETOR

**SE É ASSIM
QUE VOCÊ GOSTA DE VER CINEMA,
GARANTA LOGO O SEU LUGAR.**



**Petrobras
cinema**

PETROBRAS CINEMA. PRIMEIRA SELEÇÃO DE FILMES DE CURTA-METRAGEM.

O Petrobras Cinema é um dos programas que a Petrobras está criando para aprimorar e democratizar seu patrocínio às diversas áreas culturais. Com ele, a empresa está apoiando a produção e a exibição de filmes de curta-metragem para a formação de público e o desenvolvimento da cultura cinematográfica brasileira. Está sendo lançada a primeira seleção de projetos para produção de filmes de curta-metragem do Petrobras Cinema. As obras devem ser inéditas, feitas ou finalizadas em 35mm e com duração máxima de 15 minutos. Se você faz da vida um filme, inscreva logo o seu projeto.

Entrega dos projetos até 9 de março de 2001. Para obter o regulamento, consulte o site www.petrobras.com.br ou ligue para 0800-789001. Informações adicionais pelo e-mail cinema@petrobras.com.br

**MINISTÉRIO DE
MINAS E ENERGIA**



PETROBRAS

**GOVERNO
FEDERAL**
Trabalhando em todo o Brasil



grupo
de
cinema
DE SÃO PAULO

CINUSP



PRÓ-REITORIA DE
CULTURA E EXTENSÃO
UNIVERSITÁRIA

distribuição

Editora
UNESP
FUNDAÇÃO