



Reflexão sobre o cinema feito hoje no Brasil

Ana Maria Giannasi⁶

Resumo: Reflexões sobre a atual produção de filmes de longa metragem no Brasil.

Abstract: Considering to produce films in Brazil today.

Jean-Claude Bernardet inicia seu livro “Historiografia clássica do cinema brasileiro” com a seguinte frase: “*O cinema brasileiro nasceu a 19 de junho de 1898*” (Bernardet, 2004, p. 17). Refere-se à primeira filmagem feita no Brasil e apresenta a certidão de nascimento dada pela maioria dos historiadores, observando que alguns deles levantaram dados de possíveis filmagens anteriores, sem, contudo, apresentarem provas que coloquem essa data em cheque.

O autor dessa primeira filmagem, Alfredo Segreto, trabalhava para seu irmão, Paschoal Segreto, imigrante italiano e dono de uma próspera casa de espetáculos de diversão, onde eram apresentados os mais variados gêneros de peças teatrais, concertos e, também, onde eram exibidos pequenos filmes sem enredo, chamados na época de “vistas animadas”, trazidos da França e de outros países da Europa.

Sediados no Rio de Janeiro, os Segreto promoviam as projeções dos filmetes estrangeiros desde julho de 1896, porém em seções esporádicas. Mesmo assim, a projeção de filmes curtos e sem enredo mostrava ser um negócio bastante rentável e, por isso, o empresário enviou o irmão à Europa com a missão de trazer para o Brasil uma câmera de filmar e negativos virgens. Ao entrar no país pela Baía da Guanabara, ainda em território francês, pois estava a bordo do paquete Brésil, Alfredo, de origem italiana, filmou cenas de sua entrada no porto do Rio de Janeiro com a câmera e negativos recém-comprados.

⁶ Ana Maria Giannasi Atualmente é coordenadora do curso de Bacharelado em Audiovisual do Centro Universitário Senac. Tem experiência na área de Artes, com ênfase em Administração e Produção de Filmes e Audiovisuais. Mestrado defendido na ECA-USP, em 10/05/2007, Área de Concentração: Teoria e Pesquisa em Comunicação, Linha de Pesquisa: Técnicas e Poéticas da Comunicação.
E-mail: ana.mgiannasi@sp.senac.br

Essas imagens nunca foram vistas, pois um incêndio destruiu a sala de espetáculos dos Segreto antes de sua primeira exibição. E assim começou a história do cinema brasileiro.

Não deixa de ser significativo o fato do cinema brasileiro começar justamente com a iniciativa de empresários imigrantes, proprietários de salas exibidoras de filmes estrangeiros, que, ao perceberem a rentabilidade trazida pela novidade da imagem em movimento, trataram de montar suas próprias companhias produtoras de filmes, importando equipamentos e materiais. Tão significativo também é o fato de que, em outros países, as datas que marcam o nascimento de suas cinematografias foram os dias que as primeiras exibições públicas aconteceram. No Brasil, ao contrário, escolhemos o dia de uma suposta primeira filmagem. Vale ressaltar que esses fatos não são banais. Como explicitarei adiante, as questões que envolvem a exibição de filmes no Brasil sempre foram determinantes na construção de nossa cinematografia.

A história do cinema brasileiro mostra movimentos cíclicos que começaram por conta de algum estímulo (uma lei, por exemplo); tiveram um momento de aquecimento e auge, e terminaram por problemas que não foram solucionados naquele período. A maioria dos pesquisadores apresenta os ciclos organizados em ordem cronológica. Outros apontam questões estéticas, artísticas ou políticas como características que correlaciona filmes a um determinado ciclo. Ao estudar esses filmes, identifico que uma das características que os agrupam vem, também, da maneira semelhante que suas produções são realizadas, isto é, os filmes do mesmo ciclo possuem uma forma comum de produção.

Aqui neste artigo, proponho uma reflexão sobre a atual produção cinematográfica brasileira. Gostaria de fazê-la a partir de características do passado que identifico no presente. Por isso, apresento a seguir um resumo dos principais ciclos do cinema nacional, destacando a figura do produtor⁷, que com sua atuação, traz informações importantes sobre cada ciclo.

Ciclo da Belle Époque (de 1896 a 1912)

⁷ Considerarei a definição de produtor aquela que o coloca como o detentor do direito patrimonial da obra, sendo o responsável pelos investimentos necessários à sua produção, colocando dinheiro próprio ou representando um grupo de investidores, correndo os riscos na comercialização do filme e arcando com seus prejuízos em caso de insucesso.



produtores: Donos das salas de espetáculos (exibidores).

início: Quando importaram equipamentos e materiais e começaram suas próprias produções.

auge: Depois da inauguração da primeira usina geradora de energia elétrica no Rio de Janeiro (1907).

declínio: A partir de missões comerciais norte-americanas que ofereciam seu produto a vários donos de salas exibidoras e a um custo muito menor que o similar nacional.

Ciclo das chanchadas (de 1933 a 1960)

produtores: Donos dos grandes estúdios, inspirados no modelo do Star System norte-americano.

início: Década de 30 com investimentos de iniciativa privada.

auge: Logo depois da entrada do Grupo Severiano Ribeiro⁸ na sociedade acionária da Atlântida Cinematográfica (1941).

declínio: Vários fatores influenciaram o encerramento do ciclo. Os principais: O surgimento e fortalecimento da televisão; a falência do modelo norte-americano dos grandes estúdios e o esgotamento de uma fórmula que utilizava a mesma linha narrativa em todos os filmes (paródia aliada a canções de apelo popular).

Ciclo da Vera Cruz (de 1950 a 1954)

produtores: Prósperos industriais imigrantes estabelecidos em São Paulo.

início: Ao construírem seus próprios estúdios.

auge: Em seu terceiro ano de existência e com um portfólio de 18 longas terminados (1953).

declínio: Falência por conta de alto endividamento para pagar seus custos de produção, sem conseguir recuperá-los com os lucros da bilheteria⁹.

Ciclo do cinema educativo (1930-1945)

⁸ Nessa época, o Grupo Severiano Ribeiro já estava consolidado como um dos maiores conglomerados de salas exibidoras de filmes do país.

⁹ Mesmo filmes de grande êxito de público como “O Cangaceiro”, distribuído pela Columbia, não salvou a Vera Cruz da falência, pois, por conta de seu endividamento, havia vendido seus filmes às distribuidoras norte-americanas por valores irrisórios.



produtores: Órgãos governamentais ligados ao Governo de Getúlio Vargas.

início: Criação do INCE (Instituto Nacional de Cinema Educativo), presidido por Humberto Mauro.

auge: Recrudescimento do Estado Novo.

final: Fim do Estado Novo e criação da Fundação Roquette Pinto.

Ciclo do Cinema Novo (1955-1975)

produtores: Realizadores.

início: A partir da atuação conjunta de cineastas de uma nova geração, influenciados pelo cinema europeu (particularmente pela França).

auge: A partir da fundação do INC (Instituto Nacional de Cinema) em 1966.

final: Com a desativação do INC e fortalecimento da Embrafilme.

Ciclo das pornochanchadas (1970-1990)

produtores: Donos de salas de cinema populares (exibidores) em parceria com distribuidores.

início: A partir de ação do INC, que normatizou a cota de tela e montou um sistema de fiscalização eficiente.

auge: A partir de 1975, quando esses filmes se beneficiaram do Prêmio Adicional de Bilheteria, instituído anteriormente pelo INC.

final: Com o fortalecimento da Embrafilme Distribuidora, que além de absorver o Prêmio Adicional de Bilheteria, monopolizou a distribuição de filmes no Brasil, provocando o fechamento das pequenas distribuidoras, parceiras constantes na produção de pornochanchadas.

Ciclo da Embrafilme (1969-1990)

produtores: Estado.

início: Através do Decreto-Lei nº 862, de 12 de setembro de 1969.



auge: Com a fundação da Embrafilme Distribuidora, o Estado controlou produção, distribuição e exibição dos filmes produzidos por ela.

final: Em 1990, com a Lei nº 8.029, de 12 de abril de 1990, assinada por Fernando Collor de Mello, logo após sua posse com Presidente da República.

Ciclo da Retomada (1992– até hoje)

produtores: Realizadores independentes / Investidores.

início: Publicação e operacionalização das Leis Rouanet (1991) e do Audiovisual (1993).

auge: ainda em processo.

O cinema de hoje – breve resumo

Com a extinção da Embrafilme e durante o Governo Collor (de 1991 a 1993), nenhum longa metragem brasileiro de ficção foi produzido (Almeida e Butcher, 2003, p. 24). No final da década de 80, a média de público do filme brasileiro chegava a vinte milhões de espectadores por ano. Em 1992, o número de espectadores foi de 32 mil. (Almeida e Butcher, 2003, p. 13). Em 1992, apenas três títulos brasileiros que ainda estavam inéditos foram lançados no mercado exibidor (Almeida & Butcher, 2003, p. 26).

A implantação de uma política econômica neoliberal praticada a partir do Governo Collor e vigente até os dias de hoje tem no mercado o referencial para a produção de bens industrializados. Dentro dessa política, o risco da produção fica com o produtor e tira do Estado qualquer outra responsabilidade. É dessa forma que a indústria cinematográfica tem que reorganizar sua produção e é dentro do parâmetro da livre iniciativa que a produção cinematográfica é revitalizada com a elaboração de duas leis a partir de 1991: Lei Rouanet e Lei do Audiovisual¹⁰. Estas leis estão baseadas nos princípios de renúncia fiscal, que é um mecanismo onde o Estado deixa de arrecadar determinada porcentagem de impostos em favor da produção de filmes. O repasse do dinheiro do imposto é feito pelo contribuinte e não pelo governo. O produtor, que agora faz parte do grupo de realizadores, depois de credenciado no Ministério da Cultura, apresenta seu projeto a uma

¹⁰ Lei Rouanet – Lei nº 8.313/91 e Lei do Audiovisual – Lei nº 8.685/93.



empresa ou a uma pessoa que tem imposto de renda a pagar. O investidor pode, então a seu critério, destinar parte de seu imposto a pagar ao patrocínio de uma produção cinematográfica.

Logo depois que as leis de incentivos passaram a vigorar, a produção de filmes encontrou um ambiente favorável à realização e, de 1994 a 1998, novos títulos ficam prontos em ritmo acelerado. Porém, essa produção não consegue encontrar seu circuito comercial. Nem a fundação da Riofilme¹¹ possibilita o escoamento da produção. As empresas que investiram por pretenderem aliar seu nome a um marketing cultural recuam e há um princípio de crise. Nesse período, algumas ações governamentais paliativas ajudam a contornar o evidente esgotamento desse modelo:

Criação da Ancine: A Agência Nacional de Cinema foi criada em 2000, vinculada ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior e com a perspectiva de possibilitar a implantação, desenvolvimento e fortalecimento da indústria cinematográfica brasileira. Depois de dois anos, e com a evidente dicotomia entre “cinema indústria” versus “cinema cultura”, a agência foi transferida definitivamente para o Ministério da Cultura e cumpre o papel de fiscalização e regulamentação do setor cinematográfico.

Cota de tela: Desde 1996, o Ministério da Cultura consegue fazer valer a Lei de Obrigatoriedade de Exibição de Filmes Nacionais através das cotas de tela para filmes nacionais. A fiscalização da Ancine possibilita que filmes nacionais cheguem às salas de cinema.

¹¹ A Riofilme – Distribuidora de Filmes é uma estatal ligada à Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro. Foi fundada a partir de negociações dos cineastas cariocas com o poder público municipal para amenizar a vacância deixada pela Embrafilme Distribuidora. Logo ela seria procurada pelos produtores de todo o Brasil, mas ela não tem fôlego para colocar os títulos nacionais na cadeia de exibição nacional.

Nova redação do Art. 3º da Lei do Audiovisual¹²: Com a revisão do Artigo 3º da Lei do Audiovisual (em 2000), que concede benefícios fiscais, às empresas ligadas ao mercado audiovisual com sede em outros países e que pagam o imposto de renda sobre sua remessa de lucros, os distribuidores passam a investir na produção nacional. Assim, distribuidores internacionais, organizados em torno da MPA–AL¹³ e passam a exibir filmes patrocinados por eles. A tabela abaixo¹⁴ traz um resumo do número de filmes nacionais que receberam investimentos através do Art. 3º:

*nº de filmes incentivados através do Art.
3º que foram lançados nos cinemas*

<i>ano</i>	
1996	3
1997	4
1998	3
1999	4
2000	11
2001	10
2002	4
2003	16
2004	16
2005	15
2006	12
2007	16
2008	4

¹² Diz o Art. 3º da Lei do Audiovisual: “Os contribuintes do Imposto de Renda incidente nos termos do Art. 13º do Decreto-Lei nº 1.089, de 1970, alterado pelo art. 2º desta Lei, poderão beneficiar-se de abatimento de 70% (setenta por cento) do imposto devido, desde que invistam no desenvolvimento de projetos de produção de obras cinematográficas brasileiras de longa metragem de produção independente, e na co-produção de telefilmes e minisséries brasileiros de produção independente e de obras cinematográficas brasileiras de produção independente. (Redação dada pela Lei nº 10.454, de 13.5.2002)”.

Diz o Art. 2º da Lei do Audiovisual que modificou o Art. 13º do Decreto-Lei nº 1.089, de 1970: “As importâncias pagas, creditadas, empregadas, remetidas ou entregues aos produtores, distribuidores ou intermediários no exterior, como rendimentos decorrentes da exploração de obras audiovisuais estrangeiras em todo o território nacional, ou por sua aquisição ou importação a preço fixo, ficam sujeitas ao imposto de 25% na fonte.”

¹³ A Motion Picture Association – Latin American Regional Office representa as seguintes distribuidoras: Warner, Paramount, 20th Century Fox, Sony–Columbia, Universal e Buena Vista.

¹⁴ Dados colhidos no site da MPA: http://www.mpaal.org.br/br/coprod_brasil.htm, último acesso em 15/04/2008.

Mesmo assim, o uso do Art. 3º só é mais efetivo a partir de 2003 quando a Globo Filmes e a Rede Globo de Televisão se engajam na produção, co-produção e / ou no patrocínio dos filmes produzidos, a partir de 2003. Em 2007, dos 17 títulos distribuídos pela MPA, 50% deles tem engajamento da rede de televisão.

Mudanças na operação das duas leis: Algumas mudanças estão sendo feitas ao longo dos anos, mas, nessa época, duas são bem significativas. A primeira refere-se à incorporação dos itens comercialização, lançamento e distribuição ao orçamento total a ser incentivado. Antes só era considerado o orçamento de produção. E a segunda mudança diz respeito à contrapartida do produtor. Antes, ele arcava com 20% do orçamento de produção e só podia incentivar 80% de seu orçamento. Agora, ele arca com apenas 5% do orçamento total (produção, lançamento, comercialização e distribuição). Com essas mudanças, o filme chega às telas com 95% de sua produção, comercialização e distribuição pagos com dinheiro incentivado.

A produção do “ciclo da retomada” pode ser resumida da seguinte forma: até o ano de 1998 o volume da produção aumentou. Tanto a Ancine como a Filme B não disponibilizaram o número de filmes prontos ou que esperam seu lançamento, ou que foram lançados em circuitos alternativos ou, ainda, simplesmente não foram lançados, mas, os dados disponíveis são muito significativos. A Ancine publicou em seu site um relatório¹⁵, datado de 31/12/2005, que mostra o desenvolvimento de 689 projetos cinematográficos autorizados a captar recursos através das leis de incentivos durante o ano de 2005. Do total, 351 projetos não possuíam valores captados e 50 apresentaram alguns recursos captados, mas não concluíram a captação e 110 estavam prontos. Os outros estavam em fase de finalização¹⁶.

¹⁵ Dados tirados do Relatório de Projetos Ativos, p. 5 – 6 – 7, último acesso ao site em 04/11/2007. http://www.ancine.gov.br/media/Relatorio_Projetos_Ativos_2005.pdf

¹⁶ É certo que os produtores têm dois anos de prazo para realizar a captação, prorrogáveis em mais dois anos. Os relatórios da Ancine não apontam as datas limites de cada projeto.

Os dados das distribuidoras e exibidoras mostram que os produtores nacionais colocam 30 filmes, em média, no mercado exibidor. E essa é uma tendência que se mantém há 7 anos.

Grosso modo, se, em 2005 a Ancine colocou em relatório que 110 filmes estavam prontos em 2005 e foram lançados 30, podemos deduzir que quase 80 filmes ficaram sem exibição nesse ano.

Mesmo que os dados apresentem algumas imprecisões, eles conseguem mostrar uma realidade que os cineastas da retomada percebem e que Hector Babenco, em depoimento à Lúcia Nagib, expressa de forma sintética:

“Há uma distorção absurda criada no Brasil: todo diretor se transforma em seu próprio produtor, você é obrigado a ser a puta e o cafetão ao mesmo tempo. [...] O cinema brasileiro atual está nesse tripé: Um roteiro para aprovar na Lei, um captador e o Adhemar de Oliveira¹⁷ para exibir no Espaço Unibanco de Cinema. Só que o Adhemar não tem condições de dar vazão a todos os filmes. E você faz um produto industrial para passar em quatro salas de cinema?” (Nagib, 2002, p. 81).

Desafios para o cinema brasileiro

Quinze anos após a publicação de leis que possibilitaram a retomada da produção cinematográfica, o momento é de impasse. Algumas políticas governamentais têm garantido uma média de lançamentos de 30 filmes anuais. Esse número de filmes tem se mantido constante graças a algumas ações governamentais. A mudança de redação no Artigo 3º é um exemplo que fez as distribuidoras se aproximarem da produção nacional. Mas, ao que tudo indica, o momento pode ser de estagnação ou de esgotamento do modelo adotado. E retomamos, então, a idéia inicial de que mais um ciclo se encerra.

¹⁷ Adhemar de Oliveira, um exibidor independente que só pôde começar a operar de forma mais eficaz depois do surgimento das duas leis de incentivos fiscais. Ele fez uma bem-sucedida parceria com o Unibanco e revitalizou um cinema de rua de São Paulo, mas já dentro de um conceito de Multiplex. Promoveu uma reforma que transformou uma única sala de exibição em 3 salas menores. Hoje investe na abertura de outros multiplex voltados para filmes diferenciados. É o exibidor que mais lança filmes nacionais.

Uma polêmica envolvendo Luís Carlos Barreto e Toni Venturi¹⁸ pode suscitar algumas reflexões sobre a produção de filmes hoje. Em uma mesma reportagem¹⁹, Barreto e Venturi expõem seus pontos de vista: O primeiro acredita que os recursos estão sendo cada vez mais pulverizados por diversos projetos e cada um deles pega uma cota ínfima que traz dificuldades na produção e na comercialização. Para Barreto, é preferível que as salas de cinema exibam 5 filmes blockbusters brasileiros por ano em vez de termos mais de 50 projetos dividindo os recursos. Isso só enfraquece a indústria do cinema brasileiro, segundo o produtor.

Ao contrário, Venturi defende a diversidade e a descentralização como o maior ganho proporcionado por estas leis, além de possibilitar a abertura do mercado de trabalho aos jovens cineastas.

Essa é uma polêmica que destaco por considerar ser esse o ponto de partida do desafio que o cinema brasileiro terá de enfrentar a partir de agora.

Pontuando o que está embutido na fala dos cineastas:

- Não há questionamento dos cineastas sobre a interferência do Estado, tanto na produção como na distribuição e exibição. A discordância está no como ele deve interferir. Barreto sugere uma interferência maior quando pede a eleição de cinco grandes projetos para capitalizar os recursos disponíveis.
- Ambos falam da conquista de um mercado inacessível até o momento. Enquanto um acredita que a concentração do público é a melhor saída, o outro acredita que somente a oferta de grande quantidade de títulos é que forçará a entrada do filme brasileiro no mercado exibidor.

Durante o seminário “Tendências e Perspectivas do Negócio Audiovisual”²⁰, Carlos Augusto Calil, participante da Mesa que debatia o tema “Diagnóstico do

¹⁸ Na época, presidente da APACI – Associação Paulista de Cineastas.

¹⁹ Patrícia Villalba em artigo para o jornal O Estado de S. Paulo, 18/12/04: "Ancinav, Fla-Flu do cinema", <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=308ASP006>

²⁰ Seminário promovido pelo Departamento de Cinema, Rádio e TV da ECA – USP, Departamento de Cinema da FAAP, Departamento de Artes da UFSCAR, ABPITV, Pró – Reitoria de Cultura e Extensão da USP, CIBA – CILITEC, MPA e Consulado Geral da França e realizado em São Paulo (Auditório da FAAP) de 15 a 18 de agosto de 2005.

Mercado”, fez o contraponto entre essas duas visões expondo a questão da estagnação e falta de penetração do filme brasileiro nas salas de exibição de uma outra forma. Segundo Calil, a produção cinematográfica está fadada à falência, pois a utilização de leis de incentivos fiscais e de reserva de mercado gera desperdício sem resolver a questão do financiamento e do acesso. À medida que os filmes prontos chegam praticamente pagos às telas, sem a necessidade de lucros, o que justifica esse procedimento é o volume de capitais movimentados durante a fase de captação. Está criada, portanto, uma indústria paralela especializada na feitura de projetos e na captação de recursos.

O problema levantado por Calil se traduz nos números apresentados. Quantos desses projetos, com captação parcial serão finalizados e conseguirão chegar às telas?

Os dados apontam que tanto a pulverização como a concentração de recursos não resolvem as questões de acessibilidade do público à obra cinematográfica. Além disso, um filme de baixo custo (na pulverização sugerida por Venturi) tem poucas chances de alcançar um número expressivo de espectadores, pois não tem dinheiro para a feitura de muitas cópias dentro do modelo de exibição adotado pelos Multiplex²¹. Isto não interessa a empresas que usam essas leis como meio de marketing cultural. Então, ele precisará de um maior investimento para lançar seu filme com um número de cópias suficientes para atingir um grande público e, conseqüentemente, deixará de ser um filme de baixo custo. Por outro lado, o produtor de filmes com orçamentos mais altos precisa ter em sua carteira de clientes um “pool” de empresas para poder fechar todo o seu orçamento. Nesse caso, o produtor demora muito na captação dos recursos, e a produção do filme pode levar mais de 2 anos para se concretizar. Isso também não interessa ao investidor.

Mais um desafio para o cinema brasileiro vem com a utilização cada vez mais freqüente das tecnologias digitais na produção cinematográfica. A década de 1990 trouxe uma revolução tecnológica sem precedentes na história do entretenimento. O uso de equipamentos digitais de gravação e reprodução de som e imagem possibilita alternativas como a exibição digital, que vai eliminar os custos das cópias em 35 MM. Este é um processo irreversível. Os cinemas receberão por satélite imagens e sons codificados.

²¹ Os Multiplex, hoje adotados por praticamente toda a rede de exibição, trouxeram o conceito da alta rotatividade de títulos e de muitas salas concentradas em um único lugar.



Segundo Steve Solot, presidente da MPA–AL, também presente no Seminário “Tendências e perspectivas do negócio audiovisual”, a tecnologia desenvolvida pela indústria norte–americana é aquela que será implantada em salas Multiplex. A codificação digital para a transmissão por satélite é extremamente complexa e cara e isso pode dificultar ainda mais o acesso dos filmes nacionais às salas de exibição.

Ao mesmo tempo, a empresa brasileira Rain desenvolve uma tecnologia de exibição digital com custos mais acessíveis que a tecnologia norte–americana, com um bom padrão de qualidade e um modelo de negócios baseado na publicidade que antecede a exibição dos filmes. Ela já opera em mais de 100 salas e se não houver a imposição do modelo norte–americano de exibição, ela poderá se tornar uma alternativa à produção nacional. Mas, a opção pela exibição digital é uma decisão que depende de um projeto político que se sobrepõe às questões econômicas. A tecnologia que está sendo desenvolvida pelos norte–americanos com o intuito de coibir a cópia não autorizada (a pirataria) deverá vir com atrativos como, por exemplo, a excelência de um padrão visual impossível de ser repetida pelos brasileiros, principalmente por conta do custo, e que os exibidores não exitarão em sua escolha.

Em 2005, a pedido do Sindicato da Indústria Cinematográfica de São Paulo (filiação à FIESP), o IPT (Instituto de Pesquisas Tecnológicas do Estado de São Paulo da Secretaria da Ciência, Tecnologia e Desenvolvimento Econômico do Estado de São Paulo), realizou um estudo que levantava os principais problemas da indústria cinematográfica paulista. Esse estudo gerou um relatório intitulado “Propostas de políticas públicas para o aumento da competitividade do segmento de cinema paulista” ainda não publicado, mas disponibilizado no site da Cinema Brasil²². Esse relatório sinaliza que as salas de cinema no Brasil atingem hoje um público médio de sete milhões de espectadores. E um filme brasileiro atinge, no máximo, 4 milhões (Machado *et al.*, 2005, p.68). O número de brasileiros que vão ao cinema é menos de 10% do total da população brasileira. Recomenda, então, que o aumento de público só poderá ser alcançado através da *“ampliação do parque exibidor, atingindo cidades do interior e periferia das grandes cidades. A ampliação do número de salas deve ser estimulada, com redução do preço do*

²² www.cinemabrasil.org.br

ingresso e gestão privada, com apoio governamental, podendo-se usar o modelo das PPP – Parcerias Público-Privadas.” (Machado *et al.*, 2005, p.68).

Da mesma forma que os ciclos se repetiram ao longo da história do cinema brasileiro, o ciclo da retomada enfrenta os mesmos problemas. O fato é que o cinema brasileiro não conseguiu ocupar o mercado de uma forma consistente a ponto de garantir sua auto-sustentabilidade, como estava previsto na época do lançamento da Lei do Audiovisual²³. A indagação subsequente é porque giramos em círculos dessa forma.

Faço as últimas considerações a seguir:

Durante o Seminário “Tendências e Perspectivas do Negócio Audiovisual”, ao ouvir as falas de Valmir Fernandes, presidente da Abraplex e gerente geral da Cinemark Brasil²⁴ e de Rodrigo Saturnino Braga, diretor geral da divisão cinema da Columbia Tristar Buena Vista do Brasil²⁵, constato que o mesmo raciocínio que permeava a fala do dirigente da Companhia Cinematográfica Brasileira, em 1911, permanece na fala dos atuais comandantes dos setores de exibição e distribuição da indústria cinematográfica brasileira.

“Se o filme brasileiro puder apresentar competitividade com o filme norte-americano em termos de qualidade de produção (tecnologia e financiamento) e de aceitação de público (mercado), terá sempre espaço para ser exibido em qualquer cinema do mundo²⁶.”

Além disso, o editorial que está na página principal do site da Abraplex diz: *“Os grandes filmes nacionais produzidos com uma visão de mercado não têm dificuldade de competir em igualdade de condições com o cinema americano. Provaram que não necessitam da cota de tela. Já os médios, dependem muito mais de recursos de comercialização e de marketing do que de uma cota para atingir seu público. Os filmes brasileiros pequenos, produzidos dentro de um conceito autoral e de relevância cultural,*

²³ Na época do lançamento da Lei do Audiovisual previa-se que em 10 anos ela poderia deixar de existir porque esse era um tempo suficiente para o cinema brasileiro alcançar sua auto-sustentabilidade. Em 2003, a data de expiração da lei foi prorrogada para 2007. E em 2006, para 2010.

²⁴ Maior cadeia de exibição em sistema de multiplex atuando hoje no Brasil

²⁵ A Columbia Tristar e Buena Vista são duas das sete companhias distribuidoras associadas à MPA – AL.

²⁶ Transcrição da fala a partir de anotações pessoais.

representam cerca 75% dos títulos lançados anualmente. E são estes que possuem dificuldades de exibição porque não atraem público.”²⁷

Em 1911, um dos diretores da Companhia Cinematográfica Brasileira²⁸, dizia:

“– E as fitas nacionais? A companhia não as exhibirá? perguntaram à Companhia Cinematográfica Brasileira. Um dos diretores respondeu: – Também. Mas a Companhia procurará fitas com a mesma perfeição das [fitas de] fábricas estrangeiras.” (Souza, 1998, p. 65).

Por sua vez, já na década de 1930 quando os grandes estúdios começaram a ser montados seguindo os moldes ditados por Hollywood, a Cinearte, revista de grande influência no meio cinematográfico, defendia em seus artigos a estética norte-americana:

“Um cinema que ensina o fraco a não respeitar o forte, o servo a não respeitar o patrão, que mostra caras sujas, barbas crescidas, aspectos sem higiene alguma, sordices e um realismo levado ao extremo não é cinema. [...] Imaginem um casal de jovens que vão assistir um filme americano médio. Vêem lá um rapaz de cara limpa, bem barbeado, cabelo penteado, ágil, bom cavaleiro. E a moça bonitinha, corpo bem-feito, rosto meigo, cabelos modernos, aspecto todo fotogênico. Depois há o cômico e o vilão, que também são higiênicos e distintos. E ainda uma fazenda moderna, fotogênica, os subordinados se submetem aos seus superiores com alegria e com satisfação, e um ritmo que é o ritmo da vida de hoje, ágil, leve, moderno... [...] O parzinho que assistir o filme comentará que já viu aquilo vinte vezes. Mas sobre seus corações que sonham, não cairá a penumbra de uma brutalidade chocante, de uma cara suja, de um aspecto que tira qualquer parcela de poesia e de encantamento. Essa mocidade não pode aceitar essa arte que ensina a revolta, a falta de higiene, a luta e a eterna briga contra os que têm o direito de manda” (Souza, 1998, p. 81)²⁹.

Os críticos do Cinema Novo argumentavam que o hermetismo de seus filmes e as mensagens políticas embutidas neles afugentavam o público das salas de cinema. Carlos

²⁷ <http://www.abraplex.com.br/index.html>, último acesso em 06/02/2007.

²⁸ A Companhia Cinematográfica Brasileira era a associação que representava os donos das salas de exibição durante o Ciclo da Belle Époque e fez a clara opção pelos filmes norte-americanos ao preferir importá-los a produzi-los.

²⁹ O artigo está transcrito da revista Cinearte de 18 de junho de 1930, no livro de Carlos Roberto de Souza.

Guimarães, presidente do INC, fez a seguinte declaração quando a Embrafilme já estava implantada:

“O cinema brasileiro saiu de uma fase em que a multiplicidade de realizações experimentais e contestatórias e provocou uma retração do público. Agora há uma franca procura de narrativas de fácil aceitação popular. O mais importante é que as diversas tendências de produção mantenham-se ligadas com a capacidade de absorção do público, reconheçam que as platéias cinematográficas se mostram dia a dia mais exigentes quanto ao nível técnico e espetacular e se organizem para atender tais requisitos.” (Matos Jr apud Ramos, 1983, p. 96)³⁰.

Todas essas declarações, ao longo de mais de um século, dizem praticamente a mesma coisa: enquanto não fizermos filmes iguais aos norte-americanos não conseguiremos implantar uma indústria cinematográfica. O cinema brasileiro tem uma história secular que patina para conseguir se expressar, ser auto-suficiente, fazer filmes iguais aos norte-americanos, construir uma indústria de ponta, para assim, conquistar o mercado. Esse é um ônus que o cinema brasileiro carrega desde o seu nascimento por não ter construído um projeto para sua indústria cultural. E concordando com Paulo Emílio Salles Gomes, friso que o subdesenvolvimento do país, subdesenvolvido, também, por não ter um projeto político global, inviabiliza a manifestação cinematográfica em qualquer forma que a definam (artística, comercial, industrial, cultural, etc.).

O já citado relatório do IPT nos diz que em países da Comunidade Européia e América Latina (como Argentina), as políticas governamentais subsidiam fortemente suas produções e protegem seu mercado exibidor. No caso da Comunidade Européia, *“a política de audiovisual é entendida como tendo um papel primordial na preservação da história, cultura e sociedade européias. Para tanto, foi criada a Convenção Européia para Proteção da Herança Audiovisual. A Convenção é parte do Conselho da União Européia”*. (Machado *et al.*, 2005, p. 12).

Aponta, também, que a indústria cinematográfica norte-americana é fortemente protegida através de barreiras comerciais com controle de distribuição e caráter

³⁰ Trecho de artigo de Carlos Guimarães de Matos Jr. (então Secretário de Planejamento do INC e, logo depois, presidente), publicado na Filme e Cultura nº 21, jul./ago.72, Rio de Janeiro, INC.

oligopolista. Já na Índia há uma situação um pouco diferente, pois quando o cinema estrangeiro chegou lá, o país já possuía uma indústria estabelecida, popular e forte. Produz 800 filmes por ano (contra 400 de Hollywood), para um mercado de onze mil salas exibidoras. Mas, atualmente, ao sentir os efeitos da globalização, seu governo já toma medidas protecionistas como incentivos através de prêmios. Na América Latina, especialmente na Argentina, os países que produzem filmes em escala possuem institutos estatais que ajudam nos financiamentos e na distribuição. A Argentina produz, em média, 50 filmes por ano, e tem embutido no seu bilhete de cinema impostos que são transferidos para a produção.

“O preço de ingresso faz com que a Argentina seja o terceiro mercado em renda bruta de bilheteria na América Latina, apesar de, em termos de público, ser apenas o quinto mercado, ficando atrás de Brasil, México, Cuba e Colômbia.” (Machado et al., 2005, p. 24).

A concepção de alguns pesquisadores de que o cinema brasileiro tem uma história sazonal é real. Em todos os ciclos, os três problemas que aponto como insolúveis dentro da nossa história estão presentes: dependência governamental, ou melhor dependência de quem está no governo, dependência tecnológica e mercado dominado por outras cinematografias. Esses três problemas podem ser resolvidos pontualmente. E quando isso aconteceu, iniciaram um novo ciclo. Mas, na falta de um projeto nacional de defesa da cultura, as soluções são facilmente descartadas. E, então, o ciclo se encerra.

Hoje, o “ciclo da retomada” passa por uma fase de esgotamento. Os desafios são enormes e medidas pontuais não garantirão a sua continuidade.

Sem um projeto político capaz de vislumbrar o cinema como foco difusor de cultura, ou como forma de expressão artística, o cinema brasileiro não conseguirá se livrar de sua histórica cíclica. As cinematografias construídas em países como França, Itália, Alemanha, Argentina e Estados Unidos têm por trás um projeto de defesa de sua cultura e de sua expressão. Infelizmente, nós não temos.

A intenção deste artigo é de suscitar esta reflexão para que o país seja capaz de construir um projeto que garanta sua manifestação artística e cultural.



Referências bibliográficas:

ABREU, Nuno Cesar. *Boca do lixo. Cinema e classes populares*. Campinas: Unicamp, 2006.

ALMEIDA, Paulo Sérgio; BUTCHER, Pedro. *Cinema: desenvolvimento e mercado*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2003.

BASTOS, Pedro Paulo Zahluth. 2005. "A diplomacia do dólar: moeda e império (1898-1914)". Disponível em:

http://www.eco.unicamp.br/asp-scripts/boletim_ceri/boletim/boletim4/06_PedroPaulo.pdf. (06/02/07).

BERNARDET, Jean-Claude. *Cinema Brasileiro: Propostas para uma história*, São Paulo: Paz e Terra, 1978.

_____. *Historiografia clássica do cinema brasileiro*. São Paulo: Annablume, 2004.

BITELLI, Marcos Alberto Sant'Anna. *O direito da comunicação e da comunicação social*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2003.

GOMES, Paulo Emílio Salles. *Cinema: trajetória no subdesenvolvimento*. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

MACHADO, Solange et al. *Propostas de políticas públicas para o aumento da competitividade do segmento de cinema paulista*. RELATÓRIO TÉCNICO IPT/DEES N° 81 507 – 205. São Paulo: Divisão de Economia e Engenharia de Sistemas – Instituto de Pesquisas Tecnológicas do estado de São Paulo, 2005.

NAGIB, Lúcia. *O cinema da retomada*. São Paulo: Editora 34, 2002.

ORICCHIO, Luiz Zanin. *Cinema de novo. Um balanço crítico da retomada*. São Paulo: Estação Liberdade, 2003.

RAMOS, José Mário Ortiz. *Cinema, estado e lutas culturais (anos 50 / 60 / 70)*. São Paulo: Paz e Terra, 1983.

SIMIS, Anita. *Estado e cinema no Brasil*. São Paulo: Annablume, 1996.

SOUZA, Carlos Roberto de. *Nossa aventura na tela*. São Paulo: Cultura Editores, 1998.



Sites consultados:

<http://www.abcine.org.br> (08/11/2006)

<http://www.abraplex.com.br/> (06/002/07)

<http://www.ancine.gov.br/> (06/002/07)

<http://www.cultura.gov.br/> (06/002/07)

<http://www.mpa-al.com.br/> (06/002/07)

<http://www.rain.com.br/opencms/opencms/rain/index.html> (06/002/07)

<http://www.uff.br/direito/artigos/lac-03.htm> (06/002/07)