

CURTA-METRAGEM

Em 9 de dezembro de 1975, a lei n.º 6.281 determinou a exibição compulsória de curta-metragem brasileiro de cunho cultural. Embora determinasse o fato, a lei não regulamentou como ele se processaria. Isto foi feito apenas a partir da criação do Concine (Conselho Nacional de Cinema), órgão encarregado da legislação específica, em março do ano seguinte.

Após estudos, pesquisas e contatos com as entidades da classe cinematográfica de todo país, o grupo de trabalho nomeado pelo Concine, reunido de novembro de 1976 a março de 1977, aprovou, após 14 reuniões, a resolução n.º 18, de 24 de agosto de 1977 que, entre outras coisas, estabeleceu:

a) que o curta-metragem teria duração superior a cinco e inferior a 30 minutos;

b) criou o CPB (Certificado de Produto Brasileiro) que, entre outras coisas, seria restrito a filmes de natureza técnica, científica ou cultural, sem poder apresentar matéria publicitária de qualquer natureza;

c) que o curta-metragem nacional seria exibido acompanhando todo e qualquer longa estrangeiro, e a ele caberia 5% da renda bruta arrecadada;

d) que durante um ano, esta exibição seria restrita aos estados do Rio de Janeiro e São Paulo (mais de 2/3 do mercado total), salvo nos cinemas que exibissem em programa duplo um longa brasileiro ao lado do longa estrangeiro. Findo este período, a obrigatoriedade se ampliaria para todo território nacional;

e) que o filme vendido a preço fixo teria cassado o CPB;

f) que cada produtora não poderia receber CPBs relativos a mais de cinco curtas-metragens.

Portanto, já desde os primórdios da sua normalização, a chamada "lei do curta", como toda legislação pioneira, continha algumas contradições e lacunas. Muitos desses problemas foram sendo corrigidos com o passar do tempo. Poucos meses depois da resolução 18, em outubro de 1977, a resolução n.º 19 já modificava o percentual relativo aos exibidores e estabelecia o teto máximo de 285 salários-referência para cada curta, atingido o qual, o CPB perde a validade. Em fevereiro de 1979, a resolução n.º 37 estendeu a obrigatoriedade a todos os cinemas dos municípios do território nacional com população superior a 100.000 habitantes (inclusive os de 16mm no RJ, SP e DF), excluindo assim os municípios fluminenses e paulistas com população inferior, e que estavam sujeitos à aplicação da lei pela resolução 18. A exclusão desses municípios foi feita depois que estudos demonstraram que para o exibidor destes locais, muitas vezes o seguimento da lei implicava em despesas de frete etc., inviabilizando qualquer lucro financeiro. Isso em absoluto não acarretou em lesão para os produtores, já que os 115 municípios incluídos na resolução 19 representam 80% da renda total¹. Ainda a mesma resolução 37 aumentou de 285 para 570 salários-referência o teto máximo por filme (mas excluiu do benefício os curtas com CPB expedidos anteriormente); isentou as cooperativas de cinema da obrigatoriedade de 5 CPB por companhia produtora (para elas o limite fixado foi de cinco filmes por cineasta cooperativado). Posteriormente, em junho do mesmo ano, a resolução 40 isentou os cinemas de 16mm da obrigatoriedade, e

restringiu a concessão do CPB a filmes de 35mm. Em maio de 1980, a resolução 52, dado o volume indiscriminado de certificados fornecidos a filmes de qualidade dúbia, determinou que este passaria a ser "concedido a critério da comissão" — e estabeleceu um máximo de 21 CPB a serem emitidos por semestre, fato confirmado pela resolução 61 de dezembro do mesmo ano, ainda vigente².

Podemos constatar assim claramente a insegurança, não apenas das comissões que tiraram as sucessivas e por vezes divergentes resoluções, mas igualmente das entidades de classe que as pressionaram. A composição dos membros que fornecem o CPB foi modificada várias vezes visando o aprimoramento dos critérios, o que não impediu, por exemplo, que em 1979 e 1980 houvesse uma proliferação dos filmes de má qualidade feitos apressadamente "para cumprir decreto". Outras vezes, aconteceu o inverso: é bastante conhecida a anedota do documentário sobre a confeitaria Colombo que teria tido negado o certificado por "conter propaganda de uma casa comercial". Vale também destacar a redução do número de cópias referente a cada curta, de 15 (resolução 37) para 10 (resolução 52) e depois para cinco (resolução 61) — medida quase suicida, pois ao dilatar o período necessário ao alcance do teto máximo, esta diminuição só veio prejudicar o produtor independente, estimulando a produção "comprada" pelo exibidor a preço fixo com recibo "frio", o que, embora ilegal, é muito freqüente e de difícil fiscalização.

Um problema crucial que seguramente provocará problemas futuros é a exibição compulsória do curta apenas com longas estrangeiros, isentando a produção brasileira. Esta e outras medi-

das visam sem dúvida aliviar o produtor nacional dos 5% que seriam retirados da sua renda bruta. Mas, no momento em que a infra-estrutura econômica vier a permitir um aumento substancial da produção brasileira, encontraremos o longa e o curta com legislações diferentes, e mesmo antagônicas, já que o aumento dos dias obrigatórios de exibição do primeiro implicará na redução equivalente do segundo.

Mesmo com tanto casuismo, a legislação vigente é perfeitamente capaz de atender aos produtores¹, desde que estabelecida uma maneira de agrado geral de regular a entrada dos filmes no mercado, que pode (ou não) seguir um critério cronológico pela obtenção do CPB. Por volta de 1985, estima-se que a produção de baixa qualidade esteja deixando o mercado — ou por ter atingido o teto limite, ou por expirar os cinco anos do certificado de censura. Aí então estarão corrigidos os equívocos iniciais e assegurado o verdadeiro espírito da lei n.º 6.281. (JCR)

1 Em 1981 os municípios com menos de 100.000 habitantes representavam apenas 16% da arrecadação total de filmes estrangeiros no país, sendo 14,5% de São Paulo e apenas 5,3% no RJ.

2 Vejamos a oscilação numérica da emissão de certificados: 1977 (87 CPB); 1978 (208); 1979 (376); 1980 (224); 1981 (59 num máximo possível de 84).

3 Em junho de 1982 o teto limite do curta aproximava-se de três milhões de cruzeiros, quase três vezes o preço de produção de um filme a cores de dez minutos de duração, com orçamento modesto.



PRIMO CARBONARI

FC — Inicialmente, gostaria de ouvir sua opinião sobre a Resolução 52 do Concine.

CARBONARI — Sobre a Resolução 52, creio que o órgão disciplinar do Concine até hoje não compreendeu o que é a indústria cinematográfica. Está levando os produtores de curtas e longas-metragens às portas da falência. Eu creio que o cinema está chegando ao fim, no Brasil. Aquela luta nossa de 45 anos creio que está sendo em vão, porque na verdade, se as leis tivessem sido certas, o cinema brasileiro não estava nessa situação tão desagradável, financeiramente. Nesses 45 anos, eu verifiquei duas coisas. Não vi nada que pudesse resolver tudo o que pretendiam as resoluções criadas pelo Concine e antigo INC. Quando eu disse que eles mal sabiam copiar as próprias leis criadas no tempo do Estado Novo, todo mundo me criticou. Mas eles não souberam nem copiar aquelas leis, esta foi a verdade. Para que você tenha uma idéia, desses últimos três anos para cá, o cinema entrou numa decadência fora do comum, falando do cinema brasileiro em geral. Caímos a tal ponto que tivemos que usar até nos curtas-metragens a pornografia. Em vez de fazer os curtas de alto gabarito cultural, passamos a ter quase inteiramente filmes agressivos ao público. Isso no curta-metragem. No longa-metragem, não podemos sequer ter a classificação de país cinematográfico, essa é que é a verdade. Não progredimos nada. Pra se ter uma idéia, a EMBRAFILME e o Concine deviam, com o Decreto 43, incrementar a indústria cinematográfica. Mas todo mundo pensa em individualismo. Indústria não é individualismo. Criatividade é uma coisa, indústria é outra. Estamos confundindo produtor com realizador e com criador.

FC — No cinema brasileiro, tem lugar para quem, dessas categorias?

CARBONARI — Tem lugar para tudo, quando tiver uma infra-estrutura bem garantida, industrialmente falando, esta é que é a verdade. O Ministério da Educação se preocupou muito em dar meio de trabalho para o individualismo, e não em proteger a indústria cinematográfica. Quando uma pessoa registra uma firma e recebe um certificado de filme e só produz aquele filme, é um individualista. Indústria não. A indústria tem seus encargos fiscais nos 365 dias. Então, ela não pode se submeter a um artificialismo. Tem que criar meios de trabalho para colocar todos os técnicos em função, diariamente, e produzir de acordo com a necessidade do mercado. Isso não foi criado pelo Concine nem pela EMBRAFILME. Você vê: por incrível que pareça, o categoria especial recebia oito poltronas; um ano depois passou para quatro; depois extinguiram o antigo categoria especial.

FC — Como era esse categoria especial?

CARBONARI — O categoria especial recebia uma gratificação do antigo INC, numa média de 17 mil cruzeiros de premiação para cada filme cultural que se fazia. Depois, tinha oito poltronas a cada sessão. Então, eu produzia uma faixa muito grande desses filmes. Foi quando vi que eu estava entrando no mesmo caminho do curta-metragem há 30 anos atrás, que eram os jornais de atualidade da época. Então eu sugeri uma fórmula para dar meio de trabalho para todo mundo. Eu levei para o antigo diretor do INC, depois Concine, Dr. Alcino Teixeira, este plano de produção e distribuição no país todo, o plano por ordem cronológica.

FC — Como é esse plano?

CARBONARI — É o seguinte: cada produtor recebe o seu número de certificado e quando chegar, é obrigado a registrar nas delegacias criadas pelo Concine e EMBRAFILME. Lá naquela região ele coloca o seu número, e ninguém pode passar na frente dele enquanto não exibir o seu filme. Então teria vez para todos os produtores nacionais, sem preferência para ninguém. Sugerir isso para poder dar uma infra-estrutura para que todos pudessem sobreviver na indústria cinematográfica. E falo mesmo: se não fizerem isso, jamais a indústria cinematográfica brasileira sobreviverá.

FC — Isso com relação ao curta-metragem?

CARBONARI — Não, em geral. Com o filme de longa-metragem também. O mal do cinema brasileiro ainda está no atravessador, que pode ser o redistribuidor, o exibidor ou o próprio produtor que cria uma empresa-fantasma e liquida essa empresa em 48 horas, faz aquela fita e desaparece.

FC — Ele faria isso com que finalidade?

CARBONARI — Porque depois ele pode aparecer perante o fisco com outra contabilidade. Por lei, no Artigo 7 da Lei 43 do INC, é proibido a qualquer produtor vender filme a quem quer que seja.

FC — Inclusive o exibidor...

CARBONARI — Ao exibidor, tanto o curta quanto o longa-metragem. Não fui eu quem fiz as leis, essa é a verdade. Eu quero que se cumpram as leis, é a única coisa que quero.

FC — E é muito comum os curtas serem vendidos?

CARBONARI — É muito comum. Mas acharam que parando meus filmes, davam mais oportunidade para os outros. Estão enganados, todos se enganaram. Porque tem muitos filmes nas prateleiras da EMBRAFILME. Os que tiveram seus filmes registrados pela EMBRAFILME retiraram para depois vender os filmes para os exibidores, os distribuidores.

FC — Sem que a EMBRAFILME fizesse qualquer repesália?

CARBONARI — Se leis e resoluções dessem certo, o cinema brasileiro estaria num mar-de-rosas. Mas ele está na porta da falência. Não foi por maldade não. Foi por incompetência mesmo, por desconhecimento de base da indústria cinematográfica brasileira por esses moços...

FC — Os moços são...

CARBONARI — Os representantes das comissões que representam os ministérios e fazem as resoluções para o cinema nacional. Então esses rapazes têm falta de conhecimento. Mas certas vezes eu senti muito interesse nessas comissões. Portanto, tenho me sentido quase desligado desse setor, depois que larguei a presidência do Sindicato da Indústria Cinematográfica. Quando eu era Presidente, fiz sentar na mesa os dois representantes, da EMBRAFILME e do Concine, para nós discutirmos em paralelo todas as situações. E muitas vezes o próprio presidente do Concine me chamou e eu levei todos os planos para nós fazermos o que tinha que se fazer no cinema nacional. Por isso eu digo: meu pensamento é simples: vejo o fim do cinema nacional, por uma razão só. Toda a indústria cinematográfica estava baseada em cinco laboratórios, trabalhando noite e dia. E passou a voltar ao início, 1958, quando eu comecei a fazer os primeiros filmes coloridos, quando só existia um. E voltamos outra vez só a um. Olha bem, ao invés de termos um crescimento, voltamos à estaca zero.

FC — E qual é esse único laboratório, hoje?

CARBONARI — É a Líder Cinematográfica, que comprou os outros laboratórios e os exterminou. Se eu tivesse dinheiro, faria a mesma coisa. É uma indústria. O mais forte come o mais improdutivo. Mas se nós tivéssemos uma indústria bem estruturada, e as leis tivessem dado uma base, todos os produtores não estariam nessa situação que está se apresentando agora. Por isso eu digo a você e a todos os meus colegas do Brasil inteiro: tenho pena do cinema nacional — como digo sempre. E tenho pena de todos aqueles que estão sendo formados pelas escolas de Comunicação, que não têm meio de se colocar no parque industrial

e ter a criatividade que merecem. E o parque industrial vai se acabando também, porque você não tem vontade de renovar o equipamento, pois vê que é uma indústria que não tem um mínimo de garantia de colocação da fita.

FC — O que o senhor acha do padrão de qualidade exigido pelo Concine?

CARBONARI — O padrão de qualidade, no meu pensamento, é uma coisa clara. Você sabe que eu forcei sempre para revelar o negativo só num laboratório. Por uma razão só: eu conheço muito bem laboratório, e para você ter uma qualidade internacional, primeiro você tem uma manipulação dos negativos que precisa ser perfeita. Tenho discutido muitas vezes com a própria Líder: a Líder do Rio revela o negativo melhor do que a Líder de São Paulo. Mas ainda estamos com 75% da qualidade em todos os setores. Não adianta ter uma Multiplex perfeita, uma máquina de revelar último tipo, se você não tem um tratamento perfeito do negativo. A primeira arma de um filme colorido está na revelação do negativo. Se não revelar perfeitamente, você já não tem qualidade. Isso é a base. E tenho discutido com todos os engenheiros químicos que conheço e que são, por incrível que pareça, meus companheiros da velha-guarda. Discuto muito a gama dos filmes. E chegamos à conclusão de que qualidade maior do que a que está aí, é impossível. Mas é preciso também o terceiro ponto, que são os estúdios cinematográficos. É preciso ter estúdios perfeitos, com luzes calibradas. Hoje não se pode usar uma lâmpada que tenha dez horas de uso num longa-metragem, porque ela muda a tonalidade de cor, ela precisa estar certinha. Isso chama-se indústria. Enquanto houver esse idealismo, nós não conseguiremos nunca fazer um bom cinema, vai ser cada vez pior. Jamais poderemos concorrer no mercado internacional. E quando chegamos com uma fita para poder concorrer: a idéia é formidável, a realização é formidável, mas a qualidade é péssima, tecnicamente de péssima qualidade. Então, chegamos nos festivais internacionais e todo mundo dá risada dos nossos filmes. Temos o som ruim, a fotografia mais ou menos, é o que nós temos tido no cinema brasileiro.

FC — Com o que nós temos, o senhor acha que não é possível produzir coisas que sejam boas o suficiente para serem exibidas nos cinemas? O Concine diz que umas têm qualidade e outras não...

CARBONARI — Ele não pode falar isso. Eu pego 50 filmes que eles aprovaram neste ano e que são de péssima qualidade, até na própria realização. O acabamento é péssimo, e os letreiros são de menino de primeiro ano de grupo. Os letreiros, a apresentação do filme, têm que ser de alto gabarito. Nem isso está feito. Eu assisti aos filmes. Os membros de classificação só podem classificar: tem que sair no certificado que "esse filme é informativo", "esse filme é cultural", "esse filme é altamente técnico", "altamente turístico". Eles não têm função nenhuma de proibir nada. Porque acho que a lei eu conheço na palma da minha mão. A função do Concine era fazer resoluções de proteção à indústria. Nem no tempo do Getúlio, que tinha uma ditadura, nunca se proibiu nada. Tinha o DIP, mas nunca ninguém proibiu um cinejornal ou um documentário para exibir no cinema.

FC — O senhor atribui isso a que motivos?

CARBONARI — Ao fracasso das próprias resoluções. Se nós temos 140 dias de filme nacional na casa exibidora, dobrando você vai para 280 dias. Então você fica com 86 dias para exibir o curta-metragem e o jornal. Com 86 dias num ano, dez filmes fecham o mercado. É a coisa mais simples do mundo. Nos programas duplos onde tem um filme nacional, não cumprem nem com documentário nem com cinejornal. Não fui eu quem fiz a resolução, foram eles. Se tivessem feito resoluções exigindo que curta-metragem se exhibe com fita nacional, programa duplo que exhibe uma fita estrangeira e um filme nacional tem que ter dois curtas-metragens. É o plano da ordem cronológica que eu levei para o Ministro. Só um homem conhece esse negócio, Paulo Sá Pinto, dono dos cinemas da empresa Paulista, e diz: "Você nunca vai conseguir isso, a ordem cronológica". O Harry Stone um dia me abraçou e disse: "Você tem uma idéia

maravilhosa mas o Brasil nunca vai aceitar isso". O Harry também me falou: "Você não vai conseguir, Carbonari." Não sei se não vou conseguir. Pode ser que eu seja candidato a deputado! E vou pra Câmara Federal.

FC — O senhor pretende se candidatar?

CARBONARI — Vou ser candidato. Estou registrado, por incrível que pareça, ainda no antigo MDB. Também pode ser que eu entre para o PDS, que ainda dá tempo. Mas todo mundo quer que eu seja Presidente do Sindicato (da Indústria Cinematográfica) de novo, porque no meu tempo o Sindicato andou e defendeu a linha sindicalista na ponta da mão.

FC — E a questão da televisão, para desaguar a produção do curta-metragem. O senhor acha viável?

CARBONARI — A televisão para nós é o refugio da indústria cinematográfica. Digo "refugio" por uma razão só. Quando a indústria cinematográfica, que já tem a sua receita bem estabilizada, faz filme para televisão, ela faz fitas médias, fitas corridas de uma semana, duas semanas. Isso se chama refugio da indústria. Você não pensa fazer dinheiro com ela, pois é uma indústria que gasta muito material. Então você tem que fazer fita média, fita C, B, D. Então fitas de diretor experimental, você coloca. Mas a indústria em si tem que estar bem estabilizada primeiro. E a televisão vai usar essas fitas no fim da receita da grande indústria. Pois como já tem uma receita muito elevada, ela vai poder investir nesses filmes que não tragam benefício nenhum nem quase receita.

FC — Mas corre muito dinheiro na televisão...

CARBONARI — Enquanto você não resolver o problema da indústria cinematográfica em si, não dá para pensar num outro campo. Aí vem um outro plano que levei ao ministério. Chama-se Pólo Cinematográfico Televisivo. Os pólos seriam concentrados, numa primeira idéia, entre Rio e São Paulo, ali perto de Rezende, naquela planura. Ali seriam colocadas as televisões, estúdios de televisão e estúdios de cinema juntos, porque os dois têm que correr juntos. No Rio Grande do Sul e Santa Catarina haveria outro pólo. E no Nordeste haveria um outro. Então nós teríamos televisão e cinema juntos. Isso é outro negócio completamente diferente. A televisão precisa diariamente de 10, 20, 30 produções. Você precisa ter uma infra-estrutura organizada para suprir esse mercado. Mas se nós não resolvemos nem o jornal noticioso, nem o curta-metragem, como podemos resolver uma infra-estrutura para servir à televisão? Poderemos servir com os filmes que estão por aí, um vai produzindo, outro vai produzindo, então 50, 60 fitas cada semana, ou então só se você apanhar essas fitas pornográficas e o governo deixar entrar todas essas fitas pornochanchadas, vamos dizer. Mas não acredito que o governo vai deixar entrar isso na televisão, de jeito nenhum. Então eu acho que isso não é o caminho. O caminho que realmente precisamos é reorganizar tudo, começar desde o jornal até a fita de longa-metragem. Então é preciso primeiro encontrar o homem.

FC — E é preciso encontrar esse homem para quê?

CARBONARI — Precisa se encontrar esse homem no Brasil. Deve ter. Para fazer as novas normas que pudessem dar toda garantia possível à indústria cinematográfica. Então, tendo uma indústria bem estruturada, automaticamente poderíamos ter a indústria ótica, a indústria do filme, a indústria da prata, a indústria do brometo, nós íamos ter todo o conjunto petroquímico junto conosco. Então temos uma indústria e trazemos as outras. Porque nós temos uma indústria. Quando se criou a Vera Cruz, foi com essas idéias, e também as outras grandes companhias,

como a Americana, a Atlântida, no Rio, a Sonofilme, a Multifilmes, a Kinofilmes, a Maristela, a Agrafiles. Eu sempre dizia que faltava a base: a receita, a garantia da receita dessas empresas. Mas nós fracassamos com as grandes indústrias. Se os governos do passado tivessem pelo menos conhecimento de uma indústria cinematográfica, nós teríamos tido êxito. Mas eu acho que nós temos que começar pela estaca zero. Tudo de novo.

FC — Como lhe parece estar a situação do jornal de notícias em cinema?

CARBONARI — Só tem eu. Vê em que situação chegou o cinema brasileiro? Em São Paulo só fiquei eu. No Rio tem o Niemeyer. Mas eu não acredito também que ele agüente muito. Se tirar os dois anúncios dele, acabou a empresa.

FC — E *O mundo em notícias*?

CARBONARI — Já fechou. Todas as companhias fecharam. Só ficou a minha.

FC — Numa de suas entrevistas, o senhor reclamava contra a censura, que atrasa a chegada da notícia ao cinema.

CARBONARI — Não, não. Todo mundo confunde o noticiário de cinejornal com noticiário diário. Cinejornal é documento.

FC — Isso significa o quê?

CARBONARI — Um fato morto que permanece vivo. Um fato já morto que passa a ser documento. Então o cinejornal passa a ser documentação, não fato noticioso.

FC — Por que o senhor documenta então só alguns fatos do tipo banquete, feiras industriais, inaugurações? Por que o senhor privilegia isso?

CARBONARI — Nos cinejornais aparecem banquetes de vez em quando, tem que aparecer. Às vezes, é preciso, porque é uma forma política de mostrar as pessoas. Pobre do país que não mostra seu povo! Não na parte decadente mas na parte também social, muito elevada, para mostrar uma nação que tem um adiantamento cultural maior. Isso eu mostro. E não estou arrependido disso não.

FC — Mas o senhor não teria intenções propagandísticas de pessoas presentes?...

CARBONARI — Não. Há um estado de coisas representado nesse setor. Mas isso não vem agredir esta ou aquela pessoa.

FC — Mas nas feiras industriais, é comum ouvir reclamações de que o senhor na verdade está fazendo propaganda dos produtos ali representados. Isso não é exatamente documentação...

CARBONARI — Em filmes de longa-metragem americanos, o que eles mostram não são os automóveis deles, os pneus deles, produtos deles? Diariamente a gente vê cigarros e outros produtos americanos, italianos, alemães, ingleses, japoneses... Os japoneses estão cansados de mostrar ao mundo suas máquinas fotográficas através dos filmes de longa-metragem deles. Por que nós não podemos mostrar? Mostro aquilo para você e você começa a acreditar no país. O povo não está acreditando no país! Tem que acreditar no país. Se amanhã eu mostro o óleo Mobiloil ou da Shell, por que não posso mostrar o da Petrobrás?

FC — O senhor é um nacionalista?

CARBONARI — Eu acho que sou. Sempre fui. Tanto que eu criei aquela frase: "conheça primeiro o que é teu, para depois conheceres o que é dos outros." Qualquer país do mundo constrói uma máquina de filmar, país menor que o Brasil. E nós não somos capazes nem de fazer uma lente! Então, se eu tiver uma lente brasileira, porque não iria mostrá-la?

FC — Mas as pessoas reclamam que a publicidade deveria ser projetada no início da sessão, em jingles, com as luzes semi-acesas...

CARBONARI — Não, não é publicidade. Estão confundindo promoção com propaganda. Propaganda é o comercial que lhe diz: "Beba Coca-Cola, esse produto é melhor que o outro". Informativo do produto é outra coisa! E onde estão se confundindo todos os órgãos de comunicação. Existe a informação, onde eu mostro o produto dessa fábrica. Mas dizer que esse produto é melhor que o outro, isso eu não faço. Diariamente você vê isso com cigarro. Aquilo se chama "promoção". Estão querendo colocar aquele produto para você. Eu não. Eu apenas dou uma informação do produto.

FC — Esses produtores pagam ao senhor alguma porcentagem, esses a quem o senhor promove?

CARBONARI — Sim, não posso negar que eu vivo da promoção, como todos os órgãos de divulgação. Sem isso não sobreviveria. Mas isso é um direito de comércio comum. Isso está dentro da lei, ninguém pode proibir. Desde que não atinja o pudor, que não atinja a segurança nacional. Até o sapato eu mostraria no cinema, como mostrei, em *Quanto valem seus pés*. Eu mostro todos os tipos de sapatos que você deve usar. Mostrei fazendo um filme cultural. Mostrei toda a linha de sapatos que você necessita para poder trabalhar, dar sua segurança. Ainda diz a lei que eu posso pôr um letreiro no final do filme cultural, dizendo qual é a indústria que está me promovendo aquele filme. Eu posso fazer um letreiro, posso fazer no começo ou no fim. Mas eu nunca usei isso em curta-metragem, nunca usei.

FC — Os filmes do Jean Manzon o senhor classificaria como filmes culturais? Ele usa os letreiros no final...

CARBONARI — Sim. Como te disse antes, os filmes industriais são filmes promocionais da indústria, para mostrar que nós no Brasil temos esse produto, não precisamos importar. Então, mostrando isso aí, não precisamos importar aquele produto. Se você está no interior e precisa de uma engrenagem para sua indústria, você vai logo pensar em importar esses equipamentos. Eu tenho que mostrar uma fábrica no Brasil que faça todos os tipos de produtos de que precisamos, você assiste no cinema e fica sabendo o que o país produz. Feita uma promoção, você sabe onde adquirir. Não precisa comprar fora do país.

FC — Em que bases esse jornal da tela é colocado no cinema?

CARBONARI — Ele tem uma receita de 0,2%. Antigamente nós tínhamos cinco poltronas. Hoje nós temos 0,2% em cada sessão que significam duas cadeiras. É uma receita alta. Como vamos ficar só eu e o Niemeyer, nós vamos nos impor no mercado brasileiro. Estamos esperando subir mais 50% o custo de produção. Como temos todas as fitas na mão, iremos tomar o mercado. E vamos impor o preço que queremos. A essa altura a arrecadação passa a ser feita pela própria indústria cinematográfica.

FC — Os exibidores ganham o que, com isso?

CARBONARI — Nada. Eu não sou casa de caridade. O exibidor do grande centro você pode controlar. Depois que a fita sai da sua mão você perde o controle dela.

FC — Mas não são todos os cinemas que exibem jornal da tela. Aliás, são bem poucos.

CARBONARI — Há uma coisa que pouca gente sabe: quem tem preferência dentro do cinema é o jornal e não o curta-metragem. Por lei, é o cinejornal que tem prioridade. Se eu for num cinema que não está exibindo o jornal, paro a sessão, como já fiz. Se estiver exibindo só o curta-metragem, mando interromper porque qualquer brasileiro pela Constituição pode até prender o infrator. Quem tem preferência na casa exibidora é o cinejornal, não é o curta. Na formação do Concine, está lá: o cinejornal primeiro. No fim vem o curta-metragem, o documentário. Está na lei. No mesmo decreto que cria o Concine. Para se tirar o cinejornal da tela, você tem que ir para o Congresso Nacional.

FC — Essa lei é de quando?

CARBONARI — É de 1938 e está dentro da Constituição de 46 o único decreto lei convalidado pela constituição e referente ao cinejornal brasileiro é o de n.º 20.943. A lei de 46 que passou para 55 e 66. Tanto que no Decreto 843, o jornal é muito bem colocado ali!

FC — Qual é o Decreto 843?

CARBONARI — É o da Lei de Segurança Nacional. Primeiro tem preferência o cinejornal brasileiro!

FC — E por que essa preferência, na Lei de Segurança Nacional?

CARBONARI — Porque o cinejornal sempre é o veículo mais barato que o governo tem para divulgar suas obras.

FC — Quer dizer que, automaticamente, o jornal da tela divulgaria obras do governo?

CARBONARI — Do governo. Como ele fez e está continuando a fazer. Então ele é o órgão de divulgação mais produtivo dos poderes públicos, como também das empresas privadas. Mesmo no tempo da Agência Nacional, você entrava na concorrência para fazer os filmes. A própria Agência abria concorrência. O governo pode ter seu departamento de filmagem, mas só para arquivo. Ele não pode entrar no comércio comum, porque a estatização tem limites. O governo só pode cobrar tributos. Cobrando tributos, ele precisa proteger a indústria. Não pode ele mesmo fazer concorrência com a indústria. Foi o que aconteceu com o DIP e a Agência Nacional. O presidente Figueiredo exterminou por causa disso: não podia fazer concorrência. Eles não podem fazer concorrência às empresas que lhes pagam tributos; se quiserem, me deem isenção fiscal. Por isso você não pode extinguir uma organização industrial. Quando você vai acabar com as coisas, está tirando meios de trabalho de muita gente. É preciso proteger o meio de trabalho. Eu vejo barbaridades: *Notícia em Ampliação*, *Esportevisão* na televisão... Se eu tenho há quarenta anos esses nomes, como é que essa gente usa? Você olha o jornal de notícias do Sílvio Santos, tá lá. Só falta colocar o Primo Carbonari ali. Há quarenta anos que eu coloco notícias no cinema, está registrado pela censura federal. Há quarenta anos que eu faço *Esportevisão*. Isso aqui virou uma verdadeira orgia, ninguém respeita mais ninguém!

FC — O senhor não acha que isso tudo é sintoma de que a situação tem piorado para o jornal da tela?

CARBONARI — Não. Eu sempre achei que o jornal brasileiro ainda tem salvação, se criarmos sete companhias de cinejornal. Você vai perguntar por que sete companhias. Porque quando chegar na segunda linha, só tem um cinema e nós temos sete dias da semana. Um dia para cada produtora, seriam sete dias. Mas essas produtoras que teriam esse canal iriam colocar em cada estado vinte representantes de nível técnico para produzir as reportagens para as concessionárias dos canais que representam. E cada companhia teria uma média de 27 cópias por filme produzido. Numa semana terminava a exibição em São Paulo, uma semana terminava no Rio de Janeiro. Então nós teríamos uma base econômica muito boa. Teríamos, assim, meio de trabalho, com mais ou menos uns 500 trabalhadores em cada empresa, entre técnicos, roteiristas, jornalistas, entrevistadores, ampliaríamos os laboratórios e os estúdios de som.

FC — Mesmo assim, o senhor não acha que a concorrência com a televisão seria muito difícil?

CARBONARI — Não, não. Não seria porque a notícia da televisão é artificial, é de momento. Quem viu viu, quem não viu não vê mais. O cinema, por sua vez, tem a notícia prolongada. Porque senão acabariam os jornais americanos nos cinemas de lá! Lá existem: o *Capitolio*, o *Warner-Pathé News*, *Fox Movietone*. O cinejornal existe ainda na França, na Inglaterra, na Argentina, na Espanha, em Portugal, na Alemanha, no Japão. Por que aqui no Brasil tem de acabar? Acontece que nesses países existe uma infra-estrutura, garantia de colocação do cinejornal noticioso. Quanto ao conteúdo, fazem quase a mesma coisa que eu, ou seja, inserem banquetes (veja nos Estados Unidos) e outras matérias análogas, somente com uma diferença — eles fazem uma reportagem que vai para o mundo inteiro.

FC — O que o senhor acha desse esquema de produção de curtas pelos exibidores?

CARBONARI — Ninguém no mundo me pressiona. Nem a Warner Bros, nem a Fox, nem exibidor algum quando existir a ordem cronológica. Se eu tiver garantia do meu produto, não me importa se o Brasil todo vai produzir contra mim. Chegou na minha hora, eu vou exhibir a minha fita.

FC — O Concine não pode alegar que os espectadores não gostam dos seus filmes?

CARBONARI — Eu fui no Rio de Janeiro e vi gente vaiando todos os documentários. Passou o meu, aplaudiram. A *Tribuna da Imprensa* disse: "Até que enfim, um

filme bem-feito." Era meu filme *Águas cantantes*. Esse jornal trazia uma coluna dizendo: "Até que enfim no Brasil tem um homem que sabe fazer fita." Fiz também um filme sobre segurança no trabalho. Eu acho um filme fabuloso!

FC — O do olho sendo operado?

CARBONARI — Sim. A televisão tá mostrando um transplante de coração. E todo mundo bateu palma porque era no *Fantástico*. Mas o Primo Carbonari não pode mostrar um transplante de coração, pode? Seria uma agressão ao grande público! Eu vejo críticos que ainda se lembram de fitas minhas de vinte anos atrás. Se o filme não tivesse comunicado, ele nunca ia citar na coluna dele, a favor ou contra. Ou você citaria uma fita minha vinte anos depois, se ela não tivesse transmitido alguma coisa? Transmitiu! Então atingi o objetivo, esse é o objetivo que tinha de ser atingido. Poderão alguns alegar que o público não está preparado para isto. Mas não na minha opinião. Para o que é bom, o público está sempre preparado. Pondo de lado a parte predatória do público, felizmente ínfima minoria, que retalha bancos de ônibus e poltronas de cinema, a grande maioria silenciosa (a mesma que apoiou De Gaulle contra a baderna estudantil) sabe apreciar também o bom cinema, quer sejam longas ou curtas-metragens. *Usque tandem, Catilina, abutere patientia nostra?*

entrevista a João Silvério Trevisan

SERGIO SANTEIRO



FC — Você, que é ao mesmo tempo cineasta e presidente da ABD (Associação Brasileira de Documentaristas), como vê hoje a situação do curta-metragem?

SANTEIRO — Embora seja mais conhecido como uma forma de diversão, e mesmo sendo uma, o cinema, pelo fato de registrar, permite que se tenha uma imagem da realidade — inclusive independente da vontade de seus autores. No entanto, como um todo, o cinema se divide em duas tendências: a da diversão e a da informação. O curta-metragem, decididamente, opta por essa segunda tendência. Eu até escapo um pouco desta definição por metragem, curta-metragem etc., prefiro filme cultural, de uma forma geral... Por não ter interesse comercial predominante, o filme cultural, sobretudo no caso do Brasil, ganha maior expressão na área do curta-metragem, porque esta é uma área de menor investimento. O curta-metragem brasileiro desempenha o papel de reflexão cultural sobre o país — e vem fazendo isto desde que o cinema chegou por aqui. Os filmes de atualidades hoje são um arquivo, um depósito da imagem da História do país e têm sido inclusive utilizados para reconstrução da memória — e os filmes de atualidades são efetivamente curtas-metragens... Há pouco eu estava lendo o livro da Maria Rita Galvão sobre a Vera Cruz, e no fim ela faz uma análise de dois curtas do Lima Barreto,

Painel e Santurário. A Vera Cruz, com seu aparato industrial, me parece que não produziu esses filmes com grande preocupações comerciais, o que mostra como o curta ou o filme cultural tem uma função permanente. Também é sabido que os primeiros tremores do Cinema Novo se fizeram através de filmes curtos, e desde então, quer dizer, desde 1960 para cá, essa área só fez crescer e se desenvolver porque representa uma porta de entrada para a atividade cinematográfica. Desde esses tempos até hoje muitos passos foram dados, até o ponto de, em certos anos, ter havido uma produção surpreendente, 200 filmes num ano, para se ter uma idéia. No quadro atual, esta posição foi revertida. Hoje a produção é menor do que em qualquer época. O que tinha sido resolvido em 1974 quando da criação da EMBRAFILME ou seja, um órgão encarregado do filme cultural (Centrocine), o que me parece uma solução definitiva, virou uma lei que obriga a exibição do filme comercial estrangeiro junto com o curta brasileiro, ao qual caberia 5% da renda. O descaminho da lei do curta permitiu a florescência de uma área predatória de produção que causou um xexexate à produção cultural e realizadores independentes.

FC — Não seria a hora de parar tudo e fazer uma revisão integral da regulamentação do mercado? Que medidas a ABD propõe para alterar a situação vigente?

SANTEIRO — Bem, a ABD surgiu antes da existência desse mercado de curta-metragem, no momento em que se descobriu que existia essa área de produção cultural e que suas reivindicações específicas eram e são postas em segundo plano quando em confronto com a área comercial. Então a ABD foi criada no Rio em 1971 e tornou-se uma entidade nacional a partir de 1973, na Jornada de Salvador. A ABD, como já disse, precede o mercado do curta e inclusive participou ativamente da discussão do problema, da formulação de propostas, sem que estas tivessem sido plenamente aceitas. A meu ver, a existência da crise se dá exclusivamente pelo não atendimento do que os realizadores sentem como necessidade. Aliás me parece que a questão do filme cultural no Brasil é basicamente um problema de distribuição, de circulação — e não de produção. Então o problema sempre foi como permitir uma ampla circulação aos filmes sem que um absorvesse mais que os outros na participação na renda dos filmes estrangeiros, que são divisas preciosas que nossa poupança interna remete de mão beijada ao exterior... No caso, a atuação do imperialismo não se dá diretamente, mas pelo aliciamento comercial e financeiro dos exibidores, que por preguiça econômica e subserviência cultural se acomodaram numa posição de simples repassadores do produto importado para consumo interno. Então, a coisa embananhou aí, com a precária distribuição do curta cultural, os exibidores passaram não só a determinar o mercado, como em pouco tempo descobriram como burlar a lei de duas maneiras. Uma, não respeitando uma das questões fundamentais, a distribuição equitativa da receita por todos os filmes habilitados ao mercado; outra, comprando filmes diretamente aos produtores com recibos "frios" e passando diretamente a produzir filmes para cumprir a lei.

FC — Voltando a insistir na pergunta anterior, quais as propostas da ABD para inverter esse quadro? Essas propostas são de revisão parcial ou total dos mecanismos que levam o curta-metragem cultural brasileiro a acompanhar o longa estrangeiro?

SANTEIRO — A fórmula mais simples para que a lei fosse cumprida é o atendimento de uma cronologia de exibição, ou seja, os filmes cumpriam a lei de acordo com a sua entrada no mercado. Faço questão de dizer que a idéia não é minha, nem da ABD: esse ovo de Colombo foi criado em São Paulo pelo Primo Carbonari. Eu acho que esta é a solução mais simples para o problema.

FC — E quanto à suspensão da emissão de novos certificados?

SANTEIRO — Isso é uma antiga proposta de gestões passadas da ABD e que no momento estão reativando... Eu admito a interrupção, desde que venha acompanhada da cronologia de exibição e da permissão de entrada em circuito de filmes até então postos fora do mercado pela prática criminosa da aplicação da lei. Não se trata exclusivamente de suspender a concessão de certificados. Não é isso.

FC — Anteriormente você falou do Centrocine. O que é Centrocine e como a ABD vem relançando a proposta de sua implantação?

SANTEIRO — O Centrocine originalmente foi pensado na reformulação do INC (Instituto Nacional do Cinema) e a idéia original era de um órgão voltado para a área cultural, tendo a finalidade de produção, difusão e circulação de filmes culturais; e atividades afins, pesquisas, ensaios, estudos — enfim, toda a área cultural do cinema. Isso era o Centrocine na proposta do grupo de trabalho de 1974. Como resultado desta proposta, criou-se a EMBRAFILME, Concine, mas não criou-se o Centrofilme, que acabou embutido dentro da EMBRAFILME gerando a Diretoria de Operações Não Comerciais, atualmente Diretoria Técnica e de Operações Não Comerciais, sempre preterida frente aos interesses da parte comercial da empresa.

FC — Na sua concepção, o que é um filme cultural?

SANTEIRO — É aquele no qual o realizador investe seu empenho, seu interesse, seu capital e sua força de trabalho. O que caracteriza um filme cultural é que sua iniciativa depende do próprio realizador e não do esquema industrial-comercial que o cinema gerou. Quer dizer, a figura não-cultural do cinema é o produtor, seja ele particular ou público. Quanto ao filme em si, pode ser curta-metragem, longa-metragem, pode ser ficção, pode ser divertido, pode ser comédia, pode ser o que quiser... Eu também acho que, desde que atendidas e obedecidas as normas oficiais de mercado e da lei, não há necessidade do estado produzir diretamente.

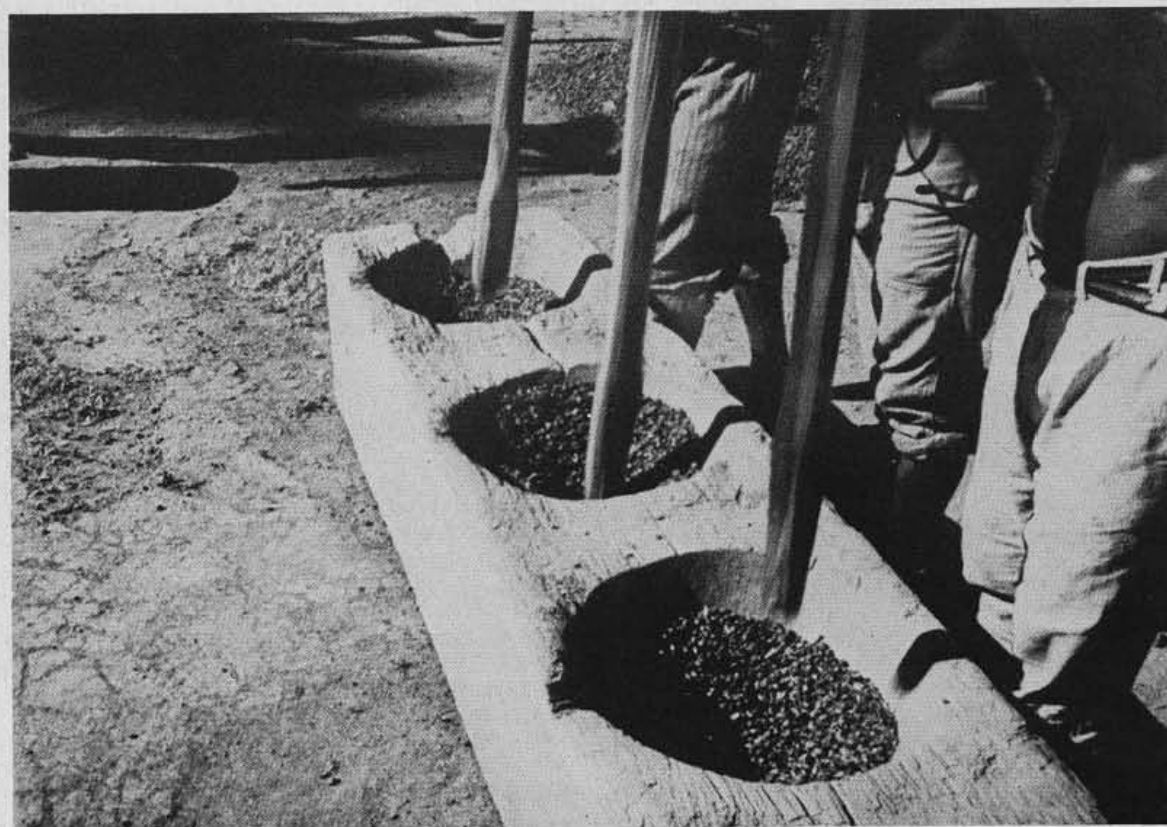
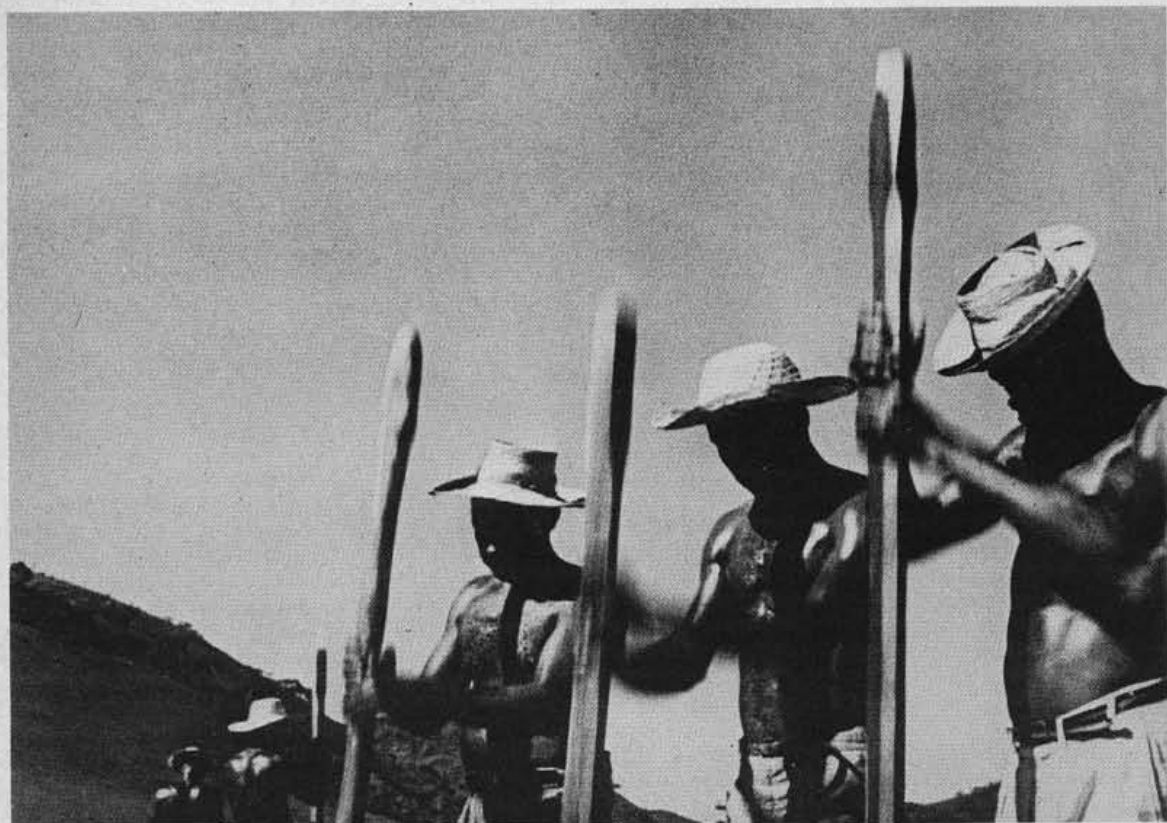
FC — Você então acha que um filme que seja integralmente produzido pelo estado, ou apenas financiado parcialmente, você acha que esse filme perde todos os seus aspectos culturais?

SANTEIRO — Não perde os elementos culturais que tenha enquanto filme, mas deixará de ser uma expressão de cultura autônoma e passará a ser um filme de produção oficial.

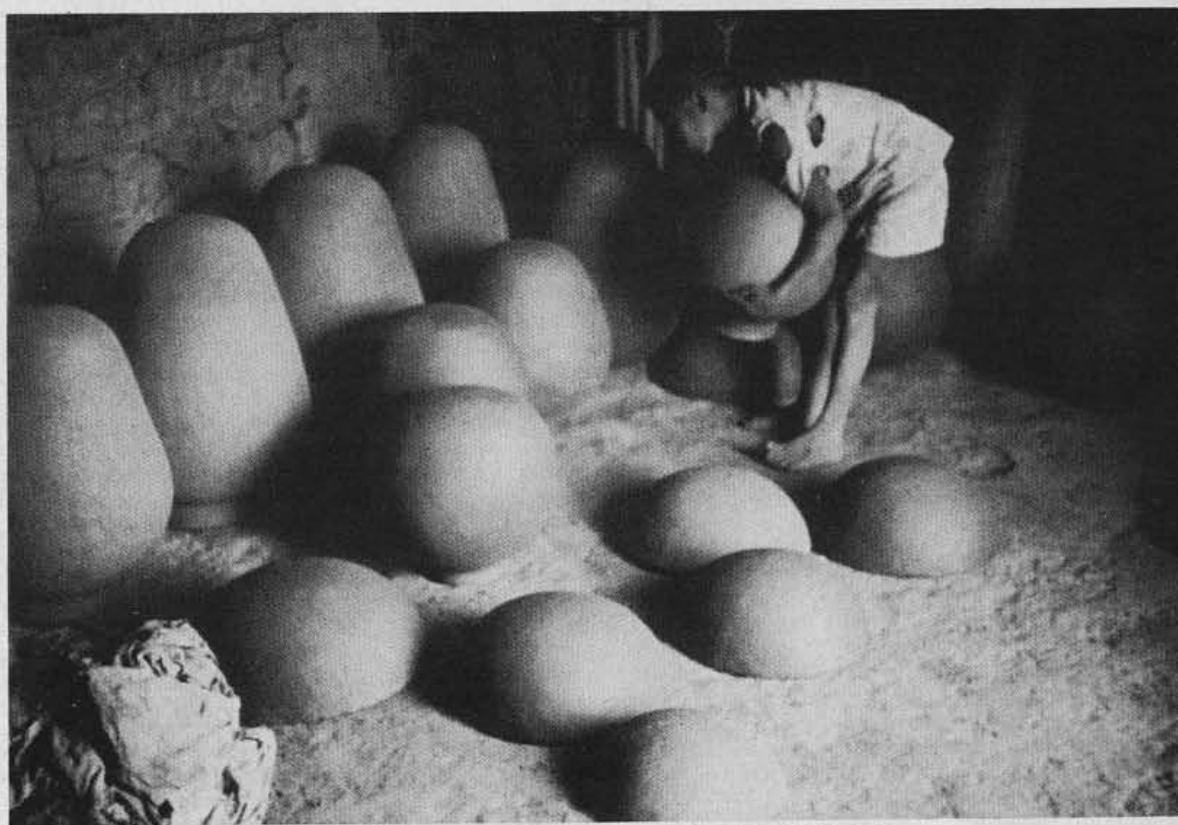
FC — Então isso aconteceria igualmente com os filmes do Centrocine...

SANTEIRO — A cultura é algo tão espontâneo, tão imanente à vida humana, que ela não necessita ser produzida de cima para baixo. Vejamos o caso da cultura popular, não do conceito de cultura popular, mas da cultura popular ela mesma, dos elementos culturais que povoam a vida das pessoas e não são produzidos por ninguém diretamente mas que emanam da própria necessidade do homem se comunicar e se expressar. Essas coisas todas, o curta-metragem tem muito interesse nelas, tem registrado e documentado de várias formas. O exemplo clássico é o do Vitalino. O estado, por mais recursos que tenha, jamais produzirá um Vitalino, que não tinha recurso nenhum. Disse Vitalino porque, depois de morto, ganhou uma expressão cultural reconhecida oficialmente. Cultura é exclusivamente isso, o resto é produzido. Eu sei que, no Brasil, o que efetivamente se produz espontaneamente em termos de cultura tem uma importância cem vezes maior do que se produz por iniciativa capitalista ou oficial. Eu gostaria que o cinema pudessem contar com isso, que o estado percebesse a grandeza que existe nesta criação espontânea e, ao invés de disputar com a produção independente querendo controlá-la ou normatizá-la, desse um grande salto e garantisse condições mínimas — que é o que pedimos.

entrevista a Silvio Da-Rin



Cantos de trabalho
(Brasileiras n.º 5) de
Humberto Mauro. Um
exemplo de produção cultural
financiada pelo estado.



A pedra da riqueza - 1975, de Vladimir Carvalho. Prêmios Coruja de Ouro e Margarida de Prata. Foto Walter Carvalho.

Aruanda - 1960, de Linduarte Noronha. Curta paraibano dos primórdios do Cinema Novo.

CORCINA

Apesar de muito jovem — foi fundada em 1978, quando o setor vivia a euforia do mercado recém-criado — já tem uma pequena história a contar e uma respeitável bagagem de filmes e prêmios.

Assim é a Corcina — Cooperativa dos Realizadores Cinematográficos Autônomos — um dos barcos em que se faz a tormentosa viagem do curta entre a produção independente e o imenso continente do público impedido de vê-lo. E se, como o curta, está longe de ter chegado a um porto seguro, certamente a experiência desses quatro anos de resistência galvanizou um amadurecimento. Assim é que os primeiros longas-metragens, em preparação, vão superar na prática o apelido "cooperativa do curta", usado para diferenciá-la da CBC — Cooperativa Brasileira de Cinema.

Em março de 1982, após assistir e discutir um novo filme, um grupo de cooperados inicia este bate-papo sobre o passado, o presente e o futuro desta Cooperativa que, mais do que nunca, se propõe a voar com os pés no chão. Estavam presentes: Joatan Vilela Berbel, Frederico Confalonieri, Lucio Aguiar, Leilany Fernandes Leite, Pompeu Aguiar e eu.

Silvio Da-Rin.

JOATAN — Eu acho que a Corcina, quer queira, quer não, é um dos maiores ganhos na história do curta-metragem. Um grupo de realizadores, em fase de início de assumir uma produção, de assumir a direção de um projeto, se reúne e parte para a organização de uma empresa coletiva, na forma de cooperativa. Essa cooperativa está constituída, tem uma infraestrutura montada, dezenas de filmes realizados, vinte e três sócios-cotistas... e a experiência que isso permitiu, em termos mesmo de inter-relacionamento, de muitas pessoas que já estão fazendo os seus primeiros longas. Aliás, eu acho que é a partir daí que a gente deve discutir a Corcina hoje. Não mais a partir do contexto do curta-metragem, apenas. Isso implica inclusive definir o lugar do curta-metragem, que alguns anos atrás era visto pelo realizador numa perspectiva muito fechada, enquanto um fim na sua relação profissional com o cinema. Hoje, você pode dizer: o curta é uma atividade cultural que participa da ampla gama de atuações que o cinema oferece e que vai desde o cinema educativo ao filme institucional, ao longa comercial, ao longa cultural, e ao próprio curta dirigido ao mercado. Então, pautando nossa atividade de produção dentro desse universo, o curta volta a ser uma coisa viável, embora numa perspectiva econômica não tão "comercial" como ele era encarado. Eu acho uma coisa importante essa correção no nosso curso.

LUCIO — Eu acho que o curta serviu como um meio para nós alcançarmos um objetivo, que era o da nossa organização e da nossa profissionalização. Mas me parece que o grande problema da Cooperativa foi o abandono de certas bitolas. Eu mesmo, e muita gente que vinha filmando em 16mm, de repente se concentrou no 35mm sem organizar formas alternativas. E só recentemente nós começamos a esboçar essas formas, ao bolar projetos de filmes voltados para outros mercados, ao participar de concorrências como a da Embratur/EMBRAFILME...

JOATAN — Ao partir para o longa, também...

LUCIO — Isso. Mas faltou para nós uma integração maior com o tal "circuito alternativo". Nesse sentido eu acho que a gente bambeou muito, por uma ilusão de mercado. Dessa consciência deve sair uma nova visão nossa em relação à proposta de nossos filmes e a sua veiculação. E nós temos hoje condições de desempenhar um papel muito mais importante do que temos desempenhado até agora. Porque até o momento nós somos a "cooperativa do curta-metragem", que tem mais de cinquenta filmes produzidos, ganhou mais de vinte prêmios em festivais, isso e aquilo, mas ninguém vê.

SILVIO — Se nós ficamos, por muito tempo, excessivamente ligados ao mercado compulsório, foi porque isso correspondia a uma tendência natural dos realizadores de curta-metragem e a uma necessidade de organização e sedimentação da própria Corcina. Não foi à toa que a Cooperativa foi fundada justamente em 1978, quando a reserva de mercado para o curta tinha sido recentemente regula-

mentada e quando se sentia a necessidade de organizar economicamente, de forma solidária, a crescente produção. Nós já contávamos com uma organização a nível político, que era — e é — a nossa entidade, a ABD. Mas nós sentíamos a necessidade de complementar seu papel com uma organização a nível econômico. Um instrumento que não fosse uma mera firma, uma produtora a mais, mas um empreendimento coletivo que possibilitasse, num primeiro momento, o registro legal dos filmes produzidos; a formação de um "banco de negativos", a aquisição de um parque de equipamentos para uso comum... uma estrutura que, fortalecida, pudesse dar vãos mais ambiciosos no sentido da distribuição e mesmo da exibição alternativas. Então, essa idéia de juntar forças nasceu em função de uma demanda que estava existindo, de um mercado que estava aberto e que iria, pela primeira vez, permitir aos realizadores de documentários e de filmes culturais ter sua produção auto-sustentável; e alcançar uma autonomia em relação ao Estado e ao capital, enquanto avalizadores da produção. Em outras palavras, a consagração da produção propriamente *independente*. Por isso tudo, era fundamental alimentar esse mercado com filmes e, por outro lado, obter os dividendos que permitiriam à Corcina se consolidar. Por muito tempo nós ficamos apostando exclusivamente nessa estratégia. O nosso erro foi essa exclusividade, na medida em que a reserva de mercado se esfacelava.

LUCIO — Sim, mas agora, mais do que nunca, é o momento de nós apoiarmos iniciativas tipo Dinafilme, Cinema Distribuição Independente-CDI de São Paulo, etc. Como uma saída inclusive política, capaz de fortalecer a Dinafilme, a própria Federação de Cineclubes...

SILVIO — Tudo bem. Só me parece que nós não podemos abrir mão da reserva de mercado, renunciar à responsabilidade de sua preocupação. Porque eu considero este o projeto cultural mais importante formulado no Brasil pós-Médici. Do ponto de vista do pleno emprego do mercado de trabalho técnico, do amplo acesso de nossa produção ao público, da resistência à invasão cultural do cinema estrangeiro e, inclusive, da revelação de idéias, autores, diretores cinematográficos.

JOATAN — Para além dessas avaliações e autocriticas, tem um lado, em comparação, por exemplo, com a geração que fez o Cinema Novo, que nós somos até um pouco modestos. Não temos aquela agressividade, aquele aparato bombástico de relações públicas que eles conseguiram mesmo porque o panorama econômico e cultural em que nós surgimos é outro. Nós aparecemos no final de um período de repressão política e social do país. Na verdade, estamos surgindo a despeito disso. Mas, por outro lado, tivemos uma boa filosofia que, consciente ou inconscientemente orientou nossa cabeça coletiva. Foi uma coisa até sintetizada em um dos lançamentos de filmes produzidos pela Corcina, a frase: "voar com os pés no chão". Se você olhar o panorama do cinema brasileiro, historicamente, é a primeira vez que alguém assume isso, ou seja, uma certa modestia, um crescimento de dentro para fora. Veja que a gente continua pequeno, barato de existir, fácil de coexistir e de administrar. Uma coisa que, para o futuro, vai ser cada vez mais importante. E que vai se refletir nos filmes, no estilo de produção que vai vir daqui pra frente.

SILVIO — Se nós temos sobrevivido e crescido, paulatinamente, é porque nosso projeto se adequa à nossa capacidade de realização. Aliás, eu já acho notável a imples sobrevivência da Cooperativa, no quadro geral de devastação do curta-metragem e numa área desassistida como a nossa, do filme cultural. O fato de nós termos passado da marca dos 50 títulos e começarmos a realizar os primeiros longas é uma prova de vitalidade extraordinária. E a grande lição que eu tiro daí é a nossa capacidade de adequar os projetos à dimensão das nossas pernas. Por isso, nós não "quebramos".

FREDERICO — O que eu acho importante ressaltar é que dentro da Corcina nós temos condições de criar um sistema de produção cooperativista... de que eu acho que meu filme *Mangueira, semente do samba* é um exemplo típico, porque se não fosse a Cooperativa ele não existiria. É um documentário que está sendo feito em um ano e meio de convivência com a população do morro da Mangueira e com os participantes da escola de samba Estação Primeira; realizado através de um esquema solidário de produção, quase sem dinheiro nenhum!

SILVIO — Um traço interessante nesse funcionamento da Corcina é o fato de nunca ter-se estabelecido um sistema definido para a realização de filmes. Os cooperados se agrupam conforme suas identificações, conforme os interesses gerados pelo projeto do outro. As equipes foram formadas dentro das formas mais variadas — participação, remuneração, de graça — mas os filmes quase sempre contaram com a participação de outros cooperados, sem que nenhuma regra tivesse sido estabelecida para isso.

POMPEU — Veja só: o Frederico levou um ano e meio rodando o seu longa, enquanto que recentemente eu filmei, em 15 dias, um média-metragem, o *Observatório*. E nós gastamos a mesma soma de dinheiro. Portanto, eu necessitei um empuxe inicial de grana muito grande; e essa grana escoou rapidamente. Porque para assumir o tipo de filme que eu tenho procurado fazer, que envolve o que eu chamo de uma "aventura estética", com um lado intimista, etc., é preciso pagar uma equipe técnica grande, eletricista, atores... é fundamental, inclusive, um grande esmero técnico. E é justamente esse o tipo de filme que vai acabar sendo bloqueado na distribuição, no acesso ao mercado. Aliás, o bloqueio começa na hora de procurar o financiamento para a produção. Esse tipo de filme não se resolve tão facilmente através de um esquema cooperativo. Ajuda, mas não resolve.

JOATAN — Eu vejo que o que tem pautado a economia do cinema brasileiro a partir da década de 60 é fundamentalmente a participação do estado como um agente estimulador, emulador do cinema. Se o estado é quem traz os recursos, o produtor torna-se então um funcionário indireto do estado, na medida em que este repassa os recursos para o produtor administrar. Ou seja: o "grande produtor", que defende a posição industrial, vai na EMBRAFILME e levanta os recursos para a produção de um projeto...

SILVIO — E, diga-se de passagem, o realiza baseando-se numa estrutura de produção muito mais artesanal do que propriamente industrial.

JOATAN — Então, o que é que está acontecendo? Esses produtores, que tanto reivindicam o "industrial", estão assumindo uma tendência que, para nós, diretores emergentes, é uma tendência concentradora e extremamente negativa. Porque, ao concentrarem os recursos, eles fazem com que a possibilidade de você dirigir um filme de longa-metragem já não passe mais pela sua relação com a EMBRAFILME, enquanto realizador, mas passe pela sua relação com ele. Você já paga, indiretamente, um imposto a ele, que é a taxa de administração do seu projeto, para poder chegar à EMBRAFILME. Então, o estado está permitindo o desenvolvimento desta coisa perniciososa, que é a figura do intermediário.

SILVIO — O que mais me preocupa nessa tendência à eleição de meia dúzia de produtores como os interlocutores do estado com a área cinematográfica é a contradição disso com a tradição histórica do cinema brasileiro, que deu seus melhores frutos enquanto um cinema de autores-realizadores e não de produtores. Trata-se de uma exceção no panorama mundial, mas uma exceção extremamente saudável e democrática. E que está sendo ameaçada em nome de uma "qualidade industrial para exportação", que ainda não demonstrou ser nem um pouco mais viável do que os projetos industrializantes dos anos 40. E que fracassaram.

JOATAN — Qual é essa resposta? Uma padronização do cinema, o atendimento a uma estandarização cinematográfica dentro dos interesses políticos...

LUCIO — Quer dizer, o controle do Estado dessa linha de produção.

JOATAN — Exatamente. O estado começa a ter uma linha de produção, que é essa da conquista do mercado internacional, e tudo o mais. Veja bem: não somos, em princípio, contra isso. O que há de errado nessa tendência é seu caráter excludente, massacrador. Em uma economia cinematográfica planejada você poderia ter o filme de milhões de dólares — que eu não sou contra, porque para competir a nível internacional você tem que apostar, investir também a nível internacional — mas preservar também as condições para que outras esferas da produção se desenvolvam. O que há de errado nesse projeto, eu insisto, é que os poucos recursos que existem vão para poucas mãos e geram poucos filmes.

FREDERICO — Eu acredito que possamos fazer filmes baratos e que possam se pagar.

POMPEU — Eu também acredito em várias soluções nesse sentido, inclusive o longa-metragem em episódios. Em todo lugar do mundo isso já foi feito. Só aqui permanece uma abstração.

FREDERICO — Em episódios ou não, o que importa é que a concepção do filme permita que ele seja popular e barato. O problema fundamental é que nós vivemos em um país em que os meios de comunicação são completamente dominados por uma ideologia que não tem nada a ver com uma consciência do público. O produto que é mostrado ao público brasileiro, tanto na televisão quanto nos grandes circuitos de cinema, é um produto que aliena, ao invés de identificar. E se nós não temos nenhuma forma de pressão contra essa dominação dos meios de comunicação da indústria cultural, nossa posição se torna um pouco quixotesca.

SILVIO — Mas se essa é a situação colonial que nos define, temos que extrair dela a nossa força; e não assumi-la como uma fraqueza.

LEILANY — Tudo o que está sendo dito até agora, a meu ver, faz parte de uma avaliação que abrange não só a Corcina, mas outros núcleos que integram essa nova geração de cinema. O movimento que gerou a Cooperativa, e que faz com que ela se mantenha viva através de tantas crises, é uma das coisas mais fortes que surgiram no panorama do cinema brasileiro desde o final da década de 70, em termos de renovação de talentos, métodos e sintonia com o próprio país. Eu sinto, por exemplo, uma crescente demanda de nossos filmes por parte do público chamado "alternativo", que nunca foi trabalhado a sério, comercialmente, enquanto um mercado. Parece-me que nós temos que batalhar mais agressivamente para equipar novas salas com projetores 16mm.

LUCIO — Eu me lembro quando fundaram um cineclube no Acre e vinham pessoas da Bolívia para assistir aos filmes no Brasil. É curioso como dentro do próprio Brasil acontece, de certa forma, o mesmo. Não que eu tenha uma posição xenófoba do tipo: "não devemos passar os filmes do Hawks, do Ford..." São filmes que inclusive fazem a cabeça da gente. Acontece que nós também produzimos e temos necessidade de mostrar os nossos filmes. E nossos filmes falam português, não falam inglês. Pela temática, eles são feitos para serem vistos, antes de tudo, por nós, brasileiros. Implantar essas salas em 16mm vai permitir a revelação de um lance de unidade nacional importantíssimo.

LEILANY — Temos que consolidar a nossa geração...

LUCIO — A gente não tem geração, não tem unidade. A meu ver, nós somos uma geração de cabeças individuais.

JOATAN — Mas o resto também é mitologia, meu caro.

LUCIO — Pode ser, mas o Cinema Novo, por exemplo, tinha um projeto político muito bem definido, tinha um trabalho teórico... Foi esse grupo que criou a EMBRAFILME, que trabalhou a conquista de mercado. Nesse sentido eu acho que eles avançaram.

SILVIO — O que eles tinham, fundamentalmente, e que muitas vezes falta a nossa geração, era uma profunda solidariedade. E contaram com condições objetivas extremamente favoráveis, no final da década de cinquenta, para que um grupo de jovens intelectuais aspirantes à realização cinematográfica com uma perspectiva nacionalista, preocupados em filmar o Brasil e desenvolver um cinema tematicamente popular, rompesse estética e culturalmente com a chanchada e com a dominação do cinema estrangeiro e avançasse compactamente na forma de um movimento. Além, evidentemente, do vigor dos filmes, foi um certo sucesso em festivais internacionais e sobretudo a profunda solidariedade interna desse grupo que permitiu uma ampla divulgação de suas idéias e a conquista de uma grande visibilidade, um grande reconhecimento de seu papel transformador.

LEILANY — Eu acho que a gente devia esquecer um pouco a existência do Cinema Novo e tentar estabelecer a nossa identidade. O Silvio acabou de falar que eles contaram com um momento muito favorável. Mas nós também não estamos vivendo um momento tão desfavorável, porque hoje tem muito mais gente fazendo cinema no Brasil inteiro do que naquela época.

FREDERICO — Então, é mais desfavorável...

LEILANY — Sim, mas ao mesmo tempo tem outro lado favorável, com tantos filmes sendo feitos, com tantas pessoas fazendo cinema no Rio, em São Paulo, Salvador, Belo Horizonte... Conseguiu-se introduzir uma semente que está brotando por aí. Precisamos nos ver como parte de um país que vem mudando aceleradamente. O Brasil de hoje é inteiramente diferente do que era há dez anos, 20 anos atrás. Tanto industrialmente quanto a nível das cabeças, das consequências da repressão, essa coisa toda. É como se nós estivéssemos acompanhado a convivência do Brasil conservador, reacionário, difícil de mudar, com o Brasil pós-repressão dos movimentos negros, gays, feministas... grilagens no campo, conflitos de solo urbano e outros mil problemas que estão eclodindo material e psicologicamente. Os filmes que nós realizamos, tipo *Mutirão*, *Tempo quente*, *Mangueira*, *semente do samba*, *Fênix*, *Lygythyma depheza*, são embriões dos longas-metragens que nós temos pela frente. Porque nós estamos no momento de assumir nossa identidade dentro do cinema brasileiro.

JOATAN — Vamos retomar, então, o papo em torno da Corcina? Por exemplo, aquela mostra dos nossos filmes nas sessões ABRACI no Meridien, foi uma coisa que de certa forma balançou com as pessoas que estavam lá, porque os filmes demonstram a intimidade que os autores já têm com a imagem, quer dizer, a imagem e o conceito no mesmo sentimento, incorporados. Os filmes fluem com uma energia, uma sensualidade que dispensam explicações. É um aperfeiçoamento, é claro. Tem todo um passado que a gente está bebendo aí...

SILVIO — Uma coisa muito marcante que nós extraímos dessa experiência da reserva de mercado para o curta foi o estímulo a filmar muito. Vários de nós fizemos, em poucos anos, cinco, seis filmes. O Paulo Veríssimo, por exemplo, realizou pelo menos oito curtas antes do *Roteiro de*



A trama da rede - 1980, de José Inácio Parente. Prêmios de melhor filme, melhor direção e melhor montagem no Festival de Brasília, 1981.

Macunaíma. E essa experiência, essa depuração evidentemente vai se refletir no longa que ele está fazendo. Quer dizer, de alguma forma a "lei do curta" cumpriu um papel fundamental, mesmo tendo sido sabotada e diluída.

LUCIO — Outro dia o Pompeu estava conversando comigo e dizia: nós precisamos fazer uma revisão crítica de nossa experiência técnica e estética. Você vê o *Babilônia Revisitada*, é um filme composto por um plano seqüência de dez minutos e mais vinte segundos de letreiro! O fato do Paulo Veríssimo produzir cinco curtas com um orçamento... Eu produzir dois curtas — esses últimos que eu fiz, *Lygythya depheza* e *Ato delituoso impune* — com o orçamento equivalente à metade de um curta... E, no fim, uma coisa que me gratifica, alguém chega para mim e diz: "Seu filme é o primeiro que eu vejo se assumir como uma brincadeira de cinema."

JOATAN — Outro dado, só para reafirmar o que você está falando: nós somos um grupo que passa por todas as experiências de produção, ao mesmo tempo. Você vê isso, facilmente, no letreiro dos filmes: uma hora o cara é diretor, outra hora ele é câmara, ou é assistente, ou é co-roteirista... Esse rodízio de funções nos dá uma formação, em termos de artesanato de cinema, de técnica, que também se reflete nos filmes. Por isso, os filmes são, via de regra, bem acabados. Talvez esta seja, hoje, a grande prova de que a gente pode filmar rápido, barato e bem. É o que nos dá condições de reivindicar espaço junto ao mercado do longa-metragem.

SILVIO — Eu acho significativo o fato de nós não termos adotado nenhum modelo ou gênero — tipo "social", "experimental", o que seja — e por isso mesmo não termos criado condições para que algum "patulhismo" se estabelecesse em torno de um determinado padrão cinematográfico. Foi isso o que nos permitiu, tendo nos formado com uma intimidade técnica muito grande com o cinema, mantermos ao mesmo tempo uma diversidade enorme de produção. A troca que isso possibilitou foi um fator de crescimento, de contribuição permanente entre nós, enquanto realizadores.

FREDERICO — E outro dado, que foi o fato de nós termos nos mantido juntos durante esses anos, projetando nossos filmes, falando e ouvindo sobre eles.

SILVIO — Mas me parece que mais importante do que tudo isso é o fato da Corcina ter sempre recusado o caráter corporativo, fechado. De nós termos nos mantido sempre um organismo aberto à participação de qualquer realizador independente que queira se agregar à Cooperativa. E muitos ainda virão...

HAWAY FILMES

Entrevista com Manoel Mendes Gregório, diretor da Empresa Cinematográfica Haway.

FC — Inicialmente eu gostaria de lhe perguntar que sentido tem para a Haway apresentar curtas-metragens em sua programação regular?

MENDES GREGÓRIO — É o seguinte: nós estamos com dificuldade de curtas-metragens, porque todos os que existem já são velhos. Quase não existe produção nova.

FC — Mas dizem que há uma quantidade enorme de curtas nas prateleiras, a serem exibidos...

GREGÓRIO — Mas são todos curtas muito antigos. Têm três ou quatro anos. De produção nova praticamente não existe quase nada.

FC — Que sentido teria para os senhores exibir esses curtas na programação regular dos seus cinemas?

GREGÓRIO — Na nossa programação, como o senhor sabe, o curta só pode ser exibido durante uma semana. Então o número de curtas para ser usado é muito grande. Acontece que os pequenos produtores desistiram de produzir porque encontram muita dificuldade na liberação do certificado.

FC — A Haway tem produzido muitos filmes de curta-metragem?

GREGÓRIO — A Haway produziu um número regular, em 1980 e 81. Mas numa quantidade de 17 enviados, só foram aprovados dois ou três.

FC — O senhor acha que o exibidor se sente lesado ante a obrigatoriedade de exibir curtas acompanhando os longas estrangeiros?

GREGÓRIO — Eu acho que não. O curta é bom porque é cultural. E o exibidor também não se sente lesado.

FC — Há reclamações de que os espectadores não gostam muito dos curtas-metragens. Isso pode ser comprovado na cadeia de cinemas da Haway?

GREGÓRIO — Nós não temos reclamação nenhuma. O curta geralmente é bem feito, e do agrado da maior parte do público.

FC — Mas alguns exibidores insistem que o baixo nível dos curtas-metragens seria uma das causas de atos de vandalismo praticados pelo público dos seus cinemas. Isso não é comprovado na cadeia Haway?

GREGÓRIO — Não, na nossa empresa isso não é comprovado. Não temos reclamação alguma, porque os curtas normalmente exibidos aqui são escolhidos e nosso público nunca reclamou.

FC — Essa exigência de certificado para os curtas afeta seus interesses?

GREGÓRIO — Não. Nós produtores devíamos ter condições de produzir, mas também de liberar. Só produzir não interessa. Você sabe que hoje um curta fica por um preço razoável e se não é de fato liberado o prejuízo é total. Então passam a ter prejuízo tanto a empresa que produz, quanto os próprios assessores da produção, que deixam de ter serviço. Nós aqui tivemos um grupo de homens para trabalhar quase só em curtas-metragens e praticamente esse setor parou.

FC — Esse era um setor muito ativo na Haway?

GREGÓRIO — Era um setor ativo e parou. A Haway atualmente está produzindo só longas-metragens.

FC — Atualmente, os senhores estão cumprindo a programação de curtas com que filmes?

GREGÓRIO — De todas as companhias que têm distribuição. Os nossos atualmente são em número pequeno, então nós estamos cumprindo em todas as companhias.

FC — E são muitas as distribuidoras de curtas?

GREGÓRIO — São diversas. Nós aqui temos muitos produtores independentes que têm um ou dois curtas, outros três ou quatro, então exibimos os deles.

FC — O senhor negocia diretamente com o produtor ou sempre com a distribuidora?

GREGÓRIO — Tem partes que é com o produtor, partes que é com a distribuidora. Tem produtor que também tem distribuidora. Quando ele não tem distribuidora, então a Haway distribui.

FC — Os senhores naturalmente tenderiam a utilizar os filmes distribuídos pela Haway.

GREGÓRIO — Certo. Mas acontece que nem sempre tem curtas à disposição, então a gente tem que recorrer à EMBRAFILME, à Cobra Filmes, temos que comprar cópias praticamente de todas as companhias.

FC — Quais os critérios que os senhores adotam para escolher um curta-metragem?

GREGÓRIO — Atualmente não há mais critério, porque o número está reduzido. Qualquer um que aparece nós vamos fazendo negócio. Antes havia um critério: a gente projetava na nossa cabine e via o sistema de projeção, a parte cultural, de produção — porque, se o curta não tem produção, normalmente não nos interessa. Tem vindo curta aqui que nós rejeitamos.

FC — Os curtas normalmente ficam em cartaz uma semana — o senhor disse qualquer coisa assim...

GREGÓRIO — Se o filme ficar mais de uma semana em cartaz, é permitido no máximo duas. Agora, se ele fica em casas onde normalmente se troca de filme (longa-metragem) toda semana, então esse curta só pode ficar uma semana. Por isso o consumo de curtas é muito grande.

FC — O senhor estaria tendo grandes prejuízos com o fato de não poder exibir os seus curtas?

GREGÓRIO — O prejuízo na ocasião foi grande, mais ou menos uns 7 a 8 milhões de cruzeiros, que foi quanto eles custaram pra gente, mas não foram liberados.

FC — O que seria um curta de má e de boa qualidade para a Haway?

GREGÓRIO — Normalmente um jornal da tela é um jornal da tela e um jornal cultural é cultura, ele tem uma história histórica e essa história é que é de fato analisada por um grupo de homens que nós temos aqui na nossa produção.

FC — Mas existe um critério de qualidade para esses curtas seus?

GREGÓRIO — Existia. Agora está parado.

FC — Mas e antes? O Concine diz que eles não tinham qualidade...

GREGÓRIO — Não, o Concine não disse que eles não têm qualidade. Não é que eles não aprovem. É que demoram muito. Então vai para o Concine e fica às vezes três, quatro, seis meses. Então, enquanto aquele não for liberado, você não vai mandar um outro. A gente acha que há qualquer coisa de errado lá dentro. Curtas de independentes, que eu exibo aqui e vão para o Concine e depois de uma, duas semanas estão aprovados. Os nossos normalmente sempre foram vetados. Então nós deixamos de mandar. Quer dizer, não é que eles foram vetados. A demora é tanta que nós deixamos de produzir e mandar para o Concine. Hoje nós nos interessamos muito mais por curtas de terceiros que já vêm prontos e não temos nem o trabalho nem a preocupação de mandar para o Concine. Daí deixamos de exa-

minar a qualidade. Estamos negociando com qualquer tipo de curta-metragem.

FC — Os senhores estão pensando entrar com processo ou coisa parecida?

GREGÓRIO — Não, porque o curta-metragem é um negócio pequeno, um negócio limitado. E também não é rentável. Então deixamos de nos interessar. Como nós temos aqui um grupo de produção, esse mesmo grupo tanto produzia o longa quanto o curta-metragem.

FC — Fala-se num projeto de limitar a renda do curta ao produtor. Se o Concine adotar essa idéia, como é que os senhores reagiriam? Isso considerando que o curta-metragem, segundo o senhor disse, é um negócio muito pequeno.

GREGÓRIO — Se esse projeto for aprovado, o nosso sindicato terá que ter a sua reação normal. Hoje o cinema deixou de ser um negócio rentável, hoje o cinema é um mau negócio para o exibidor e inclusive para o distribuidor. Tudo custa muito, hoje, dentro do nosso país. Então eu acho que hoje o cinema está atravessando uma das piores fases. Se não houver condições, passamos a fechar cinemas. Hoje o cinema é um setor que paga um imposto absurdo. O que se paga de prefeitura, taxas de Concine, taxas de EMBRAFILME já é muito grande. Então deixou de ser um negócio rentável. Normalmente estão fechando muitos cinemas. Nós, por exemplo, temos a rede do Pedutti, que é uma rede que foi negociada conosco; ela tem muito cinema que está dando prejuízo, no interior. E mesmo em São Paulo por mês fecham de três a quatro cinemas, pelo menos cinemas de bairro. Então, depois que o Concine veio controlar cinema, ele passou a determinar algumas obrigações que os cinemas hoje não têm quase condições de cumprir. Porque, hoje, o cinema que ainda está funcionando é aquele que funciona como uma família, porque cada sala tem uma média de 20 funcionários. Os salários hoje são reajustados praticamente duas vezes por ano e eu acho que isso é uma coisa certa porque o funcionário precisa ganhar. Com os impostos, com esse alto custo dos funcionários, com alto custo de alugueis, luz e água, então os cinemas passaram a ter prejuízos mensais. Há um número grande de cinemas em São Paulo (e eu não vou citar os nomes mas até o próprio Concine sabe) que não são rentáveis. Então as empresas têm que ter um número grande de cinemas para que uns cubram a renda dos outros. E é o que está acontecendo, mas nem o exibidor vai agüentar e vai acabar fechando o cinema, o que é lamentável porque cinema é cultura. Acabamos fechando cinemas numa cidade e noutra, num bairro e noutro, e isso é prejudicial.

FC — Qual seria a média de gastos de um cinema seu, em São Paulo?

GREGÓRIO — Depende. Tem cinemas no centro da cidade que têm vinte e cinco a trinta funcionários. Vou citar por exemplo o cine Marrocos, os dois Marrocos. Só de luz e força os dois gastaram Cr\$ 427 mil² no mês passado. É um cinema que tem 28 funcionários, porque tem sempre dois ou três de férias, tem que ter folga, etc. Então é um cinema de alto custo, um cinema que ocupa uma área muito grande no centro da cidade, um cinema de aluguel alto. Tanto os Marrocos como os dois Paissandus, que ocupam áreas enormes, são praticamente cinemas deficitários. Eles funcionam muito bem, têm um público bom, mas nem sempre eu tenho filme adequado para o cinema. Então, três a quatro meses do ano eles têm alguma sobra, mas depois nada sobra porque o alto custo leva toda a renda. Se o Concine e a Prefeitura não tomarem providências... Há pensamento nosso até de pedir isenção de ISS e também de pedir isenção do Concine. Senão os cinemas continuarão numa condição crítica, sem condições nem de repor as peças que se desgastam, cadeiras, maquinaria, isso tudo. E os cinemas irão desaparecendo até nos próprios centros, até nos centros bons, como São Paulo e Rio e outras cidades.

FC — A Haway tem quantos cinemas, em São Paulo e no Brasil?

GREGÓRIO — O número certo... Em São Paulo e ABC, 35 cinemas. No resto do país, a cadeia Pedutti tem quarenta e poucos cinemas também; Vale do Paraíba tem nove cinemas; a União tem três cinemas; a São Paulo tem dois; a Campineira tem seis cinemas; a Utinga tem dois cinemas. Devemos ter uns 150 cinemas mais ou menos.

FC — E os senhores têm mais cinemas pelo resto do Brasil?

GREGÓRIO — Temos em Campo Grande alguns cinemas. A cadeia do Pedutti e a cadeia Estadual que era do Luciano Cerávolo — que nós compramos —, só essa aí tem mais ou menos uns 100 cinemas. Parte em São Paulo, parte em outros estados.

FC — Que outras alternativas, em termos de mercado, o senhor veria para desaguar a produção do curta-metragem, já que os produtores reclamam que não têm onde desaguar essa produção, além dos cinemas que estão aí?

GREGÓRIO — O curta tem um tempo curto, porque tem um limite de cinemas onde você exibe. Você exibe uma semana e depois não pode mais ser exibido naquele cinema. Então, às vezes, a cópia está nova e você não tem mais condições de exibir porque não tem mais cinemas. Então, ele tem carreira curta. O certo é que ele seja exibido em praticamente todo o Brasil. Hoje, as cidades com público limitado também não são mais obrigadas a exi-

bir curtas. Tem cidades para onde o frete é mais caro do que o curta produz ou o que ele pode render para o produtor. Então não interessa nem ao Concine, nem ao exibidor, nem a ninguém. Para o norte do país, por exemplo, os fretes são altíssimos e lá nós temos um número pequeno de cinemas, só temos quatro cinemas.

FC — A empresa Haway distribui curtas para o norte/nordeste independentemente dos seus cinemas?

GREGÓRIO — Só nos nossos cinemas, só para nós. Estamos distribuindo poucos porque os produtores não têm mais interesse. Inclusive, sabemos que há muitos curtas por aí com cópias desgastadas e que já rodaram não como curtas culturais mais como jornais da tela, e depois foram aprovados. Acho que isso aí também não está certo. Então são esses curtas que estão por aí. A EMBRAFILME parece que tem uma distribuição grande, mas também não acredito que tenha tantos assim. Acredito que o número seja bem pequeno porque hoje a rotação do curta é muito grande.

FC — Num cinema da Haway, em média um curta-metragem dá quanto para o produtor?

GREGÓRIO — Depende da renda do cinema. A renda do cinema nem sempre é uma renda certa. Dependendo da fita, o máximo que o curta pode dar em cinemas bons é uma média de uns dez mil cruzeiros, em cinemas de rentabilidade boa.

FC — O Paissandu, por exemplo...

GREGÓRIO — Dentro da semana, ele produz mais ou menos uns 35 a 40 mil cruzeiros, desde que a fita (longa-metragem) seja também de boa rentabilidade. O longa tem que ser comercial. Mas hoje você sabe que o curta-metragem está sobrando porque o consumo é muito menor, porque se exhibe um número muito grande de filmes nacionais, que são isentos do curta. A não ser que seja obrigado também a exhibir com fita nacional. Então o produtor passará a receber mais. Porque hoje nós temos cinemas no centro da cidade em que 80% do *playtime* é de fita nacional. Então esse cinema está isento do curta-metragem, como é o caso dos Paissandus, dos Marrocos, que dificilmente exibem fitas estrangeiras, exibem quase só fita nacional. Então esses são cinemas rentáveis para o produtor mas aí o curta quase não entra, porque há um número muito grande de longas brasileiros.

FC — O senhor acha viável que o Concine exija a exibição de curtas com longas brasileiros?

GREGÓRIO — Seria viável como uma ajuda ao produtor. No próprio interior de São Paulo, nas próprias capitais, hoje a fita nacional está implantada, ela é rentável e é ela hoje quem está defendendo o exibidor.

FC — Ouvi dizer que a fita nacional em média está dando mais do que a média dos filmes estrangeiros.

GREGÓRIO — Tem cinemas no centro onde você exhibe praticamente 80% de fita nacional. No interior, por exemplo, a fita nacional é mais rentável do que a fita estrangeira.

FC — E que tipo de fita?

GREGÓRIO — Quase todos os gêneros de fita nacional. Fita erótica também está produzindo. Mas tem os filmes do Renato Aragão, etc. São cinemas que ficam oito, dez, 15 semanas sem exhibir curta-metragem.

FC — Se o Concine exigisse filmes curtos acompanhando os longas nacionais, isso seria viável para o exibidor?

GREGÓRIO — O curta cultural devia ser obrigatório porque o longa nacional já isenta o jornal nacional. Se já isenta o jornal, não devia isentar o curta. Acompanhando os longas, há um incentivo maior ao curta-metragem. A própria EMBRAFILME só distribui fitas nacionais... Teve um tempo em que ela nos impunha o curta-metragem a ser exibido com o filme estrangeiro. Isso parou porque nós fizemos pé firme. Mas a EMBRAFILME tem um número muito grande de curtas e só tem longas nacionais. Hoje a renda da EMBRAFILME é uma renda extraordinária. Nem as maiores companhias americanas faturam como a EMBRAFILME. Então, não sendo exibido em fita nacional, a produção do curta tende a cair muito mais. Pouca gente vai se interessar pela produção. Não vai receber nem o dinheiro que vai empatar no curta.

FC — Por que o senhor acha que o Concine isenta os longas nacionais?

GREGÓRIO — Talvez porque ele é dirigido também por muitos produtores de fitas nacionais. E naturalmente se houver um curta com uma fita nacional, ele vai ter um rateio. Alguma coisa vai sair da renda do longa e o produtor naturalmente vai vetar, vai ser contra. Eu estou com uma fita no Marrocos (*Aluga-se moças*) há dezesseis semanas. Há dezesseis semanas que o Marrocos não exhibe curta-metragem. Essa fita vai sair e vai entrar uma outra nacional. Então fica mais três ou quatro semanas. E é possível que essa outra saia e entre outra nacional. Então às vezes 80% é fita nacional. O curta-metragem nem conta.

entrevista a

João Silvério Trevisan

1 Em 1981, por exemplo, fecharam 121 cinemas no Brasil, sendo que 26 apenas em São Paulo. Foram abertas apenas oito salas, em geral nos estados mais pobres da Federação (Alagoas, Amazonas, Mato Grosso, Pará, Paraíba, Pernambuco e Piauí). Por outro lado, os estados mais desenvolvidos (São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Rio Grande do Sul), juntos, representam quase 80% do total das casas desativadas. (Nota do Editor.)

2 A entrevista foi realizada em março de 1982.

COMISSÃO CONCINE

FC — Da maneira que a lei do curta existe hoje, ela não satisfaz nem aos cineastas, nem aos produtores, distribuidores e exibidores. Por que isso teria acontecido?

SERGIO PEO — O que aconteceu foi que a estrutura foi sendo dominada pelo exibidor, e o produtor independente foi sendo paulatinamente posto fora do mercado. Creio que é preciso ampliar os mecanismos de controle da distribuição e exibição do curta, com um critério de exibição cronológica do certificado. A primeira proposta concreta foi do Primo Carbonari, mas é uma coisa que vem sendo pensada desde o início, embora nunca tenha sido efetuada. Agora me parece inevitável, sob o risco de continuar a deformação.

FC — Você falou em produção independente. A exibição cronológica não impede que grandes produtores passem a produzir filmes culturais. O Galante, por exemplo, chegou a produzir dois curtas do Reichenbach bastante interessantes. O que pode ser feito para ajudar especificamente esta produção independente?

PEO — Não se trata de deixar o mercado apenas para a produção independente, mas ela tem de se articular para conseguir sobreviver. Fechar o mercado não seria o caminho. Se forem criadas condições para a produção independente chegar ao mercado, isso já seria uma conquista importante, sem eliminar outros investidores. Uma cooperativa ou uma pequena firma numa múltipla sociedade são formas de tentar solucionar isso. O problema real é a falta de apoio para a produção do filme cultural.

FC — O que seria exatamente um filme cultural?

PEO — É um filme que parte de um projeto de ação sobre questões sociais, culturais da comunidade e atravessa geralmente um processo longo de elaboração.

FC — É muito subjetivo... Qualquer filme sobre Castro Alves ou Gonçalves Dias é cultural?

CLAUDIO BOJUNGA — Filme cultural é aquele que usa como pretexto um assunto cultural, mas aquele que filmicamente é cultural. O filme *Meow* é sobre a Coca-Cola, mas tem todo um tratamento, uma linguagem cinematográfica, que fazem com que seja uma experiência cultural. Definir pelo tema é um alibi para um bando de pessoas que querem fazer dinheiro às custas da cultura.

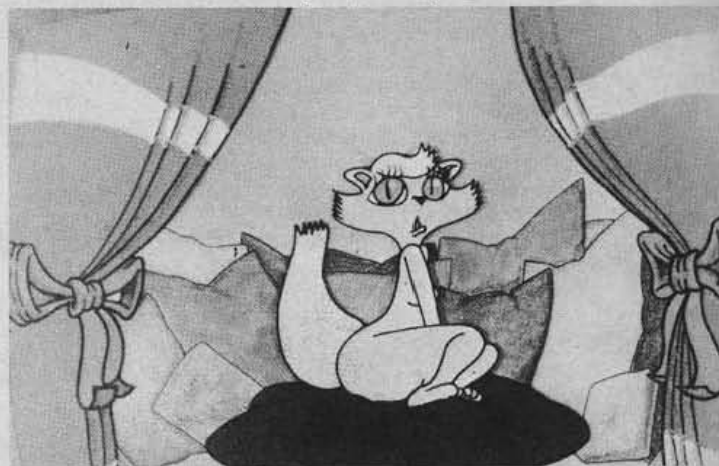
FC — Não acha que o conceito de cultura é abstrato? Que o que é cultural hoje pode não ser amanhã, e vice-versa? As chanchadas, por exemplo, eram consideradas lixo nos anos 50 e hoje são motivos de teses, livros etc.

BOJUNGA — Dizer que tudo é cultura é uma posição tão válida quanto dizer que tudo é comércio. Acho perigoso considerar que tudo é cultura.

FC — Uma das acusações mais comuns contra a Comissão é que ao definir que tal filme é cultural e tal outro não é, ela está exercendo um poder de censura que seria ilegal.

BOJUNGA — Considero uma das mais autoritárias a posição de alguns que acham que todo produto feito por um brasileiro com uma câmara na mão é cultura. Na verdade isso implica numa série de perversões culturais. Não é possível ser independente e subsidiado. Esta posição excessivamente abrangente eu acho malsã, parece democrática mas na verdade é mais totalitária. Dificilmente você vai encontrar um produtor que não admita um processo de seleção a horas tantas, e uma base de subjetividade nesse processo. Deve-se procurar uma definição de qualidade. Todas as conversas giram apenas em torno dos aspectos econômicos, o que é uma maneira de escamotear a discussão sobre a qualidade. Inclusive é paradoxal que as pessoas que mais falam em cinema criativo acabem defendendo qualquer filme, e o público, que a princípio é o bobó, termina fazendo a seleção cortando a poltrona ou vaiando.

Meow - 1981, de Marcos Magalhães. Prêmio especial do júri, Cannes, 1982.



Entrevista com a Comissão do Concine encarregada de fornecer CPB aos curtametragens - Vania Granato (Concine), Sérgio Péo (ABD), Alberto Graça (Abraci), José Carlos Monteiro (crítica cinematográfica) e Cláudio Boiunga (Embrafilme) em setembro de 1982.

FC — Esta teoria parece derivar da tese de que todo filme brasileiro vale a pena ser visto. Hoje está sendo defendida por produtores, mas vem desde antes da década de 50 como reivindicação de críticos e cineastas.

BOJUNGA — Acho isso uma leitura errada, complacente e aproveitadora do que o Paulo Emilio disse.

FC — Mas muito difundida.

BOJUNGA — Isso não significa que ela não seja infelizmente um problema.

ALBERTO GRAÇA — Acho que tudo isso pode ser colocado de maneira mais simples, pois pela própria legislação a Comissão ficou obrigada a votar. O que nós procuramos fazer é votar, ao invés de vetar. Exatamente para fugir do que estamos vetando o que não é cultural. Na verdade, estamos votando um prêmio de qualidade. Essa é uma das propostas que estamos defendendo. Isso eliminaria esta discussão subjetiva. Na verdade, são votados os critérios cinematográficos de cada um, somados os pontos e o filme é aprovado ou não. Deve ser considerado como um prêmio. Um voto, e não um veto.

BOJUNGA — Boa parte das pessoas que apresentam curtas à Comissão são obviamente mutreteiros.

VANIA GRANATO — Eu queria deixar claro que a resolução do Concine contém o item 7 que diz que a Comissão tem seus parâmetros de julgamento para emitir o voto ou o veto em relação ao certificado, normalmente se baseando em termos legais no item 4 que diz que tem de ser cultural, informativo, técnico etc. Isso não dá condições ao produtor de fazer críticas ao ter seu filme negado. Ao abordar Castro Alves ele não está obrigatoriamente abordando o que é cultural, nem a Comissão diz que não é cultural. Exatamente por ser eclética, a Comissão não dá margem a elitismo.

BOJUNGA — Não se pode defender o curta defendendo o produto espúrio. Quando esta Comissão foi instalada, a situação já estava basicamente pervertida com centenas de certificados fornecidos a filmes de baixa qualidade.

FC — O que fez com que as comissões anteriores aprovassem esses curtas de má qualidade que irritam o público e desacreditam a própria lei?

VANIA — Em 1977 havia uma comissão formada por 3 membros, um da EMBRAFILME, um do Concine, um da ABD, pouco a pouco aumentada com a inclusão de novos elementos e entidades. Na gestão de Miguel Borges no Concine, em 1979, foi criada uma comissão de recursos composta também por membros da área cinematográfica, e na qual a primeira comissão tinha apenas um membro sem direito a voto, apenas para explicar o motivo do veto. Parece-me que nesta segunda comissão dominou o conceito de que tudo que é brasileiro é cultural, e tudo que é cultural vai às telas. E realmente os filmes vetados acabaram liberados por esta comissão de recursos, que durou cerca de seis meses e emitiu mais de 400 certificados para filmes ruins, que só vão sair do mercado em 1984. Esta comissão posteriormente foi extinta pelo próprio Concine e substituída por uma comissão de plenário, com membros dos ministérios da Justiça, Indústria e Comércio, Educação e Cultura e Itamaraty e só então a coisa voltou ao normal.

BOJUNGA — Em nome da generosidade, acabou-se na complacência e na tolerância, o que é uma forma de ter pouca generosidade com o curta e o público.

PEO — Não se tinha de maneira clara a noção das distorções que viriam depois, nem de quantos curtas eram necessários para cobrir o mercado. O objetivo era aprovar para fazer cumprir a lei.

JOSÉ CARLOS MONTEIRO — Foi neste momento de complacência que apareceram os aproveitadores. Em geral, produtores desta ou daquela maneira aliados a distribuidores. Descobriram que a lei podia ser boa para eles e alijaram o produtor independente.

BOJUNGA — A picaretagem pode ser lida na própria matéria fílmica dos filmes enviados à Comissão.

MONTEIRO — Inflação de biografias de músicos e artistas plásticos; obras pseudo-antropológicas ou folclóricas focalizando macumbas e outras manifestações religiosas; remontagem de atualidades rotuladas de curtas-metragens culturais; evocações canhestras de episódios históricos; fitas turísticas tipo cartão-postal; obras de antigos produtores reanimados pela lei do curta — essa é a maioria esmagadora do material que nos é apresentado. No momento em que houve o *boom* industrial, a coisa se complicou pelo paternalismo excessivo da EMBRAFILME, pressionada por parcelas expressivas da classe cinematográfica. Resolveu-se ampliar para o curta a mesma reserva de mercado do longa — o que me parece uma coisa justa e necessária. Mas veio também a distorção. A produção, estimulada pelo paternalismo, se deformou; a distribuição foi a reboque; e a exibição utilizou todos os pretextos possíveis para se favorecer.

FC — Parece-me simplista considerar o exibidor como bode expiatório de uma legislação que apresenta tantas falhas.

ALBERTO — Inclusive parece que os 5% que devem ser pagos pelo distribuidor estrangeiro estão sendo repassados para os exibidores por um mecanismo meio nebuloso.

BOJUNGA — Esse foi o motivo, anos atrás, da vinda ao Brasil do Jack Valenti, presidente da Motion Pictures International.

MONTEIRO — Outra distorção foi a transformação de uma produção espontânea num negócio altamente lucrativo.

ALBERTO — Antes de terminar, eu queria deixar bem claro que o cineasta brasileiro pretende lutar também pela colocação do seu produto na TV. Assim como o espaço do mercado do curta foi conquistado depois de uma luta política que mobilizou entidades e cineastas durante anos até o sancionamento da lei pelo presidente da República, essa conquista política também terá de ser feita.

entrevista a
João Carlos Rodrigues

Entrevista com Felipe, Diogo e Sérgio da Dinafilmes - março de 1982.

FC — Quando, como e por que surgiu a Dinafilme?

FELIPE — A Dinafilme está organicamente ligada à estrutura do movimento cineclubista, que começou a se reorganizar em fevereiro de 74, quando conseguiu fazer a primeira jornada depois de ter sido destruído em 68 (a oitava na história do movimento). Nessa jornada já se começou a discutir o acesso dos cineclubes aos filmes. 90% dos cineclubes trabalham basicamente com a bitola 16mm. O que acontece é que as distribuidoras comerciais e os esquemas alternativos só funcionam basicamente nas capitais do Rio e de São Paulo, pouca coisa em outras regiões, e nada no interior dos estados. Não havendo filme, o movimento cineclubista jamais poderia ser um movimento nacional. Então, desde essa jornada de 74 já se discutia a criação de mecanismos para ter acesso aos filmes de maneira independente. A partir daí se começou a fazer programas de filmes que circulavam pelo país. Em contatos diretos com cineastas, montava-se um programa de curtas ou mesmo um longa e um curto e circulava pelo país inteiro. Mas o aproveitamento disso era muito ruim. Primeiro, porque havia poucos cineclubes, os fretes eram muito caros e havia problemas de organização. Na Jornada de 75, essa idéia evoluiu para criação de uma distribuidora centralizada. A Cinemateca Brasileira era um pólo importante do movimento cineclubista em São Paulo, e ela distribuía uma parte do acervo em 16mm (que era muito pequeno, em comparação com o acervo todo) para os cineclubes. Naquela época, a Cinemateca era membro do movimento e foi importante na formação da própria Federação de Cineclubes. Então, a idéia era criar essa distribuidora, possivelmente baseada na Cinemateca Brasileira, que já tinha uma estrutura mínima. De 75 para 76 a Cinemateca Brasileira saiu do movimento cineclubista mas cedeu para Federação Paulista aquele acervo em 16mm. Na Jornada de 76 foi aprovada a criação da distribuidora. A Federação Paulista, porque tinha esse acervo inicial, ficou encarregada de montar a sede dela. Em abril de 76, nós alugamos as salas. Começamos a funcionar apenas em São Paulo, em base experimental. No final do segundo semestre abrimos para o resto do país. A distribuidora, como tudo no movimento cineclubista, é resultado de decisões democráticas, quer dizer, toda a política dela é deliberada através de assembleias. Os objetivos da distribuidora são basicamente dois: garantir o acesso dos cineclubes aos filmes em escala nacional, e livre das injunções de caráter comercial e da censura. Então a distribuidora funcionava num esquema pouco profissional, reflexo do próprio nível de organização do movimento, do grau de marginalidade, porque o cineclubismo está relegado pelos órgãos públicos. O outro objetivo dela era iniciar um canal alternativo de distribuição de filmes. Naturalmente, o curta-metragem era uma preocupação essencial. Se hoje o curta não tem mercado, pelo menos tem uma lei, mas naquele tempo não tinha nada. O mercado de curta-metragem era o cineclubes, contatado pessoalmente pelo realizador. Então a idéia era se começar a montar um esquema alternativo de distribuição que pudesse inclusive vir a ser fonte de reprodução de uma produção independente. Agora, isso é um projeto em termos ideais, a longuíssimo prazo na medida em que não existia esse mercado, que os cineclubes não eram esse mercado porque não tinham uma estrutura econômica que acompanhasse os custos de produção do filme mais barato possível. E até hoje ela continua sendo uma iniciativa pioneira de sistematizar essas relações. Avançou muito mas ainda não é um mercado.

FC — Você pode explicar como é que essas relações de mercado se concretizam no caso da Dinafilme?

FELIPE — É muito simples. Antes da Dina, os cineastas faziam seus curtas-metragens conseguindo verba ou num órgão estatal ou numa empresa privada ou porque eram de uma família abastada. A produção do curta-metragem não tinha condições de se reproduzir, porque em geral não tinha onde se exhibir e se pagar e permitir que ele continuasse produzindo. A Dinafilme pretendia sistematizar isso. Pegar cineclubes, qualquer tipo de entidade que tivesse interesse em exhibir filmes e fazer esse tipo de entidade compreender que precisava pagar alguma coisa por esse filme.

FC — Mas você disse justamente que os cineclubes são muito frágeis. Como é o relacionamento com eles a nível de aluguel de cópias, etc.?

FELIPE — Na verdade, a Dinafilme está no meio de uma incompreensão que está generalizada tanto entre os cineastas quanto os cineclubes, ou outro tipo de entidades, porque a Dinafilme não trabalha só com cineclubes. Há alguns filmes cujos contratos são só para cineclubes.

FC — Quais as outras faixas com as quais ela trabalha?

FELIPE — Trabalha com entidades culturais de uma maneira geral, com associações de moradores, sindicatos, centros acadêmicos, grêmios de colégios, até com empresas. Ela trabalha com quem quiser.

FC — Sempre com 16mm?

FELIPE — Sempre em 16mm. Há alguma coisa, muito pouca, em 35mm.

FC — O 35mm é solicitado por quem?

FELIPE — Por quem tem projetor 35. Alguns cineclubes têm, parcelas ínfimas.

FC — Mas vocês não chegam até o mercado convencional?

FELIPE — Não, porque somos uma entidade cultural sem fins lucrativos. E não podemos fazer negócio comercial, exceto com alguns filmes, que a gente pode alugar a preço fixo para uma empresa, mas que não faça uma utilização comercial do filme, mostrando para funcionários, etc. O que acontece é o seguinte: existe na sociedade brasileira uma incompreensão generalizada sobre a questão cultural. As pessoas não dão importância a esse trabalho, e não vêem a necessidade desse trabalho ser organizado, quer dizer, ter uma estrutura própria, ser capaz de se reproduzir, etc. Seja qual for o lado pelo qual se encare a exibição de um filme em qualquer tipo de entidade, qualquer preço é muito caro. Porque as pessoas acham que isso não é importante. O trabalho da gente junto às bases do movimento cineclubista, ou junto aos nossos clientes, tem sido discutir a importância desse trabalho e a necessidade de ele ser infra-estrutura para uma produção que venha atender às necessidades desses próprios exibidores. Isso é um trabalho educativo muito lento. Por outro lado, os cineastas, talvez pressionados pelas dificuldades que existem hoje: o mercado do longa-metragem tomado por uma produção pequena, e a decepção generalizada com a lei do curta, tudo isso fez com que eles jogassem uma esperança desmesurada no "mercado" alternativo. Então eles pressionam para que o filme tenha a maior rentabilidade possível. O papel educativo da Dinafilme é, por um lado, convencer as entidades que alugam os filmes a dar importância a esse trabalho, a compreender o problema do cineasta e remunerá-lo o melhor possível; e dos cineastas entenderem que a nossa iniciativa é pioneira,

num país que não tem um mercado alternativo, que está sistematizando e, conforme vai crescendo, o custo de produção do filme cresce a uma velocidade dez vezes maior. Por isso nunca chega a ser um mercado.

FC — Enquanto alternativa para o curta-metragem brasileiro, a Dina significa uma solução a médio ou longo prazo?

FELIPE — Essa é uma questão muito complicada. Acho que pensar na Dinafilme como uma solução é um pouco o objetivo estratégico do movimento cineclubista. Mas ela implica em muitas outras coisas. O Brasil tem um mercado cinematográfico inadequado para suas dimensões, porque atinge uma parcela ínfima da população, como grande parte dos produtos que são distribuídos neste país. A adequação do sistema de exibição de filmes no país inteiro, em nossas condições subdesenvolvidas, implica em pensar no 16mm como uma alternativa real. Mas isso jamais se daria no quadro das coisas como estão aí. No momento, a luta principal dos cineastas, que deve ser levada adiante e está num tremendo dum refluxo, é pela conquista do mercado comercial; é lá que se geram as condições fundamentais para que eles possam continuar produzindo. E eles estão refluindo dessa luta, estão se desorganizando nessa luta pelo mercado comercial, para o longa e para o curta fundamentalmente. Não é no mercado alternativo que se vai conseguir hoje uma saída efetiva para o cinema brasileiro enquanto produto. Essa saída é experimental, fundamental do ponto de vista cultural, mas não terá dimensão econômica nos próximos muitos anos. A não ser que mude toda a política a respeito de cultura neste país.

FC — Pelo que você está dizendo, o dinheiro que fica para o produtor deve ser realmente muito pouco.

FELIPE — Olha, durante a existência da Dinafilme, observamos o seguinte: nós precisamos de filmes interessantes, que discutam a realidade brasileira, que mostrem aspectos da realidade brasileira sob todos os enfoques possíveis. A Dinafilme não faz nenhum tipo de seleção nem escolha dos filmes. Então, há uma necessidade básica de trabalharmos junto com os cineastas. A maioria dos cineastas não entende a Dinafilme... quer dizer, eles são pressionados. A vida dos cineastas é um inferno, não conseguem se profissionalizar. A gente percebe que não adianta simplesmente ter essa perspectiva de aliança com os cineastas colocada em termos ideais. Ela tem que ser colocada em termos concretos. A gente tinha que fazer a Dinafilme gerar alguma receita para os cineastas, preocupação que houve desde a fundação dela. Mas a gente viu que do jeito que a Dinafilme estava funcionando, ela não estava atingindo isso. Então começamos a bolar uma série de iniciativas que aumentasse a receita dos filmes.

FC — Como era esse funcionamento anterior?

FELIPE — Simplesmente tendo um balcão onde os cineclubes vinham e pegavam filmes. Então a gente começou a fazer promoções especiais, quer dizer, um *marketing* alternativo. Começamos a bolar uma política de lançamento de filmes. A gente escolhia em cada região do país onde há uma Federação organizada um cineclubes bem forte que atingisse um público com razoável poder aquisitivo (quer dizer, estudantes, profissionais), fazíamos um grande lançamento, com uma grande promoção em torno do evento, e com isso o filme tinha um superalugamento, durante um certo tempo.

FC — E que filmes eram esses: um filme regular da lista de vocês ou...

FELIPE — Regular mas que tivesse elementos para isso, quer dizer, existiam condições efetivas de demanda dos cineclubes.

FC — Por exemplo?

FELIPE — Nós lançamos o filme *Greve, trabalhadores presente*, o outro *Greve* do Renato Tapajós, *O anarquismo no Brasil*, o *Jari* do Bodansky, quatro filmes sobre anistia de vários realizadores baianos, cariocas, etc. Com isso então começamos a elevar a receita. Mais recentemente, nós abrimos uma sala especial, o Cineclubes Bixiga em São Paulo, que deverá servir de modelo para outros cineclubes do gênero em capitais de outros estados. Com isso a gente pretende criar condições de lançamento do filme num esquema maior, e com isso obter uma receita maior. Ocorre o seguinte: enquanto a gente vive num país com inflação de 100, 120%, a inflação específica do cinema vai a 600, 800%. De 81 para 82 a Dinafilme tinha uma expectativa de quadruplicar o seu faturamento. No entanto, acaba não conseguindo pagar os custos de uma produção. Acho que talvez o único filme que a gente tenha conseguido pagar os custos de produção foi o *Jari*. Foi um trabalho que de repente mobilizou o movimento inteiro. É importante passar essa idéia. De repente, se não existe um mercado, como a Dinafilme sobrevive? Sobrevive porque ela não é uma empresa comum, porque ela paga mal às pessoas, porque quem trabalha na Dinafilme são militantes cineclubistas, quer dizer, trabalham por idealismo, por uma colocação de engajamento dentro dos problemas do cinema brasileiro e do cineclubismo. Por isso é que ela sobrevive: não tem uma condição realista de sobrevivência. Uma distribuidora comercial não sobreviveria no tipo de compromisso que agente assumiu, quer dizer, trabalharia talvez numa franja do mercado, mas nunca entraria no país inteiro. Se você imaginar que tanto a Dinafilme quanto qualquer outra iniciativa nossa parte do zero, sem nenhum capital, então o Bixiga é uma coisa extraordinária, para nós. E parece que é para todo mundo. A julgar pelo número de salas que estão imitando o nosso trabalho, eu acredito que ele é realmente muito importante.

FC — Fora de São Paulo?

FELIPE — Eu acho que, basicamente, em São Paulo. Quando a gente começou a fazer esse trabalho de lançamento de filmes, primeiro no Sindicato de Jornalistas, em seguida o Masp transformou uma de suas salas numa sala permanente. Parece-me que a Cinemateca do MAM no Rio de Janeiro está mais ou menos com a mesma perspectiva. Tem um pessoal montando uma sala muito parecida com o Bixiga, mas comercial, ali no bairro do Bixiga também, ligado se não me engano ao Rudá de Andrade. E a gente sente por aí que está todo mundo agitando, tentando montar outras salas. É a iniciativa da gente que abriu isso. Como esse pessoal encara isso como uma iniciativa comercial e ninguém nunca teve coragem antes de enfrentar esse risco, de repente o Bixiga mostrou que era viável. Só que ele é viável porque é um cineclubes e não um cinema comercial.

FC — Por que vocês têm tantas curtas-metragens na lista de vocês? Porque há muita demanda ou isso foi uma circunstância eventual?

SÉRGIO — Numericamente, no total de acervo de filmes de 1980, de 173 títulos que a gente tinha na época, 105 eram curtas-metragens. Inclusive o aluguel de curtas superava o de médias e longas-metragens.

FC — Isso me surpreende porque em geral o curta é visto como uma coisa menor pelo público...

DIOGO — Na Dinafilme, os cineclubes alugam o curta e o longa. São poucos os cineclubes que trabalham com programas de curtas, de um mesmo tema ou diretor. Ou então quando se trata da discussão de algum problema, de algum local.

FC — Mas pelo que foi dito antes, parece que os curtas são mais solicitados.

FELIPE — Eu tenho a impressão de que o público que a Dinafilme atinge é completamente diferente do público normal do cinema brasileiro. O público que a gente atinge não vai ao cinema, normalmente. Cada vez mais, a base do movimento cineclubista está localizada nos setores que não frequentam cinema, nos bairros onde os cinemas fecharam ou onde não tem cinemas, como cidades pequenas ou nas periferias. Esse público, como já dizia o Paulo Emílio, não é colonizado na mesma medida que o público que vai ao cinema comercial. E não é colonizado não apenas no sentido que o Paulo Emílio colocava, mas também neste, quer dizer, ele não tem preconceito contra o curta-metragem inclusive porque ele não tem uma educação do curta-metragem do exibidor, de propaganda, do curta que não tenha sentido cultural. Esse público começa a conhecer o curta-metragem através do trabalho da gente. A outra coisa que eu acho disso aí é que, como a gente tem muito mais curta do que longa (porque a EMBRAFILME concorre com a gente e acaba ficando com todos os longas, porque ela dá adiantamento para o realizador), é claro que sai mais curta do que longa. Mas por causa de um vício estabelecido de longa data, as pessoas estão mais acostumadas a ver o longa. A maioria das entidades eu acho que prefere o longa-metragem.

FC — Você disse que a EMBRAFILME concorre com vocês na mesma faixa?

FELIPE — Quando a EMBRAFILME contrata um filme, o contrato diz o seguinte: o filme está sendo contratado em todas as bitolas e para todos os meios de difusão, existentes ou que venham a existir. Embora tenha havido casos, raramente a gente conseguiu que um produtor excluísse cineclubes do contrato da EMBRAFILME e contratasse com a gente. O que acontece normalmente é que o cara vai direto para EMBRAFILME e o filme não fica acessível para nossa contratação. No longa-metragem, que tem um mercado mais concreto do que o curta, quase todos que a gente procurava já estavam contratados.

FC — Você está falando sempre de longas brasileiros...

FELIPE — Brasileiros. Isso é uma posição política do movimento cineclubista. Não é xenofobia, não é pela nacionalidade do filme, mas é pela compreensão de que interessa mais pra gente trabalhar com o produto cultural brasileiro que reflete — até mesmo para ser criticado — a realidade brasileira, mais claramente.

FC — Vocês devem ter algum critério para aceitar filmes para distribuição, não?

FELIPE — O custo da distribuição de um filme para nós tende a zero. Nós não temos capital, não somos uma distribuidora comercial. A cópia — conosco ou com qualquer distribuidora comercial — é propriedade do produtor, porque é ele quem paga. O custo de distribuir 300, 200 ou 100 filmes é muito pouco variável: você precisa montar uma estrutura para qualquer quantidade. E é uma posição política do movimento cineclubista não discriminar nenhum tipo de produção. Então nós não fazemos nenhum tipo de seleção. O que acontece é que os cineclubes têm naturalmente um determinado perfil. Na década de 40, os cineclubes eram entidades fechadas, elitistas, que reuniam especialistas em cinema e gostavam de ver Bergman. Não tenho nada contra o Bergman, mas hoje em dia os cineclubes estão vinculados muito mais à discussão da realidade brasileira. Estão ligados a várias entidades da sociedade civil envolvidas em mil problemas. Então, praticamente dão preferência para outros tipos de filmes. Tem filmes que saem pouco, mas todos eles têm mais ou menos iguais oportunidades de distribuição. Quando a gente faz uma política especial de lançamento de filmes que mencionei ou por exemplo como foi feito com *O homem que virou suco*, que foi em convênio com a EMBRAFILME simultâneo à própria distribuição comercial, aí há uma tomada de posição que

não deixa de ser seletiva que é feita através de assembleias de cineclubes que deliberam qual é o filme em que eles vão aplicar esse esforço especial, porque não têm condições de trabalhar 300 filmes com esse estilo de promoção. É bom que se esclareça isso: de repente, as pessoas que conhecem menos bem a Dinafilme ou cineastas tendem a pensar que a gente só passa filmes sobre a realidade social, sobre problemas políticos. Não é nada disso. Não há nenhum tipo de discriminação. Houve uma coincidência. A gente passa filmes de todas as tendências, de todos os tipos de realizadores. Hoje nós estamos preocupadíssimos em preparar lançamentos de filmes infantis, que é uma das lacunas mais graves do público com quem a gente trabalha.

SÉRGIO — Foi inclusive uma das reivindicações na última jornada de cineclubes. Muitos cineclubistas levantavam essa questão de que o nosso acervo tem poucos filmes infantis.

DIOGO — Mas não é só o nosso acervo. O mercado de 16mm tem poucas opções de programação infantil. Nos bairros onde estão localizados hoje a maioria dos cineclubes, quem vai ao cinema é desde o avô ao neto. Então o filme infantil é o que de imediato mais se encaixa na programação.

FC — Vocês mencionaram um trabalho especial feito com *O homem que virou suco*. Como foi isso?

FELIPE — Simultaneamente à época em que ele era lançado no mercado comercial, nós lançamos o filme em cineclubes de periferia. É um público que não iria atrapalhar a carreira comercial do filme. E foi um sucesso incrível, pois de repente nós fizemos muito mais público do que o circuito comercial! Isso se reproduziu em cidades do interior.

DIOGO — Quanto a essa questão do filme 16mm atrapalhar a carreira do 35, parece que é uma questão presente na cabeça de todo mundo que mexe com cinema. *O homem que virou suco* é um exemplo de como realmente não atrapalha, dentro desse esquema que a gente lançou. Um outro exemplo, caindo fora do cinema brasileiro, é o *Encouraçado Potemkin*, um filme *best-seller* na programação de todos os cineclubes. Sempre que passava, superlotava. E quando esse filme entrou em cinema comercial, estourou na bilheteria e ficou mais de dois ou três meses em cartaz. Então existe essa questão na cabeça das pessoas, que é sempre argumento para não fazer cópias do filme em 16mm.

FC — Vocês prepararam programações para os cineclubes?

FELIPE — Qualquer pessoa que trabalha na Dinafilme, desde o mercador, o revisor e o remissista, é sempre um cineclubista. E um cineclubista que geralmente está envolvido nessa atividade há mais tempo do que a média dos que vêm alugar filmes. Então ele está preparado para orientar, dar sugestões, etc. Como a atividade da Dinafilme está organicamente ligada à Federação, tem sempre mais gente por perto para discutir e orientar.

FC — Por mais simples que seja o mercado paralelo em 16, existem problemas básicos do tipo projetor. Como é que isso tem sido resolvido aqui? Há sempre projetores que não funcionam na hora, filmes que se arrebentam em projetores mal conservados. Vocês interferem nisso?

DIOGO — Interferimos sim. O 16mm em qualquer lugar é assim. A preocupação com a conservação é muito pequena. É muito comum haver pessoas dos bairros que querem passar filmes mas não têm projetor, não têm tela, nem sabem como fazer nada. Damos orientação da programação e o projetor vem depois. Geralmente você aluga, ou então arruma emprestado de outro cineclubista que já tem. Isso apesar de sabermos que existem vários projetores parados em entidades ligadas ao governo do Estado, que estão lá para serem emprestados e mesmo assim não são emprestados para essas atividades. Já fizemos várias reivindicações e abaixo-assinados mas até agora eles não foram cedidos para os cineclubes.

FELIPE — Concretamente, nós estamos brigando há cerca de três anos com o Museu da Imagem e do Som de São Paulo que tem dez projetores de 16mm para serem emprestados e não os empresta.

DIOGO — Eles usam três, e têm sete nas caixas, bonitinhos.

FELIPE — Isso há três anos. A essas alturas eles vão precisar de revisão para poder começar a operar. Esse é só um exemplo. Há um tempo atrás foi feito um levantamento, se não me engano para a EMBRAFILME, em que calcula-se que existam cerca de 30 mil projetores 16mm ociosos no país. Coisas do tipo Aliança para o Progresso que mandou um monte de projetores para cá, um governador ou secretário de educação que comprou um lote imenso. Aqui nós temos gente que ensina a projetar em 16mm (que não é muito complicado) de maneira permanente. E, de tempos em tempos, promovermos cursos de projeção, inclusive já fizemos alguns mais aprofundados. Em convênio com a EMBRAFILME, foi feito um há pouco tempo no Rio, existe projeto para fazer aqui. Existe um trabalho de formação do pessoal. Mas isso que você perguntou antes não mudou muito. Em escala nacional, ainda é um dado significativo: como existe uma preocupação muito pequena em entender a questão cultural, os problemas mecânicos são encarados como coisas secundárias, nos cineclubes menos, mas bastante nas outras entidades não cineclubísticas, então ainda é comum estourar o filme, queimar a lâmpada e não ter lâmpada de reserva, o cara enfiar na tomada de 220 quando o projetor é 110; continua acontecendo pra burro.

SÉRGIO — O Instituto Goethe, por exemplo, passou a ceder filmes só para cineclubes. Porque todos os filmes cedidos a entidades que não eram cineclubes voltavam estragados. Dos cineclubes não. Então eles começaram a notar isso. Já é um avanço também nesse sentido.

FC — Como é o aluguel dos filmes aqui?

DIOGO — O preço das coisas aqui também é discutido em assembléia. Então a gente tem preços padronizados para cineclubes e para outras entidades.

FC — Você disse que os preços são estabelecidos em assembléia...

FELIPE — Por mais louco que seja o processo de todos os cineclubes se envolverem na discussão, esse é o melhor mecanismo para eles compreenderem como essa questão se relaciona com o cinema brasileiro, a questão de dar uma infra-estrutura e transformar isso num mercado. Hoje em dia, é comum numa assembléia nossa os cineclubes deliberarem contra o seu interesse imediato e dobrar o preço do aluguel para eles mesmos. Nessa discussão, o movimento amadurece, o movimento compreende a questão global do cinema brasileiro e a questão específica do mercado alternativo dentro disso.

FC — Parece-me que você deixou mais ou menos claro, no começo, de que vocês não têm intenção de criar um mercado em concorrência com o mercado convencional, até o ponto de poder pagar os filmes.

FELIPE — A gente precisa entender que conseguir transformar isso num mercado que seja uma alternativa efetiva para a produção é um processo longo. O cineclube é uma maneira diferente de encarar o cinema: é organizar o público para ele não ter uma relação alienada com o cinema. O que a gente pretende é substituir o mercado comercial, em todos os sentidos.

FC — Não foi o que você disse. Agora você está sendo mais claro. Antes você havia falado mais de um sentido cultural das coisas...

FELIPE — Pelo sentido cultural é que a gente pretende mudar essa coisa, porque o mercado comercial não é cultural. Por exemplo, quando fazemos essas promoções especiais, elas não interessam a mínima para nós; não tem muito significado para a atividade de um cineclube fazer um cartaz e uma promoção para aumentar a renda de um filme. Tem muito pouco significado para o cineclube, porque a maior parcela dessa renda não vai para a entidade que está exibindo; a maior parcela vai para o realizador. 50% para o realizador, geralmente 25% ficam para pagar os custos da distribuidora e 25% ficam para o cineclube que está exibindo, nos casos de promoções especiais. É uma coisa que nós só criamos e nos engajamos fazendo exclusivamente para aumentar a receita para o realizador ou o produtor. Nosso objetivo é fazer disso uma estrutura economicamente viável e que venha a significar a possibilidade de haver uma produção que atenda aos nossos interesses, quer dizer, os interesses do público que já se organizou em cineclubes. A verdade, que estrangula nossa atividade e é angustiante, é que a produção de filmes no Brasil não está atendendo aos interesses dos setores que a gente representa. Quer dizer, você escolhe a dedo um filme que possa ter possibilidade de trabalho como *O homem que virou suco*, ou o *Jari*. Grande parte da produção de curta-metragem está desvirtuada pelas próprias limitações da lei do curta. O cara tem que fazer o filme pensando em obter alguma receita. Então, mesmo que ele tenha grandes preocupações, acaba limitando o filme a uns dez minutos. Então, grande parte da produção é uma produção contemplativa, esses filmes sobre o pitoresco da cultura da banana no Piauí.

FC — Como é que vocês têm encarado a relação com a televisão? Isso em termos também de apresentar de uma maneira mais ampla certos filmes que interessam mais a vocês. Já houve algum antecedente?

FELIPE — Nós já trabalhamos com as TVs educativas, porque temos uma limitação jurídica: só podemos trabalhar com TV Educativa. O contrato que a gente faz com os realizadores não permite que a gente trabalhe com a televisão. Isso foi pensado para que eles pudessem trabalhar aí com mais dinamismo e obtendo maior receita. Como a gente não pode trabalhar com a televisão comercial, em alguns casos nós fizemos aluguéis para as TVs educativas, mediante autorização dos realizadores. Não apenas em São Paulo e Rio, mas também em outros estados. Mas isso é uma coisa que ocorre com pouca regularidade. O que a gente faz é, se há um interesse da televisão, se há um contato dela com a gente porque o filme está aqui, colocamos o cineasta em contato ou servimos de intermediário. Mas não podemos operar comercialmente com a televisão.

entrevista a João Silvério Trevisan

Entrevista com Adrian Cooper,
Regina Gomes de Souza e
Claudio Kahns da CDI (Cinema
Distribuição Independente) em
outubro de 1982.

FC — Qual a idéia inicial que levou vocês a criar a Cinema Distribuidora Independente?

ADRIAN — Originalmente, nosso problema maior, fora dos problemas de produção, era como fazer para que nossos filmes fossem exibidos para além de grupos mais restritos de pessoas. Esse problema ficou ainda mais sério quando, em função da lei do curta-metragem, muitas pessoas começaram a trabalhar para fazer curtas. Então, de repente, todo mundo se enfrentou com absoluta falta de saída em termos comerciais. Todos nós tínhamos algumas experiências com formas de distribuição alternativa, seja através da Dinafilme seja da EMBRAFILME, que não foi uma distribuição muito alternativa, na realidade. Além disso, havia a distribuição feita de mão em mão: os filmes que tratam de temas mais políticos foram distribuídos assim. Então, nós nos juntamos num grupo que tinha mais ou menos essas experiências: eu, Cláudio Kahns, Renato Tapajós, Roberto Gervitz, Sérgio Segall, Tania Savietto, principalmente. Nós tínhamos que levar os filmes para passar em sindicatos, em associações de bairro, etc. Chegou um ponto em que todas essas alternativas se comprovaram absolutamente incapazes de resolver os problemas de distribuição. Então nos reunimos para discutir e ver o que dava para fazer.

CLÁUDIO — Cineastas que já tinham algum tipo de ligação com esse mercado e possuíam certo interesse nesse tipo de trabalho. O problema principal era a grana para começar. O importante era o impulso inicial. A solução que encontramos foi abrir uma firma, vendendo cotas de participação.

REGINA — É uma sociedade civil, sem fins lucrativos.

CLÁUDIO — Pensamos inclusive fazer uma cooperativa. A gente sabia das experiências nesse sentido, aqui em São Paulo e no Rio, que era uma coisa muito complicada, legalmente. Burocraticamente, era um negócio quase impossível. E aqui, em São Paulo, também tinha se tentado fazer uma cooperativa de exibição, com César Mémolo, Batista e várias outras pessoas. Depois de muita discussão, chegaram à conclusão de que a coisa tinha se esvaziado, pelas dificuldades burocráticas. Tinha que ser o seguinte: não podia existir mais de uma cooperativa em cada área. Como tinha a cooperativa do Rio, essa seria a cooperativa. A cooperativa de São Paulo teria que se filiar à do Rio.

ADRIAN — A própria legislação da cooperativa vem do Ministério da Agricultura.

CLÁUDIO — ... quer dizer, a gente tinha que se vincular ao Ministério da Agricultura. (risos) A partir disso, a gente sabia que a cooperativa não seria a melhor forma. Então achamos que a melhor forma seria montar uma firma. Cada cineasta ou produtora interessada entraria com uma cota. Isso para a gente era muito importante. Podíamos também ter feito um projeto e levado à Secretaria de Cultura, através da EMBRAFILME. Mas nós optamos

por fazer uma coisa que fosse justamente independente, economicamente, pelo menos num primeiro momento. Começamos a abrir em setembro de 1981. A funcionar mesmo, no começo de 1982.

REGINA — São 21 cotistas, atualmente.

CLÁUDIO — Temos 12 produtoras e nove pessoas físicas.

ADRIAN — É bom lembrar que essa firma é única em termos de formas alternativas de distribuição, porque é uma distribuidora de realizadores. Todos os cotistas são realizadores, e não apenas pessoas interessadas em distribuição.

FC — Por que você acha esse aspecto particularmente importante?

ADRIAN — Anteriormente, a distribuição sempre foi vista como um problema fora da produção, fora do cineasta. Há, no Brasil, uma tendência talvez recente de achar que o cineasta vive produzindo mas não vendendo o seu filme. Como os filmes são caros de fazer e poucas vezes dão retorno, dá pra entender como esse tipo de visão de cinema se tornou comum.

CLÁUDIO — Basicamente, a gente sentia que a distribuição não estava sendo bem transada. Não que a gente tivesse a ilusão de que os filmes fossem ser pagos com a distribuição da CDI, que alguém fosse viver das rendas. Sentíamos, por exemplo, que a Dinafilme não estava distribuindo o filme com a potencialidade que ele teria. Tanto a nível dos lugares que o filme atingiria como pelo preço do aluguel. Tanto a Dinafilme como a EMBRAFILME estavam distribuindo os filmes a preço de banana, como se isso fosse formar o mercado. Isso não estava formando mercado nenhum. Estava gastando as cópias. E quem estava bancando isso? Os cineastas!

ADRIAN — Uma experiência muito comum era que, depois de dois anos de distribuição, você não recebia nada. Ou porque você tinha que pagar partes do filme que foram estragadas ou porque o filme saía de graça, coisa que aconteceu muito, mas muito! Inclusive, a própria consciência das pessoas que alugavam os filmes era de que se aquele era um filme político, o cineasta tinha o dever de dar o filme de graça.

CLÁUDIO — Acho que houve uma certa confusão. Não que o trabalho militante não seja importante. Mas tem que haver alguma espécie de retorno. Esse paternalismo não podia partir da gente, de ceder as cópias. Quem é que paga isso?

FC — Tem uma coisa que não ficou clara para mim, até agora. A intenção de vocês estava relacionada exclusivamente com a criação de um mercado alternativo ou também com a melhor exploração do mercado convencional?

ADRIAN — O nosso objetivo tinha vários níveis. Um era explorar melhor o mercado alternativo que existia. Um outro era abrir o mercado em potencial que não estava sendo trabalhado, quer dizer, conseguir levar os filmes a

novos lugares e melhorar a maneira de chegar aos lugares já existentes. Sempre dentro do mercado alternativo.

CLÁUDIO — Isso quer dizer: explorar melhor o que já existia. Onde já se passavam filmes, passar de maneira mais profissional, ter uma relação menos paternalista e mais profissional com esse mercado. O aluguel não é 500 cruzeiros, é 3 mil cruzeiros; esse tipo de coisa.

ADRIAN — Outra coisa que não vai ser atingida nem a curto nem a médio prazo era tentar criar alguns mecanismos que permitiram algum relacionamento com o mercado comercial. Mas isso foi visto como uma segunda etapa, onde ainda não chegamos, mas que não seria excluída. Isso porque tem vários outros mercados. Tem o mercado relativamente novo do vídeo-teipe, tem o mercado comercial e o que se poderia chamar de semicomercial, que é tipo cineclube do Bixiga. Todas essas possibilidades ficam abertas para nós. Queremos colocar nossos filmes onde puder.

FC — Quer dizer que vocês, definitivamente, não estão dando prioridade ao mercado convencional?

ADRIAN — Não. Principalmente porque a maioria dos nossos filmes está em 16mm. Não exclusivamente, mas principalmente em 16mm.

REGINA — O pessoal com quem estamos trabalhando não tem projetor de 35mm. Em geral o pessoal só tem 16mm. Então é meio difícil colocar aí esses filmes em 35mm.

FC — Em que detalhes, exatamente, a proposta de vocês se diferenciaria da proposta da Dinafilme, já que vocês mencionaram isso, antes? Vocês mencionaram, por exemplo, a questão do aluguel. Era só isso?

CLÁUDIO — Não, essa era a última coisa. Basicamente, o filme é um produto muito trabalhoso e muito caro. Na hora de exibir o filme, o produtor quer que o filme seja bem exibido, seja bem lançado. A gente não sentia essa preocupação da parte deles, a não ser com um ou outro filme que estivesse ligado a uma idéia política mais geral que eles têm da sociedade. Se o cara tinha a ver com essa preocupação, então eles se empenhavam muito e batalhavam aquele filme que acabava eventualmente até se pagando. Isso aconteceu com um ou dois filmes. Mas a gente tinha uma outra filosofia, queríamos que os filmes fossem bem exibidos, bem distribuídos, valorizados como um produto. Eles tinham uma relação um pouco amadora...

ADRIAN — Outro fator também é que a Dinafilme é distribuidora da Federação de Cineclubes; existe em função disso. Quer dizer, a função dela também é cineclubista.

CLÁUDIO — É atender basicamente aos cineclubes. E mais: estar dentro de uma linha política mais geral dos cineclubes.

FC — Há quem ache que o mercado alternativo não pode ser uma saída para pagar os filmes. Se isso é verdade, como é que o mercado alternativo funcionaria, de modo a dar continuidade às produções de vocês?

CLÁUDIO — É difícil falar, porque estamos bem no começo dessa experiência. Mas o mercado alternativo tem que ser encarado como uma fatia do mercado. Porque a gente abriu uma outra perspectiva, a gente não vai abandonar a televisão ou o mercado compulsório de curta-metragem 35mm. Agora, o que a gente vê é que o mercado compulsório, do jeito que está organizado hoje, não está funcionando, não está trazendo resultado nenhum para os realizadores. Isso não quer dizer que todos os filmes vão ser pagos no mercado alternativo, como se essa fosse a grande solução do curta-metragem. Aliás, nós distribuímos longa-metragem também. Nós chegamos à conclusão de que a CDI não se manteria só com o curta-metragem. A renda que viria dos curtas não seria suficiente para cobrir seus custos operacionais. Porque as pessoas alugam um curta mas pedem o longa-metragem, querem ter filmes que aprofundem os problemas.

REGINA — Agora, a gente começou assim: pegamos o nosso catálogo e mandamos para um monte de endereços de sindicatos, escolas, cineclubes (que é uma parte significativa, mas não a maior), movimentos de bairros, grupos de mulheres, universidades, DAs, Centros Acadêmicos. Quem mais alugou filme da gente, até hoje, foram universidades e faculdades. Como isso tudo está potencialmente ainda pouco explorado, a gente gostaria e acho que em breve vai fazer o trabalho não apenas de mandar o catálogo, mas de ter alguém que vá lá e ofereça. E a coisa começou a pintar e foi crescendo. Saíram matérias nos jornais, então as pessoas ligavam pra gente. Essas mostras que a gente fez também tiveram o efeito de divulgação. Houve uma mostra no MASP (Museu de Arte de São Paulo), de abertura da CDI chamada *Outra coisa, outro cinema*. E teve depois essa outra, *Cine-mulher 82*, que foram filmes de mulheres. Quanto aos aluguéis, as pessoas às vezes pedem um único filme. Mas têm também as programações. Por exemplo, o sindicato dos metalúrgicos de Santos chega lá e faz uma programação grande, de dois ou três meses, todo fim de semana. Então, a gente escolhe os filmes por temas ou não, conforme eles preferem montar a coisa. Isso nós já fizemos para várias entidades.

CLÁUDIO — Quando eu disse antes que era preciso aumentar os aluguéis, pode dar impressão de que a gente está inflacionando. Na verdade, a gente tentou ter uma política mais realista, quanto aos preços, em função do desgaste de uma cópia. Se uma cópia custa 20 mil cruzeiros, você não pode alugar por 500 cruzeiros, porque é totalmente irreal. Ela não vai nem se pagar e já vai estar estragada. Não se trata de cobrar o dobro do preço da cópia, mas cobrar uns 4 mil, dos quais metade vai para o realizador e a outra metade para o CDI. Uma coisa que senti muito no começo: as pessoas que mais barganhavam eram aquelas que tinham mais possibilidade de pagar, tipo escolas ou faculdades. Têm já o costume de pagar filme emprestado no consulado ou mais barato na Dinafilme. Mas a maior parte entendeu.

CLÁUDIO — Inclusive, você obriga o cara a se organizar melhor. Alugou o filme, então ao invés de chamar 20 pessoas, vai chamar 40 e assim dá para pagar o aluguel.

FC — Qual é o movimento dos aluguéis, em relação aos produtores?

REGINA — Quando o cara é cotista, ele recebe 60% do aluguel. Quando não é, recebe 50%. Então, do que recebemos, mais ou menos 50% vão para os realizadores. O resto é para manutenção da CDI, aluguel da casa, funcionários, salários, gastos com revisão — porque temos um departamento de revisão dos filmes.

FC — Existe entre vocês uma preocupação de que a distribuição dê continuidade à produção de filmes? De repente, a CDI investir na produção... Pergunto isso inclusive porque vocês disseram, no início, que a CDI é uma sociedade sem fins lucrativos.

ADRIAN — A CDI não tem pretensão de produzir absolutamente nada. Só distribuição.

FC — Como é o movimento de aluguéis fora de São Paulo?

REGINA — Geralmente a gente manda o filme de ônibus, o que também não é barato. Para o interior de São Paulo e quando dá, por exemplo, Minas. Para muitos lugares, vai de avião. A pessoa que aluga a ida e a volta.

FC — Então o aluguel fica bastante mais caro...

REGINA — Quando se manda um filme para Manaus — e já mandamos várias vezes —, é uma loucura. Então você acaba fazendo um desconto no filme para o cara poder pagar.

FC — E, mesmo com todos esses problemas, a experiência está efetivamente sendo viável?

REGINA — Bom, a gente ainda não conseguiu comprar o projetor. (risos) E essa outra idéia de ter alguém que vá nas escolas trabalhar, menos ainda. Isso seria uma idéia ótima, mas até agora não conseguimos ter grana pra pagar. Isso acho que seria essencial para trabalhar o mercado.

FC — Quantos títulos vocês têm?

REGINA — O catálogo tem 140. E o suplemento que a gente está preparando, com filmes novos, tem 40.

FC — Qual é a porcentagem de longas e curtas que vocês têm?

REGINA — Temos muito mais curtas-metragens.

CLÁUDIO — Agora, a gente tem muito média-metragem, de 30, 40 ou 25 minutos.

ADRIAN — Como a lei do curta compulsório não deu certo, as pessoas estão tendendo a não fazer mais filmes de dez minutos, que era uma exigência do mercado.

FC — E esses filmes vão sempre com um longa?

REGINA — Isso a pessoa escolhe. Mas em geral são composições de curtas. Quando vai um longa, segue um curta de dez minutos.

CLÁUDIO — Tem. O pessoal pede muito o *Pixote, O homem que virou suco*, esses filmes assim. E a gente não está ainda com as cópias. A gente pretende tirar.

REGINA — Mas em geral, as pessoas tentam ver por assunto, quando fazem a programação. Um dia passam, por exemplo, três filmes sobre o problema da mulher, compondo uma hora e pouco. Depois, outro dia, filmes sobre problemas de periferia, etc. Com os curtas, dá para montar coisas assim.

FC — Voltando a uma questão anterior, vocês acham possível mostrar concretamente a viabilidade da CDI?

ADRIAN — Ela é viável porque existe quotidianamente, continua pagando salários para os funcionários, os filmes continuam saindo e entrando. Ela é viável porque temos títulos que interessam às pessoas. A maior parte dos nossos filmes saem, quer dizer, as pessoas querem ver os filmes que nós temos. A partir daí, conseguimos encontrar um modo de alugar que é viável às pessoas.

FC — Os realizadores que distribuem com vocês sentiram mudanças de tratamento? Quer dizer, é possível constatar isso?

ADRIAN — Um dos problemas que os cineastas sentiam muito eram as queixas da parte de quem alugava os filmes. Muitas vezes, os filmes simplesmente não chegavam aos lugares para onde tinham sido marcados. Havia uma constância de furos, nas projeções. Ou mandavam-se filmes diferentes dos marcados, não mandavam no dia e na hora que tinham

sido combinados. Alguém organizava uma projeção para cem pessoas e aí o filme não chegava. Era uma desmoralização para o mercado e para o próprio cineasta. Um dos princípios de CDI é que isso não pode acontecer.

CLÁUDIO — Há uma preocupação de que a pessoa tenha responsabilidade. Não tem isso de "daqui a uma semana devolvo o filme" Não, se não devolver, vai pagar por essa semana e pelo atraso. Um dado importante: nenhum filme sumiu. Houve a cópia de um filme que ficou retida durante mais de um mês no Rio Grande do Norte. Tivemos que mandar telegramas, telefonar e no final o cara acabou mandando.

ADRIAN — Mas à medida que você responde profissionalmente ao cliente, ele reage profissionalmente.

ADRIAN — E essa é uma das funções da CDI. Mesmo que aparentemente não se viabilizasse em termos de dinheiro, a CDI viabiliza-se a longo prazo, na medida em que ela vai moralizando o mercado todo, criando atitude de responsabilidade.

entrevista a João Silvério Trevisan

CDI (CINEMA DISTRIBUIÇÃO INDEPENDENTE):
ALGUNS DADOS ATÉ SETEMBRO/82

- * Filmes mais alugados até o final de agosto/82:
Terceiro Milênio
Linha de montagem
Balzaquianas
A luta do povo
- * Movimento de aluguéis de março a setembro/82: 500.
Março/82: 33 aluguéis
Setembro/82: 82 aluguéis
- * Movimento de clientes de março a setembro/82:
Março/82: 23 clientes
Setembro/82: 60 clientes
- * Filmes no acervo:
Fevereiro e março/82: 140 títulos



O terceiro milênio - 1981, de Jorge Bodansky e Wolf Gauer