

CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO  
E BIBLIOTECA

# CINEMA EM ÓRBITA DE TV

A prodigiosa difusão dos receptores de TV (mais de 250 milhões em todo o mundo) e as transmissões via satélite tornam possível, na prática, a pré-estréia mundial de um filme para mais de um bilhão de pessoas. Nos centros produtores mais desenvolvidos, a Televisão deixou de ser "a inimiga mortal" — seu papel nos primeiros tempos — para adotar um "modus vivendi" com o Cinema. Em parte por fusões geradas pelos interesses econômicos nos domínios do espetáculo, e parcialmente porque o acervo cinematográfico disponível nos depósitos das grandes empresas ia de encontro à insaciável "fome" de programação do novo meio de comunicação. No Brasil, também há experiências no campo da produção de filmes para TV. Nos últimos tempos, as emissoras passaram a incluir regularmente filmes nacionais em seus programas. Há

inclusive o precedente — Os Inconfidentes, produzido em colaboração por uma empresa cinematográfica brasileira e a RAI-TV italiana — de filme brasileiro que teve estréia quase simultânea no vídeo e nas salas exibidoras, no Brasil. O nível médio da produção da série Globo-Shell Especial, abordando aspectos diversos da cultura brasileira, é considerado auspicioso pela crítica especializada. Mas, com o crescimento do hábito de ver filmes-de-cinema velhos e novos no receptor doméstico, o mercado exibidor sofre substancial sangria. Para a produção brasileira, que depende basicamente do mercado nacional, esta sangria é mais grave ainda. Não deixa de ser matéria de reflexão o fato de que, de 1970 a 1972, foram importados 1.593 filmes de longa-metragem, além de 395 séries (com um total de 5.122 episódios),



exclusivamente para transmissão pela TV. A expansão da TV em cores nos próximos anos e a difusão do "filme-cassette" a médio prazo são fatores que devem ser considerados seriamente por todos os interessados nas atividades cinematográficas. O "cassette", como veículo para espetáculos cinematográficos que o espectador, com uma pequena adaptação, poderá projetar em seu receptor de TV, será um lugar-comum



nos domínios do lazer dentro de poucos anos. Alugados ou vendidos, os "filmes-cassettes" com produções novas ou clássicos do cinema estarão ao alcance do consumidor médio, como hoje estão as fitas de som e os discos LP. Fora dos domínios da ficção-científica, embora a longo prazo, já se anuncia a exploração da estéreo-TV. As telas de cristal do tamanho da parede de uma sala — semelhantes às vistas no mundo

futuro de Fahrenheit 451, de Truffaut — deverão chegar às lojas de eletrodomésticos dentro de cinco anos, marcando o começo do fim para os pequenos receptores de televisão. A expansão e o aperfeiçoamento da TV são fatores que já alteraram e irão revolucionar inteiramente, ainda nesta década, as relações de mercado do filme cinematográfico. Atenta a essas mutações,

**FILME CULTURA** focalizará com assiduidade, a partir do presente número, as relações entre a Televisão e o Cinema. Inicialmente, apresentamos trabalhos de Alfredo Palácios, diretor e produtor, o primeiro a produzir TV-filmes em nosso País, e dos críticos Valério Andrade (de Cinema e Televisão) e Salvyano Cavalcânti de Paiva, ambos também com experiência prática na realização de filmes. FC

# A TELEVISÃO À FRENTE DO CINEMA?



*A televisão pode não ser o fator decisivo ou exclusivo para a crise mundial do cinema. Mas é, sem sombra de dúvida, um componente fundamental no caldo de cultura que engolfa e reduz a indústria e o comércio cinematográfico, em suas formas tradicionais, à expressão mínima. Para isto deveriam estar atentos os produtores, distribuidores e exibidores brasileiros.*

Quase todas as nações industrializadas do mundo possuíam emissoras de televisão em 1971 e grande parte dos países em desenvolvimento cuidavam de se equipar. O total de receptores era, em 1971, de 241.740.000. Somente os Estados Unidos da América do Norte retinham 36% ou 87 milhões de aparelhos. O Japão aparecia com 30 milhões de televisores; a União Soviética com 28 milhões; o Reino Unido com 20 milhões; a Alemanha Federal com 16,5 milhões; a França com 10,2 milhões; a Itália com 9,7 milhões; o Canadá com 7 milhões; o Brasil com 5,5 milhões; a Polônia com 4 milhões. Estamos, portanto, no grupo dos dez países onde existe o maior número de receptores de TV.

Segundo o "Broadcasting Yearbook" e o "Britannica Book of the Year" de 1972, o número de telemissoras, incluindo-se satélites e estações repetidoras, era, naquele mesmo ano, de 6.380. Das 175 emissoras sul-americanas, 51 eram brasileiras ("Anuário Estatístico do Brasil" editado pela Fundação IBGE). Ora, senhores, a "Embratel" está aí; o "international Telecommunications Satellite-Intensat", também. Isto significa uma rapidez de informação e uma cobertura jamais vistas; isto significa também, a diversão mais diversificada possível... e dentro de casa. É um fato irrefragável a cooperação regional, resultante do desafio apresentado pelo rápido progresso visando à cobertura mundial de notícias e de espetáculos (viagens à lua, competições desportivas, acontecimentos cívicos e religiosos ou simples ocorrências factuais não-pro-

gramadas: guerras, terremotos, inundações e outras calamidades). Um grande circo para uma platéia global, ecumênica.

A notícia — entendam isto os produtores de cinejornais de "atualidades", bem como os exibidores —, continua sendo o serviço básico dos meios de comunicação no mundo. Mas a notícia dada rapidamente; se possível, na hora, em cima da ocorrência. Quer dizer, os veículos da notícia são, cada vez mais, a televisão e o rádio. Por isto, tantos jornais são fechados, tantas revistas importantes desaparecem, especialmente as revistas ilustradas de "atualidades". Em menos de uma década acabaram "See", "Collier's", "The Saturday Evening Post", "Look" e "Life". Estão em crise, e para fechar, "L'Europeo", "Paris-Match". E "Stern" só se sustenta à base do escândalo marrom, ou terá que apelar para o nudismo, como o fazem os que se beneficiam da sociedade permissiva: "Quick", "Lui", "Praline", "Playmen", "Playboy", "Rogue", etc.

A televisão não está e nunca estará à frente do cinema, como expressão artística; mas está muito à frente no que tange à veiculação. Naturalmente, utilizando-se do produto feito para o cinema. Assim, no campo da distração — especialmente nos Estados Unidos, no Canadá e na América Latina —, o uso dos filmes de cinema pela televisão é esmagador.

A crise é mundial e se torna mais alarmante quando se tomam dados concretos que demonstram o grau de profundidade e irreversibilidade a que atingiu na indústria e no comércio de filmes. Basta tomar, por exemplo, como

# A TELEVISÃO À FRENTE DO CINEMA?

parâmetro, o ex-maior centro produtor e distribuidor mundial de filmes, no Ocidente. Assim, por exemplo, as empresas de Hollywood, que se constituíram nas chamadas sete maiores e que em algum tempo foram acusadas de trustificar o mercado de países subdesenvolvidos, estão hoje num recesso significativo. Foram reduzidas, no que tange à distribuição, a quatro apenas. A Columbia se juntou à Warner. A Metro se juntou à 20th Century-Fox. E a Universal se juntou à Paramount. Sobrou,

invicta, a United Artists — que sempre adotou a política do compromisso provisório, a curto prazo, passando apenas a distribuir o produto de "independentes", desde que Chaplin brigou com Mary Pickford — e isto já é Pré-História do Cinema.

O índice médio de produção de filmes cinematográficos de longa-metragem dos Estados Unidos, que era de 800 (oitocentos) antes de 1929, caiu para 400 (quatrocentos) no cinema sonoro, por volta de 1939. Agora, no últi-

mo quinquênio, quando a televisão se consolidou e adotou a cor, a queda, uniformemente progressiva, é alarmante, para os que estão desligados da realidade: 1967, 160 filmes; 1968, 156 filmes; 1969, 151 filmes; 1972, menos de 150 filmes.

A televisão tira público do cinema? Tira. Jovem vê televisão? Vê. Veja-se este quadro do triênio 1967/68/69, divulgado pelo "Unesco Statistical Yearbook", e a freqüência medida em milhões de espectadores:

	1967	1968	1969
U.R.S.S.	4.300.000.000	4.502.800.000	4.715.000.000
China Popular	4.000.000.000	—	—
E.U.A.	2.288.000.000	—	1.300.000.000
Índia	1.825.000.000	—	—
Itália	697.500.000	—	567.000.000
Espanha	435.200.000	393.900.000	357.800.000
Japão	372.700.000	335.100.000	313.400.000
México	346.500.000	344.200.000	358.400.000
Reino Unido	327.000.000	265.000.000	237.000.000
Alemanha Federal	320.000.000	243.000.000	192.000.000
Brasil	314.500.000	—	234.700.000

Considerando-se o aumento da população, ou melhor, a taxa de crescimento demográfico, estabelece-se a freqüência anual "per capita" dos cinespectadores de cada país. Os resultados são ainda mais desanimadores. Deste modo, em três anos, a freqüência do cinespectador caiu nos Estados Unidos de 12 para 7 vezes por ano; a do Reino Unido, região que chegou a ser de mais alto índice de freqüência no mundo, por volta do pós-guerra, caiu agora de 6 para 4 vezes; a do México, que

em termos globais teria crescido, na relação caiu de 9 para 8 vezes; a do Japão, de 4 para 3 vezes; a da Itália — país de alta freqüência — caiu de 14 para 11 vezes; a da Espanha, na mesma proporção, de 14 para 11; e observe-se que ambos são países de ótimo fluxo turístico. Também caiu a freqüência na Alemanha Ocidental de 5 para 3 vezes. Ao que se saiba, cresceu apenas a freqüência nas repúblicas soviéticas, como um todo, passando de 19 para 20

vezes. Talvez a televisão de lá ainda seja pior do que a do Ocidente, e o cidadão comum prefira, mesmo, o cinema.

E o Brasil? Aqui a coisa é impressionante. Dispomos de dados complementares àqueles acima divulgados. Temos, por exemplo, os índices do triênio 1970/71/72, fornecidos pelo Setor do Ingresso Padronizado do Instituto Nacional do Cinema. Assim, o público medido em milhões de cinespectadores, foi o seguinte:

1970	1971	1972 (até junho)
209.854.718	220.746.722	184.307.662

Fazendo-se o balanço dos seis anos, de 1967 a 1972, para se obter a frequência é "per capita", obtém-se uma curva regularmente descendente e quase inversamente proporcional ao rápido crescimento populacional. Enquanto em 1967 o brasileiro ia, em média, quatro vezes por ano ao cinema — acompanhando a média do Canadá, Alemanha, Japão e outros países —, em 1969 passou a ir apenas 3 vezes; em 1970 apenas 2,32 vezes; em 1971, apenas 2,31 vezes; e, finalmente, em 1972, apenas 1,84 vez!

A frequência "per capita" de 4 a 5 vezes ao ano seria razoável e, acima disso, ótima; mas é bom explicar que, em 1949/50, o brasileiro chegou a frequentar mais vezes por ano a sala de espetáculos cinematográficos do que os ingleses e estes eram os campeões, comparecendo 12 vezes. Até 1967/69, os países ou regiões de frequência alta ou excepcionalmente alta eram Macau (26 vezes a.a.), Austrália (21 vezes a.a.), União Soviética (19 vezes a.a.), Estados Unidos (12 vezes a.a.), Itália (14 vezes a.a.), Bulgária (15 vezes a.a.), Irlanda (13 vezes a.a.).

Mas a maioria estava incluída na faixa de frequência abaixo de 10 vezes: Argentina (7 vezes, caindo para 4), Birmanía (9 vezes), Chile (7 vezes), Cuba (7 vezes), Tcheco-Eslováquia (7 vezes), Finlândia (7 vezes), Japão (4 vezes), Reino Unido (6 vezes).

Observe-se que os países em que a população adquire mais aparelhos de televisão (exceto U.R.S.S. e China, que são nações de condições peculiares antropológicas e políticas) são aqueles mesmos em que decresce a frequência aos cinemas: Estados Unidos, Japão, Inglaterra, Alemanha...

Mas chega de números. Ou não? Qual a média de projeção de filmes de cinema, por exemplo, nos três canais de televisão do Rio de Janeiro? De cinco a sete por dia, porque, por enquanto, as emissoras se contentam em projetar dois ou três, no máximo. É lícito prever que este índice crescerá. Em São Paulo, podem multiplicar esses números por dois — por que há mais emissoras e mais tempo de permanência no ar. E nas pequenas emissoras do interior, sem condições de manter programas ao vivo e cuja sobrevivência não pode de-

pende dos programas nacionais via Embratel? Certamente, seria preciso uma pesquisa e uma análise, mas é quase certo que apelam para os filmes de cinema para o tempo ocioso...

Este é o campo de luta mais adequado do produtor de filmes nacionais. Conviaria ou não uma lei de proporcionalidade de exibição de filmes na televisão? Acharmos que sim. O filme brasileiro é, hoje em dia, exibido quase "de favor" nos canais de TV; só mesmo a título de nacionalismo dos diretores ou dos programadores que "concedem" o tempo para a projeção de filmes nacionais. É claro. As telemissoras estão comprometidas até à medula com os grandes importadores. E estes não dormem em serviço.

Somente para se ter uma pálida idéia: de 1970 a 1972, em apenas um triênio, importamos 1.593 filmes de longa-metragem (de cinema antigo e de cinema moderno) exclusivamente para exibição na televisão, além de 395 filmes seriados especiais com um total de 5.122 episódios! Os números parecem fantásticos, mas foram os registrados pelo Setor de Importação dos Filmes Impresos da Divisão de Fomento do Filme Nacional do Departamento do Filme de Longa-Metragem do INC. Quer dizer: um total tão absurdo pode ainda estar abaixo do real...

O quadro abaixo é elucidativo:

Filmes Importados para a TV			
	1970	1971	1972
Longa-metragem	328	477	788
Séries	117 (985 episódios)	130 (1.995 episódios)	148 (2.142 episódios)

O crescimento é uniforme e regular. E isto representa apenas dados dos filmes importados legalmente, não vamos esquecer... O total absoluto de filmes é tão impressionante quanto inaceitável, em termos de defesa da produção nacional competindo: 1.988 filmes, quase a

produção de cinco anos dos estúdios de cinema da Itália ou dos E.U.A.

Em contraposição ao total de filmes importados para cinema a televisão é um Moloque (ou Moloch, para os tradicionalistas) insaciável e assustador. Trata-se de um dos veículos em que se

deve concentrar o fogo dos produtores de filmes brasileiros que pretendam, realmente, lutar por um futuro mais estável da indústria. A TV é um canal natural de circulação para a mercadoria chamada cinema. Aqui, o diagnóstico. A estratégia e táticas da luta são problemas dos interessados