

CULTURA, MERCADO, DIAS ATUAIS

DOSSIÊ
GUSTAVO
DAHL

Quando Gustavo Dahl formulou nos anos 70 o famoso axioma “mercado é cultura” lançou uma ponte entre pensamentos e movimentos antes apartados no âmbito da produção cultural. Ponte que seria atravessada nas duas direções, ou seja, seus sinais foram lidos e interpretados de formas completamente distintas após o momento Embrafilme. Quando foi lançada não como tese mas como diretriz política, produziu resultados importantes que seriam difíceis de visualizar hoje. Porém, o contexto atual de ascensão e “descoberta” das classes C e D e de conflitos entre o que seriam as dimensões culturais e econômica do cinema nacional torna a reflexão atraente e necessária. Hoje, no contexto digital e de uma democracia de quase 200 milhões de habitantes, onde aproximadamente apenas 15% da população frequenta salas de cinema, vale a pergunta: qual seria o sentido do axioma de Dahl em dias atuais?

Em primeiro lugar, deveríamos evitar a armadilha de depreender o sentido inverso da frase, algo como: “cultura é mercado”. A diferença gramatical não é sutil, porque dizer que “casa é verde” não é o mesmo que dizer que “verde é casa”. Parece-me claramente implícita na frase original a compreensão de que a cultura é uma esfera mais ampla que o mercado, logo irredutível a ele. A novidade está em reconhecer que, no mercado, a circulação da cultura tem parte de seu destino definido, logo é preciso atuar sobre ele, para conter a força avassaladora das estruturas economicamente consolidadas sobre aquelas que estão em fase de consolidação, ou em fases anteriores ainda mais delicadas de constituição como fluxos culturais informais.

A frase, nos anos 1970, enunciava assim um raciocínio lúcido sobre o papel do Estado, mais que uma ontologia dos dois termos. O axioma, quando formulado, estava endereçado para a ótica da atuação governamental, mais que para a ótica do produtor ou dos cineastas. Entretanto, seu impacto sobre os filmes da época é bastante evidente.

Nos anos 70, a frase surgia num momento de intensa efervescência intelectual e estética do cinema brasileiro. Lá, a questão emergia oportunamente para discutir e atualizar as diversas formas de gestão e de representação que poderiam reconquistar um público que o primeiro Cinema Novo não alcançava pelo que se avaliava como “hermetismo”. Apesar de viver um período autoritário e de censura, paradoxalmente o Brasil produzia uma variedade de filmes extraordinária, filmes qualificados de grande público, médio público, e público reduzido. E as propostas estéticas vinham acompanhadas de uma política cinematográfica integrada. Os ciclos “Jorge Amado”, “Roberto Carlos” e “Nelson Rodrigues”, os filmes históricos e os filmes policiais ou dramas sociais consolidaram uma importância enorme. Na mesma época, em paralelo, um cinema independente, sem concessões intelectuais, com projetos estéticos radicais e contundentes manteve a força que já manifestava dez anos antes, na esfera dos documentários ou do cinema marginal. Como essa convivência foi possível? Mais tarde filmes adolescentes e infantis, com o universo do surfe ou com as aventuras dos Trapalhões, completaram um repertório versátil e flexível que abraçava mais que um terço da audiência.

O movimento da frase de Dahl vinha na direção de coroar a força simbólica do cinema moderno brasileiro com uma necessária astúcia econômica. Em que pese o alijamento e escanteamento de movimentos paralelos relevantes, como o cinema da Boca, e o sufocamento de produtores independentes na rabeira do crescimento da própria Embrafilme, que não foi percebido à época como fenômeno complementar – mas estigmatizado como concorrencial –, o movimento geral buscado era de convergência. Convergência entre uma visão forte no plano cultural e uma visão consistente no plano da estratégia de luta por inserção social mais ampla. A força da Embrafilme baseou-se no fato de que eram as mesmas instâncias que pensavam as dimensões cultural e econômica do cinema.

ambiente de discussão, crítica e diálogo. Não apenas dentro do cinema, mas do cinema com outras esferas. É certamente um desafio transponível integrar estas dimensões com critérios de desconcentração e transparência. Os mecanismos de controle e diálogo, de simplificação do Estado estão mais desenvolvidos que há 40 anos. As demandas de participação e democracia direta também, e tudo indica – e essa é uma boa notícia – que não há retorno a partir daqui. O momento é também oportuno porque a emergência das redes sociais não derrotou apenas as autocracias do norte da África, mas também os modelos de negócio tradicionais e de administração dos assuntos culturais do norte do hemisfério. O estado de perplexidade e reatividade ainda não foi substituído por outro de inovação e reinvenção. Há um vazio de definições

Os mecanismos de controle e diálogo, de simplificação do Estado estão mais desenvolvidos que há 40 anos. As demandas de participação e democracia direta também, e tudo indica – e essa é uma boa notícia – que não há retorno a partir daqui.

Hoje, as circunstâncias levaram o cinema brasileiro a se organizar de outra forma. Há os que se autodenominam ou são denominados de segmento econômico e outros que se autodenominam ou são denominados de segmento cultural. Por isso mesmo, uma eventual aplicação da frase de Dahl aos dias de hoje deveria ser, no meu entender, o mesmo. A interpretação, hoje, deveria recuperar a lógica abrangente e não dicotômica. Em que pese o ritual do cinema ser hoje muito diferente dos anos 70 – no plano técnico, dos roteiros, nos públicos que frequentam, na lógica promocional e cultural mais ampla – no plano de uma gestão estratégica, as questões culturais, tecnológicas e econômicas não podem ser pensadas e planejadas em separado. A sua gestão deve ser integrada, como forma de compreender o cinema como um sistema complexo e dinâmico que depende de todas as suas dimensões para se desenvolver. Das escolas de cinema a um robusto sistema de coprodução internacional. Dos curtas aos longos. Todos os segmentos deveriam estar contribuindo para um genuíno sistema de inovação. Partes que devem ser estimuladas a interagir e compartilhar espaços. Esta é uma das razões que torna fundamental e central um

e de reformulação jurídica. Uma excelente oportunidade para redefinir geopoliticamente o lugar cultural do Brasil no mundo, se a sociedade e o Estado brasileiros em seu conjunto entenderem que esse é seu papel.

A essas duas dimensões, deve-se articular uma terceira, a social, sem a qual estas duas enfrentam os limites da exclusão cultural de milhões de brasileiros, mantendo assim o muro acintoso que separa os que frequentam cinema e os que não frequentam. Não apenas cinema, mas outros equipamentos culturais. Sem a derrubada deste muro, o entrenchamento do cinema nacional condena-o a girar em falso sem encontrar oxigênio para revigorar-se. Não se trata de encontrar “o público” como se este fosse uma entidade abstrata, mas de encontrar a sociedade brasileira em sua complexidade, diversidade, conflitos internos, demandas existenciais e enorme dinamismo. A política cinematográfica deve colocar em segundo plano seu DNA corporativista para aliar-se com políticas públicas mais amplas que tenham foco no acesso, na expansão do circuito exibidor (como hoje busca a Ancine) e na continuidade



de projetos como o Mais Cultura, Pontos de Cultura, Vale Cultura e outros que venham a ser criados. Estas políticas devem consolidar-se então como políticas de Estado, em conquistas definitivas da sociedade.

No caso do cinema autoral ou independente, ou de conteúdos que inovam na busca de formatos para TV a cabo, internet, e outras mídias, será um grave erro imaginar que seu destino natural é o circuito restrito de festivais. Com a convergência tecnológica, a dinâmica da cauda longa e a aprovação do PLC 116, as demandas para os conteúdos estigmatizados como alternativos tornam-se cada dia maiores. O desafio é formatar circuitos e empacotamento coerentes com novos conteúdos e novos públicos, que se

A constituição aqui de uma inteligência nas distribuidoras, semelhante à que constituiu o Estado na época da Embrafilme, é um desafio não contornado. Deve-se atentar para a importância da pluralidade e renovação de gêneros, para a sua articulação com a vitalidade cultural da música brasileira (bem-sucedida, sempre que ocorre), com a necessária fundamentação em pesquisas, e para capacidade de renovação e articulação com novos públicos. É preciso caminhar até o outro lado do muro e verificar o que desejam espectadores que não têm tradição de se relacionar com o filme brasileiro. Nessa direção, há muito a fazer no investimento maciço em desenvolvimento e pesquisa, valorizando aqui as partes criativas do processo, hoje o elo frágil. Tal valorização dos criativos como protagonistas é perfeitamente compatível

É no próximo ciclo, ainda não definido, que a condição estrutural de um país produtor de conteúdo audiovisual em língua portuguesa pode reservar um outro patamar de atuação e influência.

tornam sujeitos culturais com demandas subjetivas que não foram até aqui percebidas como legítimas e assim atendidas. No caso mais específico das formas tradicionais de distribuição, seria necessário compreender e desenvolver o enorme potencial de um circuito de arte e ensaio, que é também, embora não apenas, um poderoso segmento econômico ocupado hoje por empresas estrangeiras ciosas de seu domínio nesse campo. Aqui deve ser claramente afirmada a vitalidade do cinema moderno brasileiro como condição indispensável do dinamismo cultural não apenas desse circuito, porque ele acaba por transcender e qualificar indiretamente os projetos de outras áreas da cultura e, por mais paradoxal que possa parecer, dos próprios projetos formatados para as massas.

No caso dos filmes de gênero, o Brasil tem grandes desafios na construção de ciclos e gêneros. Alógica de produção “por projetos” preponderante da retomada até aqui tende a ir na contramão do tipo de acúmulo e senso de planejamento necessários para alimentar e estabelecer um gênero cinematográfico. Não por acaso, a transplantação de modelos bem sucedidos na TV se tornou uma opção econômica à mão.

com o novo papel dos produtores, que devem emergir decisivamente para configurar um novo modelo de produção cinematográfica no Brasil. Aqui é preciso compreender o roteiro não como certeza do filme, mas como filtragem necessária, decantação. Mas para isso, o Estado deve investir nas etapas de criação e pesquisa – nos formatos mais diversos – um volume que tornasse possível uma relação número de roteiros/ número de filmes realizados maior do que existe hoje. Ao mesmo tempo, a coprodução internacional pode significar intercâmbio tecnológico e parceria cultural mais profunda, identificando e transplantando os conhecimentos que são necessários imediatamente. Ao mesmo tempo em que os parceiros da área tecnológica podem ser recrutados e instados a pensar o que será o audiovisual/cinema não daqui a três anos, mas daqui a 20 anos. É no próximo ciclo, ainda não definido, que a condição estrutural de um país produtor de conteúdo audiovisual em língua portuguesa pode reservar um outro patamar de atuação e influência.

Para o produtor restam tarefas criativas igualmente relevantes: se faz necessário compreender culturalmente os segmentos hoje excluídos do acesso cinematográfico, para

dialogar com novos valores, sentimentos e perspectivas culturais da sociedade brasileira, que vive hoje intenso dinamismo e transformação. Esta compreensão deve basear-se cada vez mais em investimento nesse mapeamento. Desta forma, estas transformações poderiam ter no cinema um campo de compreensão e antecipação. A mera transplantação de formatos bem sucedidos na televisão pode cumprir uma etapa efêmera, e assim com grandes riscos para o investimento de longo prazo.

A questão faz todo sentido se o Estado é o personagem principal do estímulo ao desenvolvimento do setor – como foi, é, e será por algum tempo – e se o mercado é regulado para que não permaneçam monopólios e distorções.

ou onipresente e centralizador, que termina por esmagar os agentes que outrora estimulou.

O Estado tem que se preparar para estimular e dialogar com agentes estratégicos fora dele, sem, porém, desidratá-lo. Se é desidratado passa a ser gerido por grupos de interesse, sejam eles quais forem. E participar das decisões, agregando inteligência e conteúdo. Uma visão atualizada sobre “mercado é cultura” afirmaria o enfoque internacional e geopolítico como premissa básica de qualquer desenvolvimento. E também a de que o Estado é ente decisivo, se democrático e eficiente. Esses consensos são difíceis, basta ver o exemplo inglês, onde o governo hoje desmonta a UK, agência criada por Tony Blair e que David Cameron

“sobra para os cinemas nacionais a defesa de uma parcela do seu próprio mercado interno, que seja suficiente para viabilizá-los, bem como uma aliança estratégica e tática entre si”

A formulação proposta por Dahl ganha assim sua conotação contemporânea. A questão deve entrar em pauta, pois do ponto de vista orçamentário, o investimento no cinema brasileiro hoje é maior que nos anos 70. Houve muito crescimento do orçamento no governo Lula. Há mais recursos, e uma variedade maior de mecanismos à disposição. Etapas foram superadas. Há um inédito investimento nas distribuidoras nacionais para organizar um campo forte nesse sentido. Ao contrário do período Embrafilme, não vivemos na polarização e tensão do período autoritário, mas na confusão trepidante da democracia. As possibilidades hoje seriam em tese maiores para avançar no desenho dessa integração. E não resta dúvida que o rendimento geral seria outro se estas dimensões interagissem, e se houvesse essa capacidade de planejar. E não se trata de regredir a uma visão do nacional e do popular que não perceba nossa profunda interligação global, o dinamismo da língua portuguesa, o novo papel político do Brasil no mundo, a necessidade urgente de integração latina e de parcerias com a África e Brics. Ou que não perceba a maior necessidade de democracia interna, de equilíbrio entre as regiões brasileiras e de investimento em cidades de médio e pequeno porte. Nem um retorno à ideia do Estado ausente,

suprime do arcabouço institucional. Com corte de gastos, crise econômica, a única blindagem para a área cultural é a construção de amplos consensos políticos.

No plano doméstico, para a maior racionalidade e eficiência do recurso público investido, seja de renúncia ou direto dos fundos públicos, deve-se fortalecer a capacidade de planejamento das instâncias públicas e privadas, sua maior coordenação, e a superação progressiva da lógica randômica de projetos. Para isso, um ciclo de afirmação política da agenda cultural deve ganhar contornos institucionais e consensuais mais amplos.

Quarenta anos depois, mesmo sem precisar circular pelos analógicos correios do século XX, ainda “sobra para os cinemas nacionais a defesa de uma parcela do seu próprio mercado interno, que seja suficiente para viabilizá-los, bem como uma aliança estratégica e tática entre si”, como disse Dahl no seu belo discurso de abertura do III Congresso Brasileiro de Cinema.

Alfredo Manevy, 34, doutor em audiovisual pela USP. Professor da Universidade Federal de Santa Catarina. Foi Secretário de Políticas Culturais e Secretário Executivo do MinC do governo Luiz Inácio Lula da Silva (2006-2010).