

DIÁLOGOS DE PLANEJAMENTO

Carlos Guimarães de Mattos Júnior

"As sociedades foram moldadas mais pela natureza dos meios através dos quais os homens se comunicam do que pelo conteúdo da comunicação." As palavras de McLuhan, de certo modo, vão ao encontro de muitos teóricos que estudaram a forma fílmica e seu impacto sobre o público.

Os teóricos do cinema traçaram a primeira "planta" da construção cinematográfica a partir do início da década de 20, erigindo o "edifício" da arte cinematográfica nos anos subseqüentes, antes do silencioso conhecer o seu apogeu. Muitos se escandalizaram quando, com o advento do som, a construção escapou ao desenho da "planta", inclusive exigindo recursos econômicos muito maiores. A evolução dos meios de expressão, no cinema, lançou por terra a crença em uma Estética e em uma Economia irrefutáveis e permanentes. O som, a cor, as lentes anamórficas (Cinemascope e similares), os contínuos avanços técnicos trouxeram uma variedade de estéticas e radicais transformações na estrutura econômica da produção/distribuição de filmes.

Mais do que qualquer outra arte, o cinema está condicionado ao consumo. E nenhuma outra arte exerce influência comparável sobre os hábitos do consumidor. Sem dúvida, o cinema é um dos principais modeladores do mundo contemporâneo. Ainda que sem a mesma força global que possuíam antes da difusão da televisão, os filmes influenciam poderosamente desde os hábitos mais elementares de consumo (vestuário, recursos de lazer, preferências de locomoção) e de comunicação (linguagem coloquial, etc) até as opções morais e existenciais. Criaram um novo estado de alerta, de percepção através dos sentidos. O grito do cineasta e teórico Abel Gance — "O tempo da imagem chegou!" (1927) — traduziu a nova disponibilidade de percepção despertada nas massas pelo cinematógrafo, que Lumière, pouco após a primeira exibição pública, dizia ser "um experimento científico sem nenhum futuro comercial".

Os estudiosos de Filmologia registram, entre os efeitos das imagens sobre o espectador, reflexos musculares,

impulsos motores, uma excitação fisiológica difusa e inconsciente. Segundo Siegfried Kracauer, que analisou amplamente a natureza do novo meio de expressão no ensaio "O Espectador" (traduzido em FILME CULTURAL¹), "o filme não só registra a realidade física", mas, também, em conseqüência de suas novas potencialidades espaciais e temporais, "aumenta as exigências sobre os componentes fisiológicos do espectador. As formas desconhecidas que a ele se apresentam envolvem não tanto o seu poder de raciocínio quanto as suas faculdades de percepção. Ao despertar a sua curiosidade inata elas o atraem para dimensões onde as impressões sensoriais são onipotentes". Por isso, outros estudiosos notaram que, para muitos espectadores, as gratificações sensoriais e emocionais importam muito mais que as circunstâncias ou a moral dos enredos dos filmes.

Daí o anacronismo do velho e falso dilema "forma versus conteúdo", desautorizado pela crítica de arte em geral. Daí, também, a frustração de todas as correntes que, em nome de ideologias, utilizam o filme como um mero veículo para a mensagem. Enquanto os cinemas baseados na iniciativa privada, sempre em busca de formas aptas a despertar o interesse do público, conhecem permanente florescimento, os cinemas estatais se estiolam nos trilhos da arte dilrigida e só encontram público amplo em suas respectivas áreas, onde a exibição de todo o produto nacional é automática e praticamente sem algo que se possa chamar de concorrência.

Ao antepor a mensagem ao ato criador as ideologias atrofiaram a comunicação, esterilizaram a arte. Daí, também, a derrota artística de todo cinema ideológico, embora, eventualmente, driblando a vigilância dos ideólogos oficiais, alguns artistas saibam materializar a "mensagem artística" nas potencialidades formais do meio. O cinema ditado por ideologias, apoiado em mensagens sectárias, desconhece as lições de teóricos como Merleau-Ponty: "O sentido de um filme está incorporado ao seu ritmo, assim como o sentido de um gesto vem, nele, imediatamente legível": "o filme não deseja exprimir nada além do que ele próprio". Assim, no cinema,

a idéia fica "restituída ao estado nascente, ela emerge da estrutura temporal do filme, como, num quadro, da coexistência de suas partes. Trata-se do privilégio da arte em demonstrar como qualquer coisa passa a ter significado, não devido a alusões, a idéias já formadas e adquiridas, mas através da disposição temporal ou espacial dos elementos".

Ao transfigurar até os menores gestos humanos com suas dimensões próprias de tempo e espaço, com seu impacto sensorial, o cinema deixou para trás todos os outros meios de expressão no que tange à influência sobre o comportamento. A expressão estratificada em seqüências cinematográficas atinge, sem necessidade de interpretação intelectual (embora esta possa realizar-se "a posteriori"), o subconsciente do espectador. Os efeitos da televisão, suas conseqüências psicológicas e sociais são outra história.

Evidentemente, nenhum filme poderia oferecer ao espectador impacto equivalente ao da teletransmissão direta, para todo o planeta, da descida dos primeiros astronautas na Lua. A projeção de reportagem semelhante em documentário cinematográfico, nas salas de cinema, é algo muito diverso. A transmissão "ao vivo" dos primeiros passos em solo lunar exprimia muito mais do que o conteúdo do relato ou do que a mensagem-comunicado da proeza: a mensagem (no sentido mais puro da palavra) era a "participação" instantânea e simultânea da humanidade na grande aventura de expansão do raio de ação do homem. E o impacto da mensagem se devia à soma de duas tecnologias: a da Televisão (e em transmissão extraterrestre) e a da Astronáutica.

Todo telespectador testemunha a absorção de um meio pelo outro. Fatalmente o vídeo absorveria recursos da linguagem cinematográfica. A natureza de sua mensagem, porém, nem por isso é menos diferente — e continua diferente mesmo quando, associados, os dois meios efetivam uma simbiose no terreno da técnica. É provável que, no futuro, as formas de comunicação da TV (telas-gigantes, projeções de massa, etc)

possam aproximar-se das que caracterizam o cinema. No momento, porém, a transmissão de fitas cinematográficas pelo vídeo só faz acentuar as dissimilaridades: nesse caso, o receptor de televisão é apenas o veículo; as condições técnicas e sociais da recepção de filmes na sala de estar perturbam os efeitos desejados pelo cineasta. Assim como o comportamento e a disposição psicológica domésticos diferem dos que testemunhamos nas salas escuras dos cinemas, o meio altera profundamente a mensagem.

Os conflitos entre os interesses do artista e os do industrial levaram um teórico e cineasta italiano, Luigi Chiarini, à seguinte proposição: "O filme é uma arte, o cinema é uma indústria". A veracidade do aparente paradoxo basta para caracterizar a absoluta novidade do cinema no panorama das artes.

Sem dúvida, é desejável uma produção de filmes voltados para o entretenimento do público. Todos os grandes centros produtores criam espetáculos diversões sintonizados com os requisitos do consumo. Por outro lado, tudo o que se disse acima quanto ao poder modelador do meio cinematográfico sobre o comportamento individual e social nos leva a encarar com o maior interesse, como necessidade incontornável das sociedades civilizadas, a criação de filmes de superior significação artística e cultural. O chamado "cinema de autor", no qual o cineasta procura colocar por inteiro sua sensibilidade, sua maneira pessoal de ver o mundo, enfim, toda a riqueza de sua personalidade, contribuiu para diversificar e valorizar o acervo de experiências humanas e estéticas da cinematografia. No entanto, passados os primeiros anos de sucesso, todos os movimentos inovadores do "cinema de autor" — Free Cinema (Inglaterra), Nouvelle Vague (França), Cinema Novo (Brasil) — tenderam a uma esterilização. Muitos cineastas reagem contra um certo "culto da personalidade" no "cinema de autor" e apontam em inúmeros cineastas desta linha uma progressiva distanciação em relação ao público. Esse espírito, que chega à autocrítica, é assinalável até entre nós, por parte de destacados nomes do Cinema Novo.

A base do elenco de medidas de estímulo à produção nacional de longa-metragem é a compulsoriedade de exibição de filmes brasileiros, por todos os cinemas, durante 84 dias por ano. O Instituto Nacional do Cinema não cederá um milímetro nesse terreno, assim como não se furtará a qualquer item de seu programa de trabalho, mapeado pela legislação que dispõe sobre as atividades cinematográficas. Por iniciativa do INC cresceu a reserva de mercado para os filmes nacionais, surgiu uma complementação de receita, os Prêmios Percentuais e os Prêmios Adicionais de Qualidade, que, em 1971, proporcionou aos produtores Cr\$ 4.384.360,06. Criou-se a EMBRA-FILME, que, além de procurar estabelecer as bases de uma efetiva exportação de nossos filmes, concede financiamentos substanciais aos produtores.

Mas não basta a Lei, não basta a disposição inabalável do INC em tornar efetivo seu cumprimento. Além da Autoridade, do Produtor e do Exibidor, há outra entidade que não pode ser esquecida no debate: o Espectador. Devem ser incessantes os esforços para estudá-lo, compreendê-lo, motivá-lo, atraí-lo a participar do desenvolvimento da arte e da indústria do cinema.

De 30 a 35 filmes produzidos anualmente antes de 1966 (ano do Decreto-Lei que criou o INC), a produção brasileira de longa-metragem subiu a uma centena de títulos. As estatísticas constataam, porém, que nem todos os filmes transitam pelo mercado. O exibidor é obrigado a projetar uma cota de filmes nacionais, mas tem, evidentemente, o direito de escolher: pode preferir programar um filme de rentabilidade já testada em outros circuitos; pode manter o mesmo filme em exibição por várias semanas; pode programar reapresentações de fitas de êxito comercial comprovado. Além do crescimento quantitativo, há outros fatores mais importantes para o desenvolvimento de uma cinematografia. E nenhum é mais importante do que a capacidade de comunicação e de atração dos filmes.

Grande parte do desencontro entre um número considerável de filmes bra-

sileiros e o grande público se deve à não assimilação da natureza industrial do cinema. O filme de contestação, tão cultivado pelo Cinema Novo e sucessores, começa geralmente por fechar os olhos às próprias características que fizeram do cinema um meio de expressão fascinante e a arte popular por excelência. A corrente que se define como "marginal" (ou "underground") leva mais longe aquele desencontro, embora procure (e, por lei, tem este direito) os canais "não-marginais" da distribuição e da exibição.

Entre os produtores voltados para uma produção que se pretende mais comercial há também os que não alcançam este objetivo, por não procurarem, através de análises de mercado e avaliação realista de suas próprias potencialidades técnicas, proporcionar aos seus filmes a base da viabilidade econômica. Sem dúvida, muitos fatores imprevisíveis ou de difícil previsão fazem o êxito ou o insucesso de um filme, seja ele nacional ou estrangeiro. Mas, em toda parte do mundo, procura-se reduzir as margens de risco mediante aperfeiçoamento dos elementos de comunicação e incessante vigilância sobre os fatores que condicionam o gosto do público.

O cinema brasileiro saiu de uma fase em que a multiplicidade de realizações experimentais e contestatórias provocou uma retração de público. Agora há uma franca procura de narrativas de fácil aceitação popular. O mais importante é que as diversas tendências da 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 a tais requisitos.

O nível atingido pelas camadas mais elevadas da produção nacional justifica a nossa confiança no desenvolvimento técnico, artístico e espetacular do filme brasileiro. Mas ele só será contínuo se todos permanecerem atentos e lúcidos ante os sucessivos desafios criados pela evolução do meio e pelas mutações do mercado.