

POR UM MERCADO COMUM DE CINEMA *

ROBERTO FARIAS
Diretor-Geral da Embrafilme

"O desequilíbrio atual não é apenas o econômico. Tem também graves implicações culturais, desde o momento em que anula valores nacionais e os substitui por um estado de dependência silenciosa e invisível, porém muito profunda. O próprio princípio da identidade cultural é posto em causa quando o "transmissor" da informação dispõe de um poder tecnológico muito maior do que o do "receptor"."

MAKAMINAN MAKAGIASAR

Subdiretor-Geral de Cultura e Comunicação da Unesco

* O presente artigo foi publicado como introdução ao livro Mercado Comum de Cinema — Uma Proposta Brasileira aos Países de Expressão Portuguesa e Espanhola, editado pela Embrafilme em 1977.

A implantação de uma "nova ordem mundial", preconizada pela Organização das Nações Unidas em 1974, terá de apoiar-se fatalmente nos estudos que vem fazendo a Unesco, desde a sua criação, há 30 anos, em torno das desigualdades entre países desenvolvidos e em desenvolvimento.

Essas desigualdades, por demais evidentes a nível social e econômico, tornam-se surpreendentes quando analisadas sob angulação cultural. E, ao tomarmos consciência do desequilíbrio abissal entre a produção e o consumo da informação no mundo, não há como permanecer indiferentes.

Porque a informação — como adverte Makaminan Makagiasar, Subdiretor-Geral de Cultura e Comunicação da Unesco — "constitui hoje um poder não somente tecnológico como também político, tanto no plano nacional como no internacional".

O cinema é peça importante no complexo das comunicações por onde transita a informação. Imagem é informação. E informação é cultura. Submetidos ao fluxo unidirecional da informação por todos os meios — imprensa, rádio, televisão, livro, cinema etc. —, os países em desenvolvimento estão condenados à anulação de seus mais caros valores nacionais e à conseqüente descaracterização das culturas próprias.

Ao propor a criação de um Mercado Comum Cinematográfico entre países de expressão portuguesa e espanhola, ative-me, *ipsis literis*, à recomendação da Unesco no sentido de serem formados agrupamentos de países na defesa cultural de seus patrimônios, "para promover a

livre circulação de idéias através da palavra e da imagem".

Na 19.^a Conferência Geral da Unesco, realizada em Nairobi, em 1976, configurou-se plenamente a denúncia de que a informação constitui-se hoje na mais nova forma de dominação, porque os países pobres ficam cada vez mais alienados pelas agências de notícias, filmes e milhares de horas de programação exportados pelos países ricos.

Consumimos, assim — conforme observa Nidha Najar, técnico em comunicação da Tunísia —, uma informação que tende a manter, de um lado, em estado de alienação, os habitantes de países em desenvolvimento, enquanto do outro lado os países ricos vivem em perigosa ignorância da realidade desses povos, na temerária segurança de sua superioridade industrial, tecnológica e cultural de sua civilização, em suma.

O produto cultural proveniente dos países ricos atende basicamente aos gostos do público do mercado produtor, isto é, ao seu público de origem. É quase sempre produto de entretenimento imposto pelo preço aos países pobres. Por exemplo: um filme para televisão cujos custos, em país rico, variem de 500 mil a 1 milhão de dólares, pode ser vendido a um país subdesenvolvido por até 500 dólares.

Normalmente, os países ricos têm e difundem, de forma deliberada ou não, uma imagem distorcida da realidade dos países pobres. E essa imagem é comercializada e mantida através de filmes e programas de TV, contribuindo para

transformar a visão cultural que os países têm de si mesmos.

Pela ótica do mercado dominador, o mexicano em geral é preguiçoso e está sempre bêbedo à porta de uma taverna, protegendo-se do sol, sob pródigo **sombrero**; o brasileiro, tamborim na mão, camisa listrada, está sempre fazendo evoluções numa escola de samba e — o que é pior — também de **sombrero**.

— Por que não fazem outro **Orfeu Negro** no Brasil?

Esta é uma pergunta a que já se habituaram no exterior diretores e produtores de cinema brasileiro. Para a maioria desinformada, o Brasil é só a selva amazônica, café, samba e futebol. Acontece que **Orfeu Negro** é um filme francês.

Aos donos da informação interessa captar no mercado consumidor dos países subdesenvolvidos apenas o exótico, o pitoresco, o factual. De um país como o nosso, com tantos bichos e tanta macumba, esperam que façamos filmes somente sobre esses temas. Querem importar, para deleite de seu público, a imagem que fazem de nós. Enquanto nos impõem a realidade deles.

Essas e outras razões ponderáveis levaram-me a propor a criação do Mercado Comum Cinematográfico. O brasileiro quer ser conhecido como é, inclusive sob os aspectos exótico, pitoresco, factual. Mas queremos também conhecer mais de perto nossos irmãos latino-americanos exatamente como são, assim como os irmãos africanos e os avós portugueses.

Nossa proposta oferece aos países mais pobres, inclusive àqueles que ainda não dispõem de uma cinematografia expressiva, o acesso a um enorme mercado compulsório, que os colocará no mesmo nível dos países mais avançados do bloco que constitui o Mercado Comum.

Por isso, a proposta brasileira nada tem de neocolonialista, já que se fundamenta exatamente no respeito às culturas regionais e à política preconizada pela Organização dos Estados Americanos, de acatamento à não-intervenção e auto-determinação dos povos.

Mas essa solução, assim como não é colonialista, não poderá ser paternalista. A política cultural — a da informação — e a econômica não podem caminhar sozinhas, prescindindo uma da outra. Qualquer acordo cultural leva à liberação econômica e, portanto, à emancipação política.

Estou convencido de que nossas possibilidades são muito amplas nesse empreendimento.

O Brasil não está falando sozinho, porque a reação ao unidirecionismo da informação, por parte dos países receptores, contra os transmissores, é uma tendência mundial.

Na 19.^a Reunião da Unesco, ressaltou-se a necessidade de países ricos e pobres fortalecerem o sentido de responsabilidade internacional, através de sistema de comunicação baseado na igualdade.

Nossa opção prioritária é o Mercado Comum Cinematográfico porque é rentável. Dará oportunidade a todos, neutralizará a influência da direção única, conduzirá à emancipação política e à consciência da liberdade que cada povo precisa para dizer o que sente.

O fenômeno da identificação cultural entre os países de expressão portuguesa e espanhola é o melhor trunfo de que dispomos nesta cruzada.

O dialeto banto, por exemplo, falado por expressiva corrente migratória de escravos africanos, mantém uma ponte de interesse recíproco entre Angola e o Brasil. Remanescentes da cultura incaica ou descendentes do império asteca integram-se muito bem na civilização contemporânea do colonizador espanhol, sem prejuízo das particularidades regionais de cada cultura. A comunidade luso-brasileira está muito próxima da comunidade latino-americana.

No discurso com que inauguramos oficialmente os trabalhos no Palácio Itamaraty, o Brasil propôs abrir 20% do seu mercado cinematográfico a Angola, Argentina, Colômbia, Espanha, México, Paraguai, Peru, Portugal, Uruguai e Venezuela.

Felizmente, para todos nós, que, durante dez dias, conferimos nossas afinidades e avaliamos nossos recursos, buscando uma solução genérica para problemas comuns, a receptividade à nossa proposta excedeu às expectativas. Isso, cabe-nos reconhecer, foi devido à fortuna de termos como companheiros figuras da mais significativa representatividade junto aos Governos de seus países e de alta qualificação pessoal e profissional nos meios cinematográficos.

Essa circunstância permitiu-nos redescobrir o ovo de Colombo. Isto é: estávamos tão perto uns dos outros e quase não nos víamos; éramos aliados de uma mesma causa e não sabíamos. E, sem qualquer pretensão de estar revolucionando os fundamentos da nossa História, chegamos a conclusão de que nossas raízes são muito mais abrangentes do que supúnhamos.

Basicamente, o I Encontro sobre Comercialização dos Filmes de Expressão Portuguesa e Espa-

nhola serviu aos países-membros para conhecer, debater e propor soluções a problemas que, embora variando de intensidade, são comuns a todos indistintamente. Daí a necessidade do intercâmbio, da união de cinematografias incipientes contra o domínio cultural e comercial das multinacionais. Do documento original desse I Encontro ressalta importante lição política: a de que nenhum povo deve desprezar as suas potencialidades.

O Brasil, cujo cinema ainda luta pela afirmação definitiva, compreendeu essa lição a tempo. E foi precisamente com base nos resultados de uma política oficial de proteção a nossa indústria que pudemos oferecer um modelo aos países irmãos que sofrem os mesmos percalços no afã de conquistar a autonomia.

Não é mais possível, em nosso tempo, que prevaleça o critério absurdo da aquisição de filmes por lotes, ou seja, pelo sistema do contrapeso, através do qual, para compensar os astronômicos resultados de bilheteria com produções do tipo **King-Kong**, o exibidor aceita passivamente a imposição do distribuidor estrangeiro para atulhar os mercados regionais com dezenas de películas da pior sucata da filmografia internacional.

Paradoxalmente, outros cinemas de maioridade comprovada — como o francês e o italiano —, mas sem o sólido esquema do cinema tradicionalmente dominador, só conseguem entrar no Brasil a preço fixo, o que provoca um absurdo desolador: filmes subaproveitados pelos produtores, comprados pelo montante aproximado de mil dólares, chegam a gerar rendas de até 1 milhão de dólares entre nós.

A fórmula brasileira para ocuparmos o espaço do nosso mercado não exclui a possibilidade de ser discutida, no futuro, pelos membros do nosso Mercado Comum Cinematográfico, a entrada de países como a França e a Itália, com quem temos em comum a origem latina. E, então, a oferta de um mercado de 1 milhão e 250 milhões de espectadores-ano, com a adesão dos cinemas francês e italiano, logo se ampliaria para mais de dois milhões.

Atualmente, por força da lei de obrigatoriedade, o cinema brasileiro ocupa 30% do mercado interno contra 70% ocupados pelo cinema estrangeiro, à frente o norte-americano. Com a implantação gradativa do Mercado Comum entre os países de expressão portuguesa e espanhola, 20% do mercado estarão reservados para os cinemas da comunidade, à exceção do

país importador, de modo que a concorrência seja feita de igual para igual: 50% para o cinema estrangeiro forte; 50% para o cinema nacional e os cinemas do Mercado Comum.

Note-se ainda que o espírito da livre empresa será preservado até mesmo na parcela mínima de 20%, a ser disputada em competição aberta pelos países do bloco.

Mas é importante abrir imediatamente em nosso mercado uma parte da quota prevista aos países-membros desde que, pelo menos, dois deles assinem acordos bilaterais conosco.

Com o Mercado Comum, estaremos erguendo uma barreira à informação em sentido único, contra a concentração da produção, ao mesmo tempo em que nos recusamos ao papel passivo de simples consumidores, tacitamente acumpliciados com a distorção da própria imagem.

Na execução de tão ambicioso projeto, estou certo de que teremos de criar mecanismo de distribuição, como a fundação de uma empresa, provavelmente de economia mista, a que se associem os países da comunidade. E, a cada ano, reunindo representantes em determinado país, para exame do comportamento do Mercado Comum em relação aos seus componentes. Estou certo de que, a partir dos acordos nas salas de exibição, chegaremos também à televisão, que se constitui, sem dúvida, numa das grandes preocupações dos países "receptores", por se tratar do mais poderoso veículo de comunicação e em face do alarmante índice de horas importadas em enlatados repletos de violência e erotismo.

AS RECOMENDAÇÕES DO I ENCONTRO

Foram as seguintes as **recomendações** contidas no **Relatório Final**, elaborado pelos representantes dos países da comunidade:

"Os representantes das indústrias cinematográficas de Angola, da Argentina, do Brasil, da Colômbia, da Espanha, do México, do Peru, de Portugal, do Uruguai e da Venezuela, que, na sua qualidade de expertos, participaram do I Encontro Sobre a Comercialização dos Filmes de Expressão Portuguesa e Espanhola, convieram em consignar, neste relatório, os pontos de interesse comum relativos às suas indústrias cinematográficas e, de modo especial, à possibilidade de criação de um mercado comum para a distribuição e exibição das produções cinematográficas dos países presentes,

CONSIDERANDO:

1. Que os países presentes compartilham o objetivo comum de produção, fomento e desenvolvimento das Cinematografias Nacionais. Portanto, concordaram em assinalar o caráter de transcendental importância desta Primeira Reunião das cinematografias de expressão portuguesa e espanhola;

2. Que o cinema é uma manifestação cultural de vital importância para nossos povos e, portanto, existe a necessidade de proteger as iniciativas nacionais dentro de uma grande unidade e em igualdade de condições no mercado cinematográfico mundial;

3. Que o cinema é um meio de comunicação de massa que permite a integração das culturas nacionais;

4. Que, dadas as circunstâncias históricas, sociais e culturais dos países Participantes do Encontro, é de vital significado a unificação dos esforços relativos às políticas cinematográficas dos mesmos;

5. Que as cinematografias representadas no Encontro, apesar de terem níveis distintos de desenvolvimento, apresentem problemas semelhantes no campo de produção, distribuição e exibição, que podem ser encarados de maneira conjunta pelos países interessados;

6. Que a comercialização de películas nacionais dos países presentes se não contarem com a devida proteção enfrentarão dificuldades na distribuição e exibição em seus respectivos mercados, em virtude do costume vigente de exibir películas de países com tradição e experiência cinematográfica que limitam a competência de nossas cinematografias;

7. Que cada mercado nacional está condicionado e dominado, majoritariamente, pelos produtos das grandes Indústrias Cinematográficas internacionais, que são muitas vezes estranhos à identidade cultural de cada país de expressão portuguesa e espanhola;

8. O domínio exercido pelas grandes produtoras internacionais, através de companhias distribuidoras e exibidoras, nos países onde existe produção nacional, limita a comercialização dos produtos nacionais, o que dificulta e impossibilita a amortização dos mesmos em seus respectivos mercados;

9. Que a produção nacional dos países representados enfrenta as mesmas dificuldades relativas aos custos de produção e às condições técnicas de elaboração de seus filmes;

10. Que, de acordo com as experiências das cinematografias mais desenvolvidas, ficou devidamente comprovado que as quotas de exibição ou reserva de mercado para as cinematografias nacionais constituem o caminho mais eficaz para a obtenção de tratamento justo e equilibrado dos produtos cinematográficos nacionais, em relação às cinematografias dos países que contam com uma cinematografia mais poderosa;

11. Que é imperiosa a necessidade de se abrirem mercados para as produções nacionais, como único meio de alcançar um desenvolvimento das Indústrias Cinematográficas dos países menos desenvolvidos que desejam comercializar seus produtos em mercados afins e que estão dispostos a oferecer reciprocidade a países com problemas semelhantes;

12. Considerando, finalmente, que a soma dos mercados de todos os países de expressão portuguesa e espanhola representa um vasto mercado de 1.250.000 espectadores,

COMPROMETEM-SE A LEVAR A CONSIDERAÇÃO DE SEUS RESPECTIVOS GOVERNOS:

PRIMEIRO: Que se adotem medidas para proteção das cinematografias nacionais e para criação de um **MERCADO COMUM DO FILME** para os países de expressão portuguesa e espanhola.

SEGUNDO: Que os mecanismo de proteção das indústrias cinematográficas nacionais tomem por base a exibição obrigatória de películas nacionais durante um número determinado de dias por ano. Tal sistema preferencial se denomina como quota de tela ou reserva de mercado.

a) O número de dias de exibição obrigatória variará, naturalmente, de acordo com o desenvolvimento de cada cinematografia nacional, tendo presente, no entanto, o caráter de incentivo à produção, que é a própria essência do sistema que se busca estruturar;

b) A exibição obrigatória aplicar-se-á a cada uma e a todas as casas exibidoras do país, criando-se uma **RESERVA DE MERCADO** a beneficiar exclusivamente as películas de produção nacional e aquelas realizadas em regime de co-produção, conforme o que disponha a legislação interna de cada país.

TERCEIRO: Que o **MERCADO COMUM DO FILME** terá por objetivo implantar um sistema mul-

tilateral de quotas de tela para as películas dos países membros, com a finalidade de ampliar as possibilidades de mercado dos países membros e proteger os vínculos de unidade cultural dos povos de expressão portuguesa e espanhola.

QUARTO: Que, para tanto, paralelamente à RESERVA DE MERCADO para as produções nacionais, deverá ser criado em cada país um período de exibição obrigatória exclusivamente reservado a películas produzidas pelos países que se associem a esse MERCADO COMUM.

a) Esse regime preferencial estará reservado exclusivamente, em cada país, aos filmes produzidos pelos demais membros do MERCADO COMUM, dele não podendo participar, em nenhum caso, a própria produção nacional;

b) Esse regime preferencial será objeto, em cada país, de livre concorrência entre as produções dos demais membros do MERCADO COMUM, julgando-se inadequado, e contrário aos próprios interesses das diversas cinematografias, todo e qualquer sistema de quotas individuais por países e por mercado;

c) periodicamente, os países membros avaliarão se o MERCADO COMUM DO FILME terá permitido que as cinematografias nacionais gozassem das condições de equilíbrio e reciprocidade que se pretendem com a criação do MERCADO COMUM DO FILME;

d) O MERCADO COMUM DO FILME de expressão portuguesa e espanhola não fará restrições, em todos os seus **consideranda**, às películas provenientes dos países-membros, cujas versões originais sejam em outra língua ou dialetos nacionais, contribuindo, assim, para fortalecer aspectos de sua cultura.

QUINTO: Em matéria de impostos, taxas e outros gravames internos que incidam sobre a comercialização, os filmes originários de todos os países-membros do MERCADO COMUM receberão, no território de qualquer outro país-membro, tratamento não menos favorável que aquele aplicado à produção cinematográfica nacional.

SEXTO: Que parte da renda gerada pelas películas exibidas ao abrigo do sistema de preferência do MERCADO COMUM DO FILME venha a constituir um FUNDO para a realização de filmes em regime de co-produção, reunindo dois ou mais países-membros.

SÉTIMO: Que se estudem fórmulas para permitir a participação no MERCADO COMUM DO FILME, em condições de reciprocidade, dos países de cinematografia ainda incipiente.

OITAVO: Que, enquanto examinem os Governos a presente proposta, tenham início entendimentos bilaterais tanto nos campos administrativos e técnicos, como no campo comercial, para a troca de informações e a realização de experiências-piloto de exibição nos diversos mercados nacionais de filmes originários dos países de expressão portuguesa e espanhola.

NONO: Que se constitua uma SECRETARIA PROVISÓRIA com a missão de coordenar os trabalhos de estruturação e negociação do MERCADO COMUM DO FILME, ora proposto, e que terá por objetivos:

a) Fazer circular informações entre os interessados sobre o estado das diversas cinematografias nacionais;

b) Programar e planejar novos ENCONTROS;

c) Informar todos os países de expressão portuguesa e espanhola que não participaram do I ENCONTRO sobre o teor da presente proposta, incentivando-os a associar-se à idéia de criação do MERCADO COMUM DO FILME.

SECRETARIA PROVISÓRIA

Decidiu-se a criação de uma Secretaria Provisória que assegurará o intercâmbio de todas as informações até que se realize o próximo Encontro.

Decidiu-se que essa Secretaria será constituída pelo Brasil, Portugal e Venezuela.

PRÓXIMO ENCONTRO

Aproveitando a realização do Festival de San Sebastián, os países que ali comparecerem, reunir-se-ão, informalmente, para analisar assuntos relativos ao estabelecimento do MERCADO COMUM DO FILME.

O II Encontro Sobre Comercialização de Película de Expressão Portuguesa e Espanhola realizar-se-á em Caracas, Venezuela, durante a segunda quinzena do mês de novembro do presente ano, conforme decisão unânime dos países presentes ao I Encontro Sobre a Comercialização dos Filmes de Expressão Portuguesa e Espanhola.

O presente RELATÓRIO FINAL, em ambas suas versões, em português e espanhol, está assinado, pelo menos, por um dos integrantes de cada uma das Delegações das atividades cinematográficas nacionais que participaram dos trabalhos.

Brasília, em 29 de julho de 1977."