

_____ POR JOÃO CARLOS RODRIGUES _____

A DAMA DO LOTAÇÃO

O PRODUTO E SEU LANÇAMENTO NO MERCADO

Mais de trinta anos após seu lançamento,

A dama do loteação, de Neville D'Almeida, continua em segundo lugar no *ranking* dos filmes brasileiros com maior número de espectadores entre 1970 e 2009. Mais de seis milhões. O primeiro ainda é *Dona Flor e seus dois maridos*, de Bruno Barreto, imbatível há quatro décadas, com mais de dez. Existem algumas particularidades que justificam o fato de *A Dama* ser destacada como um caso exemplar no capítulo da distribuição do cinema nacional. A principal delas é ter sido o primeiro filme brasileiro a ter um lançamento nacional simultâneo, enquanto que anteriormente as estreias se faziam pouco a pouco, pelas regiões geográficas correspondentes aos circuitos exibidores.

Neville veio de Belo Horizonte, nascido numa família protestante. Já no seu primeiro curta-metragem, *O bem aventurado* (1966), recebeu um prêmio no Festival JB-Mesbla. Mudou para o Rio. Depois para Nova York, onde ganhou dinheiro e veio a fazer a produção das cenas locais de *Fome de amor*, de Nelson Pereira dos Santos. Regressando ao Brasil, dirigiu seu primeiro longa, *Jardim de guerra*, em 1970, mutilado pela censura do governo militar. Fez mais quatro longas-metragens, vinculados ao ciclo marginal, todos proibidos. Mudou-se então para Londres, só regressando em 1974. Ninguém poderia supor que fosse capaz de dirigir um arrasa-quarteirão.



Esta dama acaba de derrotar o tubarão, superar o king-kong e vencer a guerra nas estrelas.

Segundo suas próprias palavras, leu a crônica *A dama do loteação* ainda adolescente em Minas Gerais, por volta de 1958. Em 1971, logo depois de *Jardim de guerra*, procurou Nelson Rodrigues para comprar os direitos de filmagem. Este pediu dez mil dólares. O cineasta não tinha. Ofereceu percentagem. O outro, que perdera dinheiro como coprodutor de *A falecida*, recusou. Mas prometeu “guardar” os direitos para ele, compromisso que honrou durante quase sete anos. Em 1974 o contrato foi finalmente assinado. Neville tem 34 anos e está pronto para mudar de vida.

De posse do argumento, era preciso um roteiro. Esse foi feito pelo próprio Nelson, em dobradinha com o cineasta. O conceito subjacente foi “Solange vira animal, e volta”. O dramaturgo, segundo o diretor, tinha uma imaginação sem limites, a cada instante criando novas cenas e diálogos, muitas vezes pelo telefone ou no próprio set de filmagem. O resultado é sua obra mais autoral para o cinema. O que a crônica levemente insinua, as escapadas eróticas de uma aparentemente feliz esposa da classe média, o filme apresenta. Cenas de sexo em cemitério, debaixo de cachoeira, em praia deserta, em motel cafona. Entre os parceiros da bela dama, homens de todas as idades, raças e classes sociais – inclusive o tradicional melhor amigo do marido, e o próprio sogro moralista. Alguns são horrendos. Há muitas semelhanças com *A bela da tarde* (*Belle de jour*), do Luis Buñuel, que é de 1967. Mas a crônica é anterior nove anos. O livro de Joseph Kessel, que originou o filme, é de 1928, e pode por sua vez ter influenciado a crônica. E o filme, o roteiro. Curiosidades de pé de página.

A Nelson Rodrigues, anteriormente adaptado pelo cinema com bons resultados de bilheteria, somou-se uma nova atração. A protagonista. Sonia Braga. Aos 29 anos e dez anos de carreira, só acumulava sucessos. Programa infantil *Vila Sésamo*. Teatro com nudez frontal em *Hair*. Novela *Gabriela* na TV Globo. Os três filmes que estrelara até então ultrapassaram um milhão de espectadores e o último, *Dona Flor*, fizera dez vezes isso. Tinha fama de dar sorte. Não apenas era muito bela, do tipo moreno brasileiro (que, segundo Gilberto Freyre, é a síntese das três raças que formaram o Brasil), mas também simpática e brejeira. Um símbolo sexual à brasileira, de coxa grossa e cabelos negros. Essa foi a escolha mais acertada de Neville, que todo tempo agiu duplamente como diretor e produtor.

Só há um caminho para um cineasta com toda obra proibida pela censura obter financiamento estatal. Associar-se a uma produtora já estabelecida no mercado. A escolhida foi a Regina Filmes, do Nelson Pereira dos Santos, por causa do velho relacionamento entre os dois diretores. No contrato original, a divisão foi a seguinte: 10% para Neville, 5% para Nelson Rodrigues, 5% para Sonia Braga, 30% para a Embrafilme, 50% para a Regina Filmes (que repassou 10% para Luiz Carlos Barreto e 10% para Newton Rique).

Outro acerto foi a equipe, vinda dos filmes proibidos, já acostumada a trabalhar muito e quase sem dinheiro. Guará Rodrigues, Liège Monteiro e Paulo Sérgio Almeida na produção, Edson Santos na fotografia e câmara. Todos receberam pela tabela do sindicato. Caetano Veloso fez a canção *Pecado original* e dirigiu a banda A Cor do Som na música incidental, variações do mesmo tema. Como vemos, o filme reuniu os principais ingredientes do sucesso: argumento e roteiro polêmicos, erotismo, estrela bonita e popular, canção-tema de compositor pop, produção relativamente barata, filmagem rápida. Mas para que tudo não morresse na praia, seria preciso chegar às plateias populares, com um lançamento adequado, que transformasse a possibilidade em realidade. Aí é que essa nossa história fica mais interessante.



ACERVO FUNARTE

Estamos ocupando espaço:



Recorde absoluto de público
 de Manaus a Porto Alegre,
 "A DAMA DO LOTAÇÃO" é comprovadamente
 o maior sucesso de lançamento
 já ocorrido no Brasil: 32 milhões
 de cruzeiros e mais de 2 milhões de
 espectadores em apenas duas semanas (*).
 Fique por dentro deste fenômeno:
 Sonia Braga, "A DAMA DO LOTAÇÃO",
 espera por você nos 80 melhores
 cinemas do Brasil.
 Um filme de Neville D'Almeida
 de uma história de Nelson Rodrigues.

© 1975 EMBRAFILME S.A.

a casa é nossa.

EMBRAFILME
 INSTITUTO BRASILEIRO DE FILMES S.A.



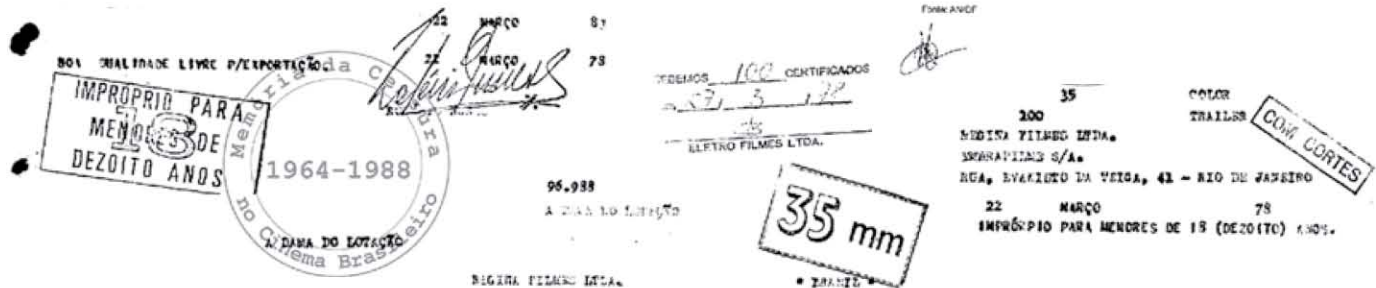
ANTÔNIO GUERRERO

Façamos uma rápida análise do *ranking* da produção nacional para nos situarmos melhor. Nos três anos anteriores a 1978, quando estreou *A dama*, os campeões de audiência estavam bem definidos como cinema de gênero. Se ficarmos apenas nos cinco primeiros lugares de cada ano, o paulista Mazzaropi e o cearense Renato Aragão, ídolos dos gêneros caipira e infantil, somam praticamente a metade (sete) dos 15 títulos. Os outros se dividem entre a comédia erótica (quatro títulos, se incluirmos o campeão *Dona Flor*), o policial carioca (*Lúcio Flávio*), a sátira histórica (*Xica da Silva*), o dramalhão sertanejo (o primeiro *O menino da porteira*) e o melodrama romântico (*O casal*, outro com La Braga). Algo a registrar é o surgimento de uma produção de qualidade, estimulada pela Embrafilme, criada pelo governo militar em 1969 e dirigida, a partir de 1974, pelo cineasta Roberto Farias. São os novos filmes de Bruno Barreto, Hector Babenco e Carlos Diegues competindo em pé de igualdade com os veteranos Mazzaropi, J. B. Tanko e Massaini, sobreviventes dos anos 1950, já perto da exaustão.

Para levar ao público os filmes que produzia, a empresa investiu maciçamente em sua distribuidora, a partir de 1975 vinculada à Sucom (Superintendência de Comercialização). No seu comando estava Gustavo Dahl, segundo suas próprias palavras, nomeado para "cuidar dos filmes difíceis". Crítico de cinema, discípulo de Paulo Emílio, estudante no Centro Sperimentale de Roma, participante ativo do Cinema Novo, duas Coruja de Ouro como montador, diretor de dois longas bem recebidos pela crítica, porém modestos na bilheteria – nada no seu currículo previa o menor sucesso no ramo da comercialização de filmes. No entanto, reuniu e comandou uma equipe de profissionais que mudou a história da distribuição dos filmes brasileiros. Seu braço direito, Marco Aurélio Marcondes, hoje distribuidor, tinha na época apenas 28 anos e vinha do movimento cineclubista. Outros vinham de distribuidoras estrangeiras (Sebastião Martinez, Jorge Correia), da administração de empresas (Rodrigo Saturnino Braga, hoje diretor geral da Columbia TriStar Buena Vista Filmes do Brasil, entrou como estagiário), ou do jornalismo (Hélio Contreiras, José Antonio Pinheiro e o autor deste artigo).

Quando Neville começou a *Dama* com a dobradinha Nelson/Sonia, a Sucom já ficou interessada. Depois da exibição da primeira cópia, houve a constatação de que havia um produto de muitas possibilidades comerciais. Mas que talvez tivesse fôlego curto, o que recomendava um lançamento simultâneo no maior número de salas possível. Temia-se a censura, que podia interromper subitamente a carreira de um filme. Decidiu-se então pelo lançamento nacional simultâneo. Com 86 cópias, quando *Dona Flor* e *Xica da Silva* tinham tido apenas 40.

Primeiro foi montado um circuito ideal com salas escolhidas pela sua ocupação média, distribuídas nas cidades do país com maior número de espectadores. Um lançamento nacional sacudia a "harmonia" dos velhos grupos exibidores, que dividiam o mercado em dois territórios: um do Rio de Janeiro para cima, outro do Rio para baixo. Em São Paulo, o poderoso Florentino Llorente, lançador de *Dona Flor*, dono do Ypiranga, uma das grandes salas populares do Centro, por falta de data, perdeu o filme para o grupo rival Sul Paulista, dono do cine Marabá. No Rio, foi preferida uma composição com Severiano Ribeiro a outra com Livio Bruni, que havia lançado *Lúcio Flávio* com muito sucesso. Grupos antes refratários ao filme nacional começaram a se aproximar.



Outra novidade dos anos 1970 foi a mídia na TV. A Tupi, já sob intervenção do Condomínio Acionário, em plena decadência, nem honrava mais os seus contratos. Os comerciais do filme foram permutados pelo valor da dívida. No caso da Globo, a emissora em ascensão, foram compradas (a prazo) 180 inserções. O preço foi caro, porém dividido pelo número de cópias, considerado razoável. Mas o orçamento da campanha publicitária foi muito superior ao de qualquer outro filme da distribuidora.

As peças de propaganda receberam uma atenção particular. O cartaz, de autoria de Lielzo Azambuja sobre uma magnífica foto de Antonio Guerreiro, buscou um clima meio *Bus stop*, uma Marilyn Monroe tropical. Tudo nos tons vermelhos do vestido, do batom, do logotipo do ponto de ônibus. Uma pressão cerrada na imprensa conseguiu capas de revista, matérias de primeira página, entrevistas na televisão e no rádio, de forma avassaladora e muito competente. A agressividade da campanha, algo também inédito em nossa cinematografia, culminou num grande *outdoor*, também fotografado por Guerreiro, colocado em pontos estratégicos das principais cidades do país.

No final de fevereiro, faltando 40 dias para a estreia, a Censura Federal ordenou cinco cortes. “Devem ser eliminadas todas as tomadas contidas nas cenas do 1º e 4º rolo (cenas de violentação sexual e de relacionamento íntimo na cachoeira), que mostram casais nus em relacionamento sexual, bem como detalhes do ato e as exposições de pelos pubianos” diz o parecer. Aconteceu então um daqueles fatos antigamente tão comuns no Brasil cordial. Nelson Pereira dos Santos tinha um excelente relacionamento pessoal com João Paulo dos Reis Veloso, o Ministro do Planejamento do governo de Ernesto Geisel, o general da abertura. Depois de uma série de telefonemas, foi organizada uma sessão especial para autoridades e funcionários do governo. E assim o filme conseguiu escapar com um número de cortes bem menor.

A estreia, em 17 abril, foi arrasadora, batendo todos os recordes de frequência e bilheteria. Foi montado um plantão de renda 24 horas, para recolher os borderôs dos cinemas, que, lembremos, eram ditados pelo telefone, pois não existiam ainda nem fax nem internet. Dois milhões de espectadores na primeira semana. Na segunda semana as 86 cópias foram ampliadas para 100. Um autêntico arrasa-quarteirão. Neville conta ter sido abordado por alguém que não conhecia, agradecendo a ele ter ganho tanto dinheiro. Era um dos sócios da produção. Nelson Rodrigues, na época às voltas com advogados caríssimos que defendiam seu filho Nelsinho, preso por terrorismo, não saía da Embrafilme, fascinado com os números, que aumentavam a cada instante.

Confirmando a tese de que a ocupação das salas é também um ato político, a Embrafilme publicou anúncio na imprensa onde tripudiava sobre os grandes *blockbusters* de Hollywood. O texto é primoroso no seu atrevimento: “Esta Dama acaba de derrotar o King Kong, superar o Tubarão e vencer A guerra nas estrelas”. E para arrematar: “Estamos ocupando o espaço: a casa é nossa.” Outros tempos, onde a vontade política se transformava em fatos concretos, e os sonhos tinham a possibilidade de virar realidade.

