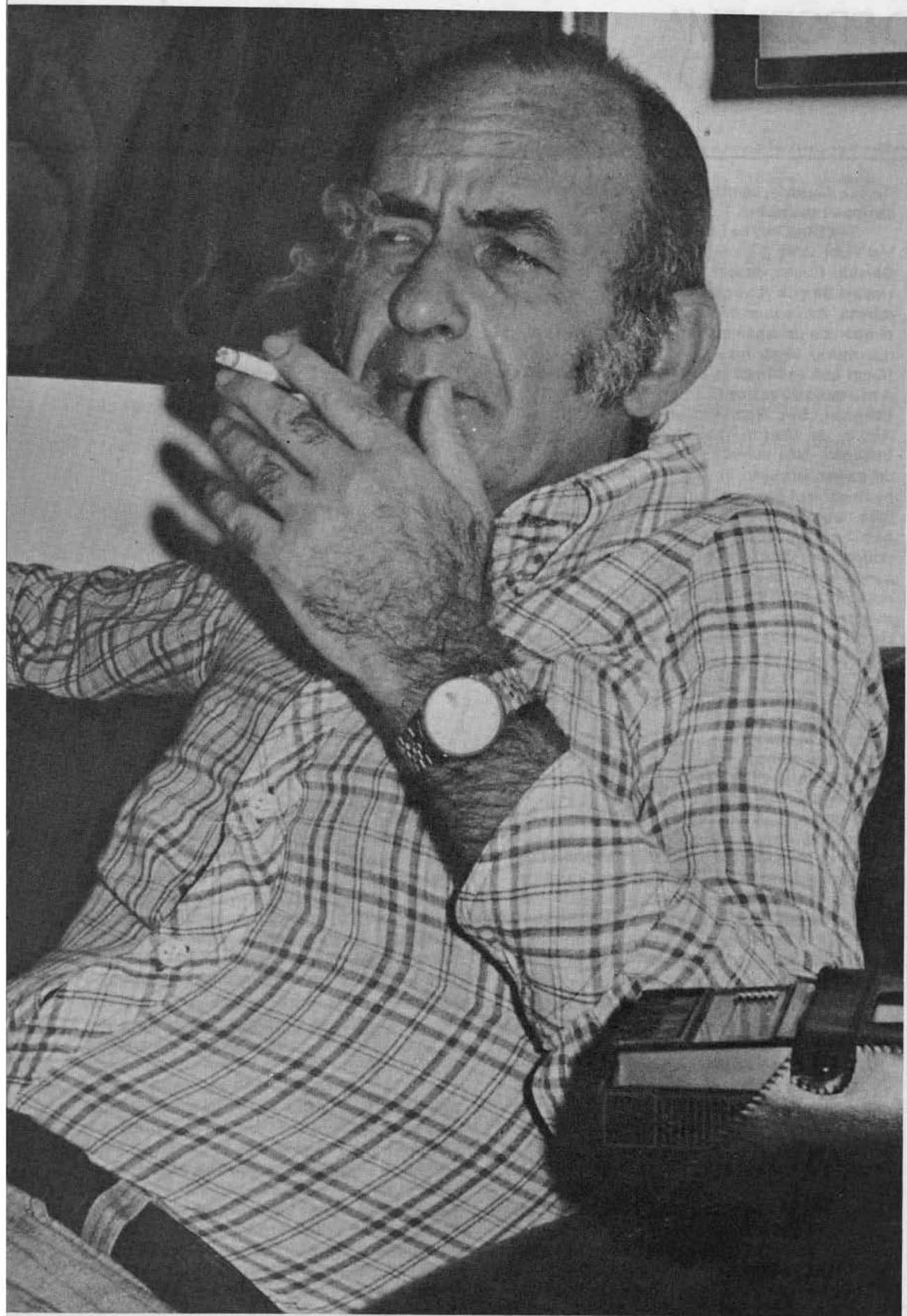


O PROBLEMA DA EXIBIÇÃO

Jornalista, crítico e responsável há 25 anos pelo programa Falando de Cinema, da Rádio MEC, Alberto Shatovsky conheceu de perto a atividade da exibição, como criador da pequena cadeia de salas denominada Circuito I. Nesta entrevista, ele narra a sua experiência, analisa as saídas possíveis para o filme brasileiro no mercado e expõe seus pontos de vista sobre os problemas do cinema em geral, chamando a atenção para a necessidade de revalorizar o programa cinematográfico.



Bill

O PROBLEMA DA EXIBIÇÃO

— Quando começou a sua aventura pelo campo da exibição?

— Começou, na verdade, no ano de 1959. Vai fazer vinte anos que eu, o Ely Azeredo e o Osvaldo Rocha, da antiga Paramount, criamos o cinema de arte Alvorada, no Posto 6, em Copacabana. Isso pouco depois de organizarmos uma temporada de cinema de arte no Teatro Mesbla, que durou cinco meses. Lembro-me de alguns filmes que exibimos lá no Alvorada, rompendo o marasmo do mercado: *Morangos Silvestres*, de Bergman, *Um Homem Tem Três Metros de Altura*, de Martin Ritt, *Juventude*, também de Bergman. Nós começamos sem conhecer nada de comercialização cinematográfica. Não havia nenhum espírito profissional na coisa. E também nunca recebemos nenhuma cobertura. Depois houve uma parada, e em 72, já com um pouco mais de experiência, voltei para uma segunda etapa, com a criação do Cinema I. Esta nova tentativa de implantar uma *exibição alternativa* entre nós realmente abriu um flanco no mercado. Repercutiu em todo o Brasil. Cito como exemplo a abertura do Cinema I e do Cinema II em Belém do Pará, por um cidadão que é cineclubista e banqueiro. São poucas, porém, as iniciativas desse gênero. Porque hoje não é mais negócio abrir cinemas, pelo menos nas grandes cidades. E muito menos cinemas de arte. O repertório de fitas caiu muito, a disponibilidade das companhias independentes é pequena. A criação do Circuito I, via Cinema I, permitiu o lançamento de uma série de filmes de qualidade que estavam engavetados. Da mesma forma que em 59, nossa programação era constituída de fitas recusadas pelo mercado, fitas nas quais o mercado não acreditava. Para o grande exibidor, qualquer filme de arte era *maldito*, ou seja, não era comercial.

— E como nasceu o Cinema I?

— Na época eu trabalhava na *Manchete* e tinha um *bico* na Columbia, fazendo revisão de traduções de legendas e assessorando a companhia na co-produção de fitas brasileiras, com base naquela resolução do antigo INC sobre os depósitos compulsórios. Ali eu fiz amizade com aqueles que viriam a ser meus sócios: Tony, que era o homem da Columbia, e a Hanni, que era a secretária dele. De nossas conversas surgiu a idéia de se criar o Cinema I. Nós pensamos em lançar um cinema de arte, depois outro, depois outro, até formar uma cadeia. E queríamos também lançar uma revista tipo *Variety*. Cheguei a conversar com o Paulo Perdigão e o Sérgio Augusto sobre a possibilidade de fazermos

o *Variety* brasileiro, coisa que afinal não deu certo.

— A idéia de vocês era arrendar cinemas?

— A idéia era arrendar, como foi arrendado o Cinema I, ex-Paris Palace, um *poeira* de Copacabana que vivia às moscas. Naquela época, o Tony tinha um bom relacionamento no mercado exibidor e aquele cinema, que pertencia ao Grupo Valanci, estava arrendado ao Lívio Bruni. O Cinema estava na pior e o Lívio Bruni queria se ver livre dele, mas ainda tinha dois anos e meio de contrato. Então ele passou o contrato para nós. Constituímos uma empresa e levantamos em banco um empréstimo de 80 mil cruzeiros - uma fortuna para nós. Era de fato uma aventura. Com esse dinheiro meu amigo Geraldo Queiroz fez a reforma da sala. Transformou o *poeira* num cineminha razoável, introduzindo a novidade do bar. E eu fiz aquela campanha enorme com meus amigos da imprensa. A renda da sala subiu espetacularmente. Só para dar números comparativos, se o Paris Palace fazia 3 mil cruzeiros por semana, o Cinema I, na sua segunda semana de vida, já fazia 30 mil. Decuplicou a renda. A projeção era horrorosa, mas não tínhamos dinheiro para mudar as lentes dos projetores. Levamos três ou quatro meses para ter condições de comprar duas lentes novas. O equipamento de cinema aqui, de um modo geral, é velho, maltratado, sem reposição. Este é um dos problemas sérios da exibição. Bem, mas aí do Cinema I passamos ao Cinema II, que foi outra aventura. Era outro *poeira* terrível, o Riviera. A reforma custou *uma nota*. Depois fomos para a Tijuca e abrimos o Cinema III, que era uma sala nova. Simultaneamente, entrou no circuito o Studio Paissandu. E, mais recentemente, foram arrendados outros cinemas, como o Lido I, enquanto o Lido II nos contratava para fazer a programação.

— A partir de uma certa altura vocês passaram a ter um circuito nacional de exibição, não?

— Ele se tornou nacional pelos acordos que nós fizemos. Em São Paulo ainda arrendamos e reformamos uma sala, na Rua Augusta, e assim nasceu o Cinema I de lá, que nunca teve uma vida muito ativa como sala especializada. Não dava para programar direito o Cinema I paulista porque era somente uma casa e São Paulo é uma selva cinematográfica. Antes do Cinema I de São Paulo já tínhamos o Cinema I de Santos. E outros foram surgindo, mediante acordos com exibidores: Brasília, Porto Alegre,



O Cinema I pretendeu ser a experiência-piloto de um projeto nunca realizado: um circuito nacional de cinemas de arte.

Curitiba. O que aconteceu foi o seguinte: os exibidores que tinham salas deficitárias, diante do excelente comportamento do Cinema I do Rio, viram nesse tipo de programação uma saída para reciclar aquelas salas. A de Santos foi reformada pelos seus donos e nós programávamos daqui do Rio, mediante um acordo feito com eles. Mas aí começaram os problemas. O caso do Cinema I de Santos, por exemplo. Era um cinema de um custo elevado e que não suportou uma programação mais rigorosa. Há determinadas áreas que são assim. A programação tem que ser feita com muita habilidade e tem que haver material disponível suficiente para uma oferta equilibrada. Uma sala especializada precisa conquistar o seu público. Nós aqui no Rio conquistamos um público para o Cinema I e o Cinema II. Para o Cinema III já foi difícil, porque a Tijuca mostrou-se mais resistente do que Copacabana ao nosso produto. Seria o caso insistir, mas ocorre que o custo operacional da

exibição é muito elevado para quem não tem salas próprias. E também não há liberdade de trabalhar com o produto de acordo com as conveniências de cada caso. Você tem uma determinada fita numa companhia americana e diz que gostaria de exibí-la apenas em duas sessões diárias, às 8 e às 10, de segunda a quinta-feira. Eles não entendem isso. "Mas por que só às 8 e às 10? Porque não de 2 à meia-noite, como sempre?" Não há maleabilidade nenhuma no setor da distribuição, o que torna as coisas muito difíceis. Os hábitos são muito fortes, a rotina impera.

— Mas houve um instante em que vocês criaram também uma distribuidora própria.

— Nós sentimos a necessidade de criar uma distribuidora não apenas para alimentar nosso circuito mas também para salvar nossas finanças. A distribuição, teoricamente, tinha muito maiores possibilidades comerciais para nós do que a exibição. Com casas arrendadas, a exibi-

O PROBLEMA DA EXIBIÇÃO

ção é um negócio tremendamente arriscado. Onde se pode ganhar alguma coisa é na distribuição. O mais lógico seria você se lançar na distribuição de filmes alternativos e depois assegurar a exibição desses filmes criando um sistema de salas. Nossa estratégia na verdade foi essa, só que nós invertemos o processo e saímos na frente com a exibição. Como exibidores que éramos, nós não tínhamos o produto. Fomos à procura dele e o descobrimos nas prateleiras. Mas quando descobrimos o produto e ganhamos personalidade no mercado, a grande exibição nos podou o direito de acesso às grandes distribuidoras. De modo que entramos na distribuição. E trouxemos algumas boas fitas. Relançamos uns cinco clássicos de Chaplin, lançamos dois Bergman que ninguém tinha trazido, *O Sétimo Selo* e *O Rasto*, um Losey antigo, *O Criado*, um filme japonês de Nagisa Oshima, *O Garoto Toshio*, um belo filme russo que não fez sucesso, *Tio Vânia*, uma das melhores fitas sobre concertos de rock, *Monterey Pop*. Tínhamos planos de trazer muitas mais. Mas a situação não estava nada boa. A corda ficou pesada demais para o nosso lado.

— *O calcanhar de Aquiles do caso foi o fato de os cinemas serem arrendados?*

— Foi esse fato e foi também, infelizmente, o filme brasileiro. Acontece que nós funcionamos, desde 1972, como via principal de escoamento das fitas brasileiras recusadas pelo mercado. Entre 72 e 77, lançamos umas 30 ou 40 fitas brasileiras. E delas todas, só tivemos um resultado razoável com *São Bernardo*, *O Mundo Em Que Getúlio Viveu*, *Aleluia*, *Gretchen* e o lançamento de *O Casal* em cadeia com outros cinemas. Nosso circuito era de fato a grande alternativa, e a única, para os filmes brasileiros que os cinemas tradicionais não queriam lançar. E eu dizia na época que era necessário fortalecer esse circuito para que ele servisse inclusive ao cinema brasileiro, aos nossos filmes médios e menores que não encontravam lançamento.

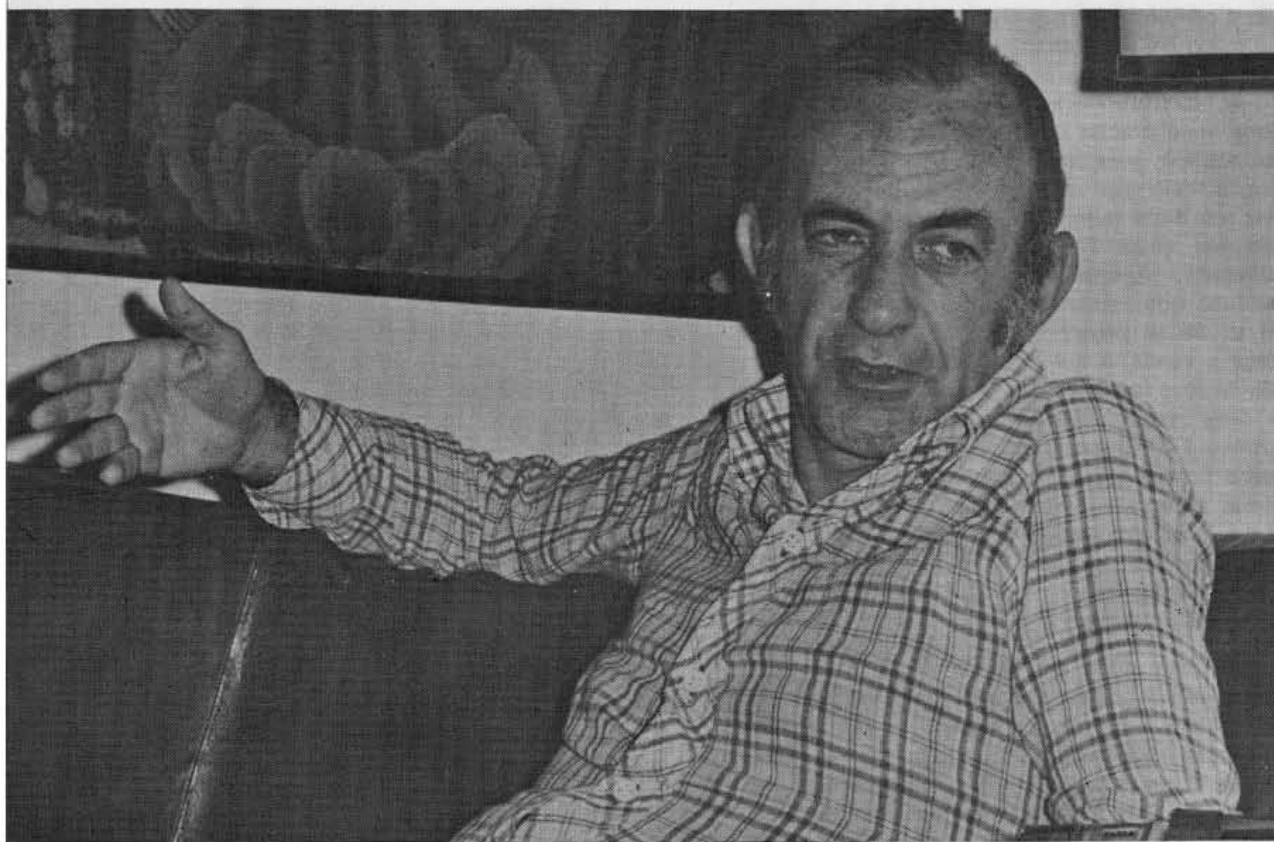
— *Fortalecer como?*

— Dando ao circuito condições melhores de funcionamento. A partir de um certo momento, por exemplo, nós reivindicávamos a criação de um Estatuto especial para os cinemas de arte. Esse Estatuto não visava proteger o Cinema I, mas defender uma idéia, uma causa. Defendia-se um sistema de estímulo e de proteção às salas que se especializassem numa programação de nível cultural. Em relação ao cinema

brasileiro, no anteprojeto que chegamos a elaborar reivindicávamos o direito de exibir fitas nacionais com censura vencida, para efeito de cumprimento da lei de obrigatoriedade. Nós achávamos que devia haver uma constante rotatividade do filme brasileiro. Fitas como *Macunaíma*, *Deus e o Diabo*, *São Paulo S.A.*, talvez uns 15 ou 20 títulos de valor permanente, precisavam estar sempre ao alcance do programador do cinema de arte, independente do ano em que tivessem sido produzidos. Houve uma forte resistência a esse item do Estatuto, que eu diria compreensível, até certo ponto, porque tratava-se de recolocar no mercado filmes que já haviam tido seus cinco anos de direito aos benefícios da lei de obrigatoriedade. Os produtores em geral foram contra, alegando o motivo da concorrência. Não creio que isso criasse uma concorrência de monta, porque seriam apenas filmes selecionados. E para exibição somente nos cinemas de arte. Estes, segundo previa o Estatuto, seriam salas registradas como tais no antigo Instituto Nacional do Cinema, e *fiscalizadas*, digamos assim, na sua programação trimestralmente ou semestralmente, para verificar se estavam agindo de acordo com os seus propósitos. Nós teríamos um selo especial que nos garantiria determinados direitos: o direito de exibir fitas nacionais de censura expirada, cumprindo por exemplo metade do tempo obrigatório; o direito de exibir fitas com censura vencida em sessões especiais, como nossas famosas sessões de meia-noite, que acabaram por falta de repertório; o direito a alguns benefícios fiscais. Lutamos em vão por essas medidas.

— *O que aconteceu então?*

— Nós agüentamos até onde foi possível, mas chegou um ponto em que não deu mais. Na empresa, eu cuidava da programação, do aspecto cultural do empreendimento, e Tony Manne cuidava da administração, do aspecto comercial. Tony era um jovem americano que se abraçara e que hoje ajuda os cineastas brasileiros em Nova Iorque. Ele percebeu que a situação estava se tornando crítica e me alertou. O problema maior era o filme brasileiro. Nós não tínhamos uma rentabilidade capaz de cobrir o tempo de reserva, que era de 112 dias por ano. Eram então 112 dias por ano de prejuízos que não estávamos em condições de absorver. Tentamos, como solução, vender esse tempo de reserva à Embrafilme, que assim asseguraria a exibição de uma série de filmes que não tinham saída fácil e poderia dispor livremente das datas para esse fim. Em 76, finalmente, cinco anos



Bill

depois que havíamos começado, decidimos passar o negócio à empresa Sul, de São Paulo, que posteriormente se associou à Art Films. Eu ainda desempenho um certo papel na história, porque eles me tomaram como consultor. Recomendo filmes para serem comprados lá fora e tenho feito um trabalho de aproximação do grupo com produções brasileiras de qualidade e possibilidades comerciais.

— *A quase unanimidade de nossos cineastas considera a exibição o maior problema do cinema brasileiro, atualmente. Baseado na sua experiência, como você analisa esse problema?*

— Em minha opinião, esse problema começou quando o exibidor descobriu a grande fita brasileira. Porquê a exibição sempre teve enormes dificuldades de se compor com a exigência da reserva de mercado. Mas de repente acontece esse *boom* e o cinema brasileiro se apresenta em nível de competição com o estrangeiro, no plano da bilheteria, mostrando-se às vezes até mais rentável do que os campeões mandados por Hollywood. Ocorre que a grande fita brasileira, o filme de explosão, é um caso excepcional; como não poderia deixar de ser. São no

máximo cinco ou seis fitas numa produção anual de 80. Aquelas que contêm uma série de elementos de poderoso atrativo popular, no assunto, no elenco, na técnica narrativa, etc. É a *Dona Flor*, é o *Lúcio Flávio*. Não existe o caso da explosão de um filme sem os chamados *ingredientes*. Mas, aqui, querem transformar à força 40 filmes brasileiros por ano em filmes de grande sucesso. Isso estabelece uma tremenda confusão no mercado. Tenta-se nivelar tudo, unificar tudo, mas o cinema é uma coisa compartimentada, complexa. Há pouco em São Paulo foi lançada uma fita quase experimental em cerca de 30 salas. É claro que isso está errado. Essa fita tinha que encontrar os seus canais próprios, mas não ocupar 30 salas. Pelo estardalhaço que se faz, a fita atrai um certo público, evidentemente. Esse público entra, olha o filme e diz: bom, não é o *Lúcio Flávio*, não é a *Dona Flor*. Hoje, qualquer fita brasileira quer o grande lançamento, o chamado *splash*. Então, não existe espaço para todos os filmes. Não existe mais o lançamento em duas ou três salas. Isso é inteiramente irreal, a meu ver. Inclusive porque você tem que onerar muito o produto. Para se fazer chegar hoje um filme ao público, se ele

O PROBLEMA DA EXIBIÇÃO

não é comercial já pelo título ou não tem astros da televisão no elenco, se é um filme médio autoral, ele precisa receber uma carga promocional terrivelmente cara. Para vender esse filme você precisa passar uma *cantada* enorme no público, pela tevê, pelo jornal, pelo rádio. Ora, a idéia que tem cada diretor de transformar seu filme num grande sucesso de bilheteria não faz desse filme um grande sucesso de bilheteria. Apenas encarece mais ainda um produto que todos sabem custar muito caro e difícil de se pagar. E com isso você também força a venda, o que é muito perigoso, porque não se deve forçar a venda de coisa alguma. Não se deve tentar enganar o público. Enganar o público é contraproducente, a longo prazo. Ele acaba ficando desconfiado e se esquivando dos filmes nacionais. Isso explica talvez porque o filme brasileiro ainda não está devidamente institucionalizado. Nas décadas de 50 e de 60 possivelmente houvesse um público mais fiel ao cinema brasileiro do que hoje.

— *Quer dizer que a promoção maior ou menor não decide a bilheteria de um filme?*

— Um filme só faz sucesso se ele tem os chamados *ingredientes*. Eu acho que a bilheteria de um filme não é determinada pela carga de promoção. Se fosse, os americanos fariam uma grande promoção de todos os seus filmes, pois dinheiro para isso não lhes falta. Tampouco se pode afirmar que o tamanho do circuito vai gerar esse sucesso. Depende. A exibição tem uma série de sutilezas, não é uma coisa que você possa equacionar com facilidade, a ponto de poder dizer *a priori* que um filme lançado em tal cinema necessariamente vai dar dinheiro, que se for lançado em tantos cinemas vai dar dinheiro, que se gastar tal quantia em publicidade vai dar dinheiro. Nada disso pode ser previsto com segurança. Até mesmo o que chamo de *ingredientes* não são totalmente enumeráveis. De qualquer forma, é inegável que a televisão desequilibra as perspectivas. Se um filme tem nomes de novela, seu poder de atração cresce bastante. É uma coisa realmente incrível. Se o filme vai fazer de bilheteria em duas semanas Cr\$ 1.600 mil sem televisão, faria Cr\$ 3.500 mil com televisão. Por isso é que todos querem ter promoção na tevê, e com certa razão. Mas acontece que tal filme tem o que oferecer ao público, tem os ingredientes. Não tendo, não adianta. Se você não tem o que vender ao público, com televisão pode até levar prejuízo, porque vai onerar mais ainda seu produto. Se o filme não tem postura de sucesso, não adianta querer

transformá-lo num acontecimento. O produtor só deve gastar com anúncio quando tem confiança no filme.

— *Qual seria, no seu modo de ver, a solução para os filmes médios, sem maiores apelos comerciais? Os chamados filmes de autor?*

— A solução estaria na existência de numerosas salas de tamanho médio ou pequeno, de boa qualidade, que formassem a sua platéia. Hoje, pelos próprios problemas de deslocamento urbano, o espectador vai ao cinema *na certeza*, para ver um filme determinado. É preciso saber atraí-lo, oferecendo-lhe essa segurança, conforto físico, tranquilidade mental. O contrário do que os cinemas e os programas oferecem atualmente. Mas eu estou falando na solução ideal. É claro que nós temos que contar com a exibição que está aí e que não dá nenhum sinal de que pretende mudar tão radicalmente. A médio prazo, portanto, talvez a solução fosse desdobrar algumas salas grandes, para aumentar o mercado. Você tem duas salas em Botafogo e desdobra em quatro. Em três ou quatro anos poderiam surgir mais 10 salas na Zona Sul. O fato é que se tem de encontrar uma saída dentro da situação atual. Como é que se vai convencer o exibidor que fez uma renda espetacular com *Lúcio Flávio*, que tem rendas elevadas em seus cinemas, a lançar uma modesta produção de autor? Ele passou a obter altas rendas com filmes brasileiros, mas com filmes brasileiros de grande público: *A Dama do Lotação*, Renato Aragão duas vezes por ano, *O Cortiço*. Como é que se vai resolver com o grande circuito, que é do Severiano Ribeiro, o problema dos filmes médios? É difícil, não é? Talvez se pudesse criar, dentro do grande circuito dele, um circuito pequeno para esses filmes. Talvez se pudessem aproveitar, com esse objetivo, alguns cinemas que são considerados *caveiras de burro* para o cinema brasileiro: o Veneza, o Comodoro. Mas o Severiano Ribeiro prefere colocar nesses cinemas uma fita já exibida, como *Dona Flor*, quando precisa tapar buraco. Decididamente, é muito difícil, nas condições atuais do mercado, resolver o problema dos filmes médios. A não ser que sejam dados estímulos especiais aos exibidores, a não ser que haja uma negociação com eles.

— *O que você acha da idéia de o Estado construir ou arrendar cinemas?*

— É uma das saídas, sem dúvida. O Estado poderia construir novas salas e entregá-las em arrendamento. Por exemplo: existe uma área enorme da Lagoa Rodrigo de Freitas ocupada



O milionésimo espectador do Cinema I recebeu um ingresso permanente.

por um cinema *drive-in*. Aquela área daria para uns quatro ou cinco cinemas geminados. Não estou discutindo a validade ou não do cinema *drive-in*, mas raciocinando em termos de aproveitamento de espaço. Se o Estado entra no negócio, também vai garantir que um certo interesse cultural seja preservado. Se aparecesse alguém de suficiente coragem e visão para propor um projeto de construção de 10 salas no Rio de Janeiro, num prazo de dois anos, seria uma saída muito boa. Poderíamos ter 20 salas em quatro anos, quem sabe. E áreas existem. Tanto a municipalidade como a União possuem áreas excelentes. Só o Estado pode fazer isso, porque o investidor não vai se aventurar a construir ou a comprar. Não vai porque hoje um cineminha dentro de um novo *shopping-center* é vendido por um preço totalmente fora da realidade cinematográfica. Outra saída é a que eu propus em

73 ou 74: a Embrafilme comprar datas nos cinemas. Na época eu argumentava que era uma forma de assegurar espaço para a exibição de filmes que encontravam dificuldades no mercado. Não diria comprar em todos os cinemas, porque isso seria impossível, mas garantir uma parcela do mercado. É uma das soluções que voltam a ser levantadas por aí. Também poderia se tentar a ativação ou reativação de locais já existentes aqui e ali, de pequenas salas isoladas que não estão sendo devidamente aproveitadas. Mas para isso era preciso haver um projeto. E eu acho que o melhor projeto que a Embrafilme poderia propor seria aquele que visasse conseguir da municipalidade o aproveitamento desses locais. Por exemplo: um determinado local em Campo Grande seria transformado em cine-teatro. Ora funcionava como cinema, ora como teatro. Porque é preciso também acabar com essa conven-

O PROBLEMA DA EXIBIÇÃO

ção, essa burocracia, de sessões de 2 à meia-noite. Acho que a coisa vai ter que mudar também por esse lado. Diminuir o número de sessões, desdobrar a sala para outras atividades — teatro, cinema, concerto, etc. Principalmente no subúrbio, onde há mais áreas sobrando. Mas até mesmo uma Sala Cecília Meireles, por que não? Ela é usada 365 dias por ano? Não. O Estado está fazendo um teatro na Av. Princesa Isabel. Por que não um teatro e um cinema? O fato é que ainda existe um preconceito muito grande contra o cinema. Arte é teatro, música, balé. Cinema não é arte, é uma coisa mais rasteira.

— *E quanto a essa cooperativa dos cineastas cariocas? Consta que um dos seus objetivos seria o de construir ou arrendar cinemas.*

— Como empreendimento visando a prestação de serviços de produção, eu acho perfeito. Eles vão ter todo o parque cinematográfico nas mãos. Agora, quanto a construir cinemas, o caso muda de figura. Porque o investimento é muito alto. Eu ainda acho mais viável arrendar cinemas.

— *Mas a sua experiência não demonstra, exatamente, que arrendar cinema não dá certo, por causa dos custos operacionais?*

— A minha experiência não deu certo, mas a da cooperativa pode dar, se ela tiver confiança nos filmes brasileiros que for exibir. O problema não está tanto no arrendamento em si, mas na sua posição no mercado. Quando você tem força, quando você dispõe por exemplo de 40 cinemas arrendados, então desaparece o problema. Você tem poder de negociação. No sul do país há um cidadão cujos cinemas são todos arrendados, mas acontece que ele é o principal exibidor da região. Se você é pequeno e desamparado, não pode negociar, não pode escolher, não pode ter os filmes que deseja. A respeito da cooperativa, me sensibiliza num certo sentido a idéia de algo novo, mas me preocupa também. O pessoal que faz cinema no Brasil está vivendo um momento de grande entusiasmo, mas tem que juntar esse entusiasmo com uma visão prática das coisas. Em minha opinião, o cinema brasileiro está precisando de um projeto novo. O projeto atual chegou ao ponto de esgotamento, de saturação. É necessário elaborar um projeto novo. Com o mercado de exibição que temos aí e com a mentalidade dominante na exploração dos filmes, nós vamos ter muita dificuldade. Temos tido e vamos ter mais ainda. Se as providências não forem tomadas, um certo cinema brasileiro será riscado do mapa. Aquele que poderia proporcionar o aparecimento de cineas-

tas novos, possibilitar a constante renovação cinematográfica. Porque os espaços foram totalmente ocupados pelas grandes produções. O próprio produtor hoje não é mais um simples produtor. É um investidor, freqüentemente um banqueiro. É de esperar que pelo menos um ou dois deles tenham uma outra visão do cinema e adotem aquela estratégia de produzir dois filmes de grande bilheteria e, a reboque destes, um ou dois filmes de investimento pequeno. Vamos supor que o Luís Carlos Barreto chegue a um faturamento tal que, como um homem esclarecido, resolva financiar um ou dois cineastas novos. Estes vão fazer seu filme sem maiores compromissos e mais tarde encontram dificuldades para exibição. Mas aí o grande produtor pode negociar com o exibidor, dizendo: você exibe meus dois grandes filmes mas depois vai exibir o resto da minha produção, ou seja, este um ou estes dois filmes menores. O tipo de negociação que os americanos faziam ou ainda fazem, a venda do lote de produção.

— *Você falou atrás em estímulos aos exibidores. Que estímulos seriam esses?*

— Antes de mais nada, a liberação do preço do ingresso, há anos submetido a um controle inteiramente fora da realidade. O tabelamento do ingresso prejudicou muito a exibição no Brasil. Foi um dos fatores de desestímulo à construção de novas salas e à recuperação das existentes. Se eu quero fazer um super-cinema de 200 lugares, altamente confortável, e cobrar 50 cruzeiros pela entrada, não posso. Isso limitou enormemente a expansão do mercado cinematográfico. Todo o negócio cinematográfico em nosso país é desestimulante, do ponto de vista da exibição. É o tipo do mau negócio. Até mesmo para quem herdou os cinemas. Os donos das salas de 30, 40 ou 50 anos atrás têm um negócio *imobiliário* nas mãos. O valor do cinema como sala exibidora é secundário, o importante é o valor imobiliário. As áreas estão ali, se valorizando. Basta perguntar a um grande exibidor como o Severiano Ribeiro e ele vai responder isso. Então, por absoluta falta de incentivo, a situação dos cinemas é uma situação estática. A exibição, ou o que dela sobrou, está parada no tempo. Não se desenvolveu, não se atualizou, não acompanhou o crescimento demográfico e cultural à sua volta. Costuma-se dizer, e com razão, que o Brasil tem 3 mil e poucos cinemas quando poderia ter mais de 20 mil. Na Zona Sul do Rio, que é uma área densamente povoada e de nível cultural elevado, existem relativamente pouquíssimas salas exibidoras. O

público ficou melhor e a exibição não foi capaz de servir a esse público.

— *O público melhorou?*

— De certa forma, sim, melhorou. Tanto que hoje um filme como *Pai Patrão* faz 100 mil espectadores na Zona Sul do Rio. E se tivesse melhores condições de exibição, faria 180 mil. Há 20 anos isso seria impossível, mesmo porque toda a exibição estava a serviço das grandes companhias. É claro que as coisas não são tão simples assim. Nos fins dos anos 40 e início dos anos 50, os filmes neo-realistas costumavam ter 150 mil espectadores na Zona Sul. Mas na época não havia a concorrência da televisão e outras concorrências. Proporcionalmente, era muito maior o número de espectadores nos cinemas. Depois o público cinematográfico se dividiu por completo. Houve, porém, em contrapartida, o aparecimento de uma nova platéia, mais amadurecida. E basicamente jovem. Pelo menos 60% dos espectadores devem estar na faixa dos 15 aos 30 anos. Eu acho que o Cinema I teve algum papel no fenômeno. Muita gente se formou cinematograficamente acompanhando a programação dos nossos cinemas. As próprias companhias americanas perceberam que havia um novo público que não podia ser desprezado e passaram a trazer também o produto europeu de qualidade: Visconti, Bergman, Losey, Bertolucci. Os grandes circuitos absorveram muito do espírito do Cinema I. Eles passaram a não ter medo de um certo gênero de filmes, que antes consideravam *malditos*. Nós chegamos a fazer experiências audaciosas de programação. Por exemplo: formamos um programa com *Ô Xente, Pois Não*, de Joaquim Assis, junto de um filme estrangeiro, não me lembro mais qual foi. O programa ficou três ou quatro semanas em cartaz no Cinema I e depois foi para outras salas. Houve uma intenção por trás disso, naturalmente. Quem é que ia exhibir um filme de meia hora de projeção como aperitivo? Ninguém. Nossa idéia era abrir um flanco para criar uma mentalidade nova na exibição. Porque o imobilismo da exibição no Brasil é uma coisa apavorante. Não há o mínimo de respeito ao público na composição do programa cinematográfico. Ainda mais agora. Agora eles programam de olhos fechados o cinejornal e o curta-metragem. O equacionamento do problema do curta-metragem foi feito da maneira como nós sabemos e, na minha opinião, da maneira errada. Tende a nivelar por baixo, não a qualificar. Hoje, todo mundo está produzindo curta-metragem: o bom cineasta, o produtor de comerciais,

o fabricante de matéria paga. Sendo que este faz pelo preço mais baixo. Eu acho que o filme curto precisa ser subsidiado, tem que ser. Deveríamos ter 50 ou 60 títulos por ano de filmes curtos de alta qualidade, realizados mediante subsídio. Essa solução do mercado não foi a melhor porque entrou todo mundo na jogada. Então o programa cinematográfico hoje é feito sem cuidado e critério, espanta mais do que atrai o público: anúncios, um curta-metragem que pode ser do tal fabricante, trailer, cinejornal, mais trailer, até que entra o filme, geralmente ruim. Eu defendo, antes de tudo, a revalorização do programa cinematográfico.

— *De que forma tudo isso poderia mudar?*

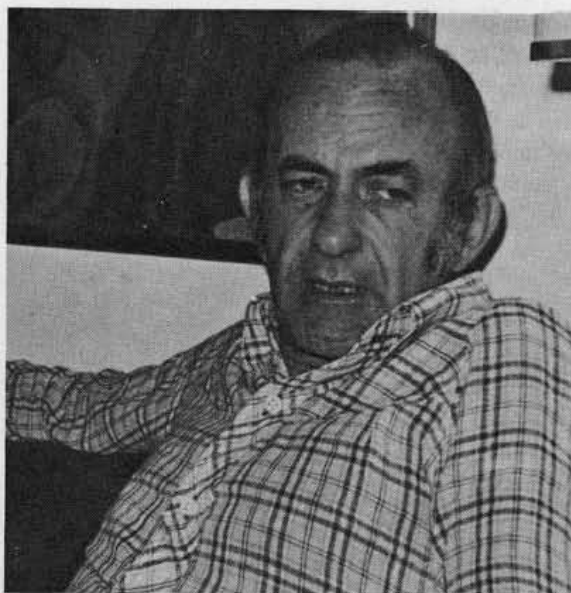
— A grande mudança que poderia haver, a médio prazo, não houve por falta de compreensão e de incentivo. O Estado entrou para financiar a produção, ajudar a distribuição e esqueceu a exibição. A prova é que estávamos aí com o Circuito I e a nossa proposta esbarrou numa série de obstáculos. Na época eu tentava defender o Circuito I e defender a implantação de um sistema nacional de cinemas de arte. Não se tratava de defender uma empresa, como já disse, mas de defender uma idéia. Pois encontramos resistência até mesmo na parte mais nobre do cinema brasileiro. Um dos líderes do cinema brasileiro achava que cinema de arte era uma coisa elitista. E me disse: "Não, Alberto, estamos interessados é na mobilização do povo". A mobilização da parcela não alfabetizada do povo é necessária, evidentemente, mas não tinha nada a ver com a nossa proposta, que pertencia a um outro departamento.

— *Você acha que esse projeto terminaria por beneficiar o cinema brasileiro?*

— Seguramente. Ia beneficiar aquele cinema brasileiro que hoje não tem saída. Resolveria o problema de exibição desses filmes. Com a garantia da existência de um circuito de 60 salas distribuídas pelo Brasil, você poderia rodar seu filme em 16mm, ampliar para 35mm e, com um orçamento modesto, e sem o ônus de uma publicidade cara, fazer o *Pai Patrão* brasileiro. Fazer o filme de autor, esse tipo de filme que tende a desaparecer. De maneira que, por estranho que isso naquela época parecesse a alguns, o cinema de arte beneficiaria o cinema brasileiro. Como também beneficiaria o cinema brasileiro, indiretamente pelo menos, a boa fita estrangeira exibida pelo cinema de arte. Porque a dieta cinematográfica que estamos sofrendo atualmente, com uma média de um filme de alta qualidade por mês, acabará por desmoralizar o cinema inteiro, desestimulando o espectador ca-

O PROBLEMA DA EXIBIÇÃO

da vez mais a sair de casa e, em termos de exibição, prejudicando o próprio filme brasileiro. Essa falta de intercâmbio cultural na área do cinema é altamente negativa em relação à conquista e à formação de públicos. O espectador se desabitua do bom filme, do filme diferente, passa a ver apenas aqueles que obedecem a certos padrões de espetáculo. O problema é justamente esse. Devia-se ter pensado em termos de proteção ao filme de autor independentemente de sua origem. Devia-se ter pensado em *enriquecer* o mercado. Mas o que vem acontecendo é o empobrecimento progressivo do mercado. Tanto que o cidadão pode importar uma reedição de *Marcelino, Pão e Vinho* e tirar 80 cópias de um filme velho, que não tem mais nenhum papel a cumprir, nem do ponto de vista da diversão, nem do ponto de vista cultural. E esse filme rende uma fortuna, alimentando o nivelamento por baixo da nossa platéia. Tudo isso, paradoxalmente, porque não se importa mais. A importação, como se sabe, foi objeto de resoluções que tiveram por objetivo, louvável em si mesmo, dificultar ao máximo a entrada do produto estrangeiro no Brasil. Criou-se a taxa por título, no momento, se não me engano, de 78 mil cruzeiros pelo filme com mais de uma cópia e de 28 mil cruzeiros pelo filme com uma só cópia. Tornou-se obrigatória a cópia no Brasil. Pois bem: minha tese é de que a taxa por título, tal como foi adotada, prejudicou o filme de arte, o filme de limitadas possibilidades comerciais, mas não o filme das *major companies*. Essas se beneficiaram, porque se tirarem 6 cópias de um filme pagam 78 mil e se tirarem 50 pagam os mesmos 78 mil. Enquanto se você quiser trazer, por exemplo, um Bergman de 15 anos atrás, com uma única cópia, pagará 28 mil. Mas para trabalhar no cinema de arte você precisa ter ao menos 3 cópias, e por essas 3 cópias vai pagar uma fortuna: 78 mil e mais o preço das cópias, porque você tem que fazer as cópias aqui. Uma das reivindicações do Estatuto era a de se poder trazer até 3 cópias originais do filme de arte. Não que os laboratórios brasileiros não trabalhem bem. Eles estão trabalhando até muito bem. Se recebem um bom negativo, as cópias são excelentes, como se pode ver pelos filmes brasileiros. Mas o que está ocorrendo, lamentavelmente, é que, sendo obrigados a fazer aqui as cópias do filme menor trazido de fora, temos que importar uma cópia e tirar um contratipo de cópia. Se pretendemos fazer mais de cinco cópias, tiramos um contratipo de uma cópia comum, o que é um processo contra-indicado. Quando você quer tirar um contratipo,



BIII

precisa ter um material oriundo do de primeira geração, ou seja, uma cópia lavander. O ideal seria mandar vir de fora o internegativo, que é um negativo, tirar o número de cópias que quiser e devolvê-lo. Como fazem algumas grandes produções americanas. Mas talvez 80% das fitas estrangeiras exibidas no Brasil chegam aos cinemas em cópias sem o processamento adequado. Eles trazem uma cópia comum, como no caso de *1900*, do Bertolucci, e contratipam: tiram um negativo e do negativo tiram as cópias. Nós sempre procuramos evitar esse processo. Quando trouxemos *Corações e Mentes*, o internegativo não pôde vir e então não houve jeito senão fazer a cópia reversível, que é também uma prática inconveniente. Porque até 5 cópias pode-se utilizar o reversível, que fica mais barato. Além de 5 cópias, não vale a pena. Ninguém tira 20 reversíveis, pois sairia uma fortuna. Então nós reivindicamos a importação de até 3 cópias originais do filme de interesse artístico. Hoje, é o que se está vendo aí. O espetáculo cinematográfico está enormemente prejudicado em sua qualidade de apresentação. A imagem que se vê na tela é uma imagem duplamente deformada: pela cópia e pela projeção. Quer dizer: estão matando o cinema. No momento em que a cor na televisão atinge um padrão de alto nível, no cinema o espectador está sendo constantemente violentado, do ponto de vista da qualidade da imagem. É outro aspecto importante da desvalorização do programa a que me referi. Insisto em dizer que temos de revalorizar o programa cinematográfico.

(Entrevista a José Haroldo Pereira)