

Cinema Novo - Brasil

autor

tit.

CINEMA NÔVO E ESTRUTURAS ECONÔMICAS TRADICIONAIS

index.

GUSTAVO DAHL

Este trabalho, antes de ser um relatório técnico — e nos faltariam condições para tanto — é uma tentativa de colocação da problemática do cinema brasileiro. Parte do princípio de que esta maravilhosa alquimia, pela qual alguns visionários transformam prejuízos financeiros em altas manifestações da cultura brasileira, tornou-se insustentável. Daí uma certa dureza, uma certa crueza. Mas, sem elas, como proceder àquela constatação da realidade necessariamente anterior a qualquer pensamento e a qualquer ação?

SITUAÇÃO MUNDIAL

Há quinze anos mais ou menos que o cinema vive a maior crise de sua história. E também a mais salutar, a única que o obrigou a enfrentar seu público no momento exato em que este lhe virava as costas. O advento da televisão e o espantoso crescimento, nos países desenvolvidos, da *indústria da evasão*, impediram o cinema de continuar a ser o que sempre fôra: o divertimento das massas fabricado por uma usina de sonhos. A reestruturação econômica provocada pela crise fêz-se lenta mas seguramente. As grandes potências cinematográficas do Ocidente encontraram soluções diferentes para uma mesma crise. Os EUA acabaram com a produção *média*, equidistante do filme classe C e da superprodução, que durante anos foi a parte mais importante

da programação dos grandes estúdios. O filme de baixo custo continuou a ser produzido, destinando-se exclusivamente à televisão, e o restante das disponibilidades foi canalizado para as superproduções, buscando-se inclusive suas origens mais espetaculares, tais como o filme histórico. Uma coisa, porém, ficou clara: um filme que visasse firmemente ao êxito comercial não deixaria de conseguí-lo, desde que possuísse vultosos meios para sua realização. Esta era, entretanto, uma solução local, possível apenas porque os EUA há muito controlam o mercado mundial, indispensável para a cobertura das altas despesas, através de sua vasta rede de distribuição. Na França, a solução encontrada foi outra: se os EUA guardavam para si a produção dos superespetáculos, ela venderia seu bom-gosto e sua inteligência, e garantiria para seus filmes uma porção razoável de seu próprio mercado. Uma nova onda, altamente requintada e intelectualizante, inoculava no cinema francês um vigor comparável àquele conhecido durante a década de 30. A Itália, cuja indústria vinha em crise desde 1927, foi o país que melhor se adaptou aos tempos novos, livre que estava de estruturas arcaicas súbitamente privadas de sua razão de ser. O movimento neo-realista tinha dado ao cinema italiano um imenso prestígio artístico, mas não resolvera sua crise industrial. As primeiras tentativas de resolver a crise vieram através de uma edulcoração dos filmes neo-realistas, mas, com a chegada dos grandes capitais norte-americanos para as coproduções e com a forte disposição do governo de incrementar a indústria cinematográfica através de uma política de financiamentos, prêmios e congelamento de parte dos lucros a serem remetidos ao exterior, o cinema italiano começou a equilibrar-se. A produção foi-se cristalizando em torno do filme de espetáculo — de custo infinitamente menor que seu congênere norte-americano — e do filme de qualidade artística, tipicamente europeu, produzido com recursos muito mais importantes que seus congêneres franceses. Esta combinação de elementos aparentemente contraditórios gerou uma rápida expansão artificial, que logo se transformou num regime de superprodução. Sem dispor do mercado mundial, a indústria italiana acabou por saturar seu mercado nacional e entrou de novo em crise. A indústria francesa, passada a euforia dos primeiros êxitos artísticos da *nouvelle vague*, ainda mais alijada que a italiana do mercado mundial, adiou a crise compensando a queda do número de espectadores com um aumento do preço das entradas.

Por baixo de tudo isso, porém, a crise continuou a pulsar e a nos dar conta de certas verdades irretorquíveis, tais como:

(a) o cinema deixou de ser a arte-diversão das massas para transformar-se na arte-diversão da classe média; (b) o público não vai mais ao cinema, genéricamente, automaticamente; o público vai agora ver um filme preciso, do qual exige precisas qualidades, como arte ou como espetáculo; (c) o público pede dos filmes o que a televisão não lhe dá: fasto, violência, sexo, exotismo, profundidade psicológica, beleza plástica, qualidade artística estratificada; (d) qualquer outra cinematografia que não a norte-americana só pode subsistir na medida em que se apóia em seu mercado interno e dentro dêle reserva para si os meios indispensáveis à sua continuidade; (e) não há mais o sucesso médio: um filme ou vai muito bem ou vai muito mal.

SITUAÇÃO BRASILEIRA

Por ser o Brasil um país subdesenvolvido, seu mercado cinematográfico não acompanhou, em sua maior parte, as mutações do mercado cinematográfico mundial. E enquanto este permanece em crise, o mercado brasileiro continua em ascensão. Tudo, porém, leva a crer que, à medida em que o país fôr abandonando seu *status* subdesenvolvido, passará a enfrentar o mesmo tipo de dificuldades em que se vêm debatendo as indústrias cinematográficas de outros países. Daí a razão — e a importância — da introdução sobre a situação mundial. Se estivermos atentos à evolução da crise mundial, aproveitando o atraso do Brasil em relação à mesma, poderemos encontrar soluções que o eliminem sem que isso acarrete a instalação da crise entre nós. É preciso que, no futuro, ao alçar-se a cinematografia brasileira a um nível industrial, seja evitada a crise, pondo-se em prática as soluções mais sadias que vêm sendo encontradas atualmente pelos outros países.

A decadência da indústria cinematográfica no mundo inteiro, situada em torno do ano de 1950, correspondeu à primeira tentativa de produção industrial de filmes brasileiros, representada pelo aparecimento em São Paulo das companhias Vera Cruz, Maristela e Multifilmes. Sabe-se hoje que, de tôdas as razões responsáveis pelo fracasso dêsse surto industrial — que vão desde a falta de competência até a falta de honestidade —, a maior foi a incompreensão de que a colocação do produto cinematográfico no mercado é inseparável de sua fabricação. No cinema, o capital empregado é devolvido através de uma participação per-

centual no total de ingressos vendidos, e esta devolução é feita através de dois intermediários, o distribuidor e o exibidor: a operação comercial só é completada no momento em que o bilheteiro vende a entrada. Daí a necessidade desta afirmação, que em qualquer outro setor pareceria ridícula. Nesta operação que envolve três setores, o único que investe e arrisca é o produtor. Os outros dois recebem o produto em consignação: o distribuidor pega o filme e o coloca junto ao exibidor; êste o recebe e tenta colocá-lo junto ao público. Da receita, o exibidor retira 5%, e entregando os outros 50% ao distribuidor. Uma comissão de 20 a 30% sobre a parte do produtor (50% da renda) é paga por êste ao distribuidor. Se não houver receita, exibidor e distribuidor perdem apenas o que deixaram de ganhar, enquanto que o produtor perde tudo o que investiu. Compreende-se então que as grandes companhias produtoras mundiais tenham tido sua origem em circuitos de exibição e que sejam as próprias distribuidoras de seus filmes. No Brasil, esta experiência foi tentada por Luís Severiano Ribeiro Jr., que durante anos produziu na Atlântida cerca de quarenta filmes, as célebres *chanchadas*, com excelentes resultados financeiros. Estes filmes viveram do sucesso popular dos comicos e dos cantores de auditório, mas perderam sua razão de ser com o incremento da televisão brasileira — e a Atlântida praticamente parou de produzir. Excetuadas estas duas experiências de produção industrial — fracassada a paulista, superada a carioca —, o cinema brasileiro continuou a viver, como sempre vivera, de produções isoladas, originárias do aventureirismo e do mecenato, que apenas em raríssimos casos compensam financeiramente.

Por outro lado, de uns cinco anos para cá — com a entrada em campo de uma geração que, tendo a vocação do cinema como cultura, não se conformou em permanecer circunscrita nos limites da crítica e do cineclubismo —, tentou-se uma reformulação da trajetória do cinema brasileiro.

Consciente de sua superioridade cultural sobre os cineastas brasileiros que a haviam precedido, esta nova geração começou, já na crítica, a colocar os problemas do cinema nacional nos mesmos termos de exigência com que colocava os do cinema mundial. Com isso, caracterizava-se como incipiente, desenraizada, artisticamente anacrônica e industrialmente mal-formulada, a maior parte do cinema brasileiro. Surgindo no momento em que a *nouvelle vague* derrubava na França as barreiras existentes entre o amador de cinema e o fazedor de cinema, entre o crítico e o rea-

lizador, a nova geração sentiu a possibilidade de ingressar no terreno da realização de filmes. Começando por articular os grupos existentes na Bahia, no Rio de Janeiro e em São Paulo, foram usados todos os meios disponíveis — jornais, suplementos literários, revistas, clubes de cinema e cinematecas — para prestigiar um *Cinema Novo* brasileiro, que até então era uma virtualidade. Com a realização dos primeiros filmes de curta-metragem e o sucesso obtido junto às elites intelectuais, vislumbrou-se a possibilidade de fazer ruir as velhas estruturas do cinema brasileiro, através de um sucesso de estima e do êxito comercial no exterior. Tratava-se de, aproveitando o tradicional complexo de inferioridade brasileiro, liquidar de fora para dentro os vícios artísticos e culturais de nosso cinema. Usando os jovens que estudavam cinema na Europa como agentes de infiltração, os filmes do Cinema Novo obtiveram prêmios em festivais e abriram um crédito de confiança para os novos realizadores. Argumentando que as limitações do mercado brasileiro não comportavam uma produção industrial de filmes, exigindo antes uma artesanal, que favorecia a criação de um *cinema de autor*, lançaram-se à realização de filmes de longa-metragem uns dez ou doze diretores estreantes. Os recursos provinham ainda uma vez do mecenato de particulares, que viam através dêle a possibilidade de ingressarem no mundo mítico do cinema e eventualmente receberem o capital investido através da venda ao exterior. Provinham também, e em quantidade representativa, dessa industrialização do mecenato que o banqueiro José Luís de Magalhães Lins inaugurara como forma de envolvimento político de certos círculos intelectuais. Mas, como os novos realizadores — “*et pour cause*” — se achavam desligados das estruturas tradicionais do mercado brasileiro, nada pôde impedir que se repetisse o erro do surto paulista: a produção de filmes que não tinham garantias de exibição. Ao terminar o filme, os produtores, entre os quais estava em geral também o diretor, viam-se em dificuldades devido à escassa cobertura financeira, e, pressionados pelos altos juros de um capital imobilizado completamente durante seis meses, ou mais, recorriam freqüentemente a adiantamentos do distribuidor e do exibidor para o pagamento das cópias destinadas à exibição comercial. O exibidor usava então desta situação em seu proveito, diminuindo a percentagem do produtor, lançando o filme sem publicidade e cumprindo com êle apenas o prazo mínimo de exibição exigido por lei. A afirmação cultural e o êxito artístico obtido pelos filmes produzidos dentro dessa nova mentalidade não foram suficientes para vencer a pressão dos

exibidores, nem o tradicional estranhamento do público diante do filme *sério* brasileiro. Por outro lado, na boa fé ou na fúria de atrair eventuais produtores, acenando-lhes com a possibilidade do mercado externo, ninguém se preocupou em estudar as condições do mercado mundial antes de produzir os filmes. Os diversos mercados nacionais dos países desenvolvidos, aqueles aos quais o acesso é facilitado pelos festivais, além de estarem bem defendidos contra a penetração do filme estrangeiro, através de severas restrições alfandegárias, estavam também em crise. Os mercados dos países subdesenvolvidos, sobre os quais a falta de informações e de contatos era total — com os agravantes adicionais da descentralização e da distância —, exigiam uma organização de vendas que nenhum produtor brasileiro podia possuir. A ficção da penetração do filme brasileiro de qualidade no mercado externo ruína no contato com a realidade, embora as raras exceções confirmassem a excelência da fórmula. Enquanto isso ocorria, a produção de filmes brasileiros dentro da habitual estrutura semi-industrial continuou a fazer-se, mas em ritmo diminuto. Seus êxitos comerciais, raros mas significativos, serviram para demonstrar que o público brasileiro havia acompanhado as mutações do gosto do público mundial, na procura desenfreada de sexo e violência, que aqui se encontraram sob as formas das peças de Nelson Rodrigues e das aventuras de cangaço.

SITUAÇÃO BRASILEIRA ATUAL

Em fins de 1963, as deficiências econômicas do novo surto de produção já se tinham revelado. A extemporânea concessão de prêmios pelo Estado da Guanabara permitiu que os produtores cariocas, em sua maior parte ligados financeiramente ao Banco Nacional de Minas Gerais, saldassem seus compromissos, e isso possibilitou que o Banco financiasse, em maior ou menor grau, alguns projetos de grande ambição. A continuação do programa de financiamento dependeria da carreira comercial, brasileira e internacional, desses projetos, cessando a partir de então qualquer investimento.

Exatamente no momento em que o cinema brasileiro era representado em Cannes por dois filmes produzidos pelo grupo do Rio, *Deus e o Diabo na Terra do Sol* e *Vidas Secas*, o país passou pela grande transformação política do 1.º de abril de 1964. Após

os primeiros momentos de perplexidade, a tomada de pulso da situação foi alarmante: a pesada carga que o novo governo fez contra o grupo Simonsen impediu que Wallinho Simonsen realizasse um projeto de importação de material da importância de 150 mil dólares, destinando-se o equipamento a uma produtora em formação; a tentativa de aproximação política com o Governo Goulart frustrava qualquer possibilidade de contato com a nova situação, devendo também ser levado em conta o fato de estar Flávio Tambellini novamente forte em sua posição, graças a suas ligações com o Ministro do Planejamento, Roberto Campos; e o governador Carlos Lacerda, com a força que lhe dava sua revolução, passou a tratar os problemas cinematográficos da Guanabara com a suficiência e o ardor que lhe são característicos, começando por adiar até quando lhe aprouvesse a concessão de prêmios e financiamentos. Posteriormente, concedeu, a dez filmes que há quase um ano estavam à espera, o financiamento de um terço do custo de produção e regulamentou a concessão de um prêmio adicional de 15% sobre a renda bruta dos filmes produzidos na Guanabara, bem como os financiamentos futuros. Nem o adicional foi pago, nem os financiamentos concedidos dentro dos prazos previstos. Em compensação, ainda fora dos prazos previstos, foram concedidos prêmios aos filmes exibidos durante 1964, dentro de um critério que reflete uma ignorância exemplar de cinema, tanto como indústria como quanto arte. A premiação referente a 1965, feita no apagar das luzes do Governo Carlos Lacerda, com Rafael de Almeida Magalhães no posto de comando, graças ao prestígio e à competência do crítico Antônio Meniz Vianna e de David Eulálio Neves, aproximou-se de critérios mais válidos e objetivos. Contudo, a situação peculiar do Governo Negrão de Lima mantém em suspenso a possibilidade de continuação do trabalho que as administrações anteriores da CAIC desenvolveram, alegando dificuldades financeiras.

Em São Paulo, o único fator de importância foi a aproximação do diretor-produtor Válder Hugo Khouri da direção da Vera Cruz. Tendo coproduzido com ela um filme exibido em São Paulo com grande sucesso, *A Noite Vazia*, Khouri convenceu a direção da Vera Cruz a ativar seu equipamento, cedendo-o dentro do regime de participação na produção. A experiência por enquanto está limitada, devido à atual dificuldade de encontrar o capital propriamente dito. Uma ilusória visão do alcance das medidas de incremento tomadas pelo Governo da Guanabara em relação ao cinema serviu para levantar um movimento que reivindicava da Prefeitura de São Paulo uma série de medidas semelhan-

tes. A única medida realmente importante que poderia ser tomada é o estabelecimento de uma reciprocidade na atribuição do prêmio adicional de 15%, há vários anos existente em São Paulo, para os filmes produzidos numa e noutra cidade. Com isso, ter-se-ia aumentado artificialmente em cerca de 50% a renda dos filmes brasileiros. O empecilho principal à consecução dessa medida, além dos habituais problemas de ordem burocrática, reside no fato de que em São Paulo a dotação para o pagamento dos prêmios provém de um adicional de Cr\$ 1,00 (um cruzeiro) por entrada, que permanece invariável desde seu estabelecimento, há dez anos. Há presentemente em São Paulo uma tentativa no sentido de estabelecer o recolhimento desse adicional através de uma percentagem sobre a entrada, como é feito no Rio.

No plano da legislação, à parte as medidas burocráticas empreendidas por Flávio Tambellini à testa do GEICINE, há que salientar a ação levada a cabo pelo Sindicato Nacional da Indústria Cinematográfica, em colaboração com as divisões de diversões públicas do Rio e de São Paulo, na exigência do cumprimento do decreto federal que obriga o exibidor a programar filmes brasileiros durante quatorze dias por trimestre. Este decreto, embora existisse há vários anos, era sistematicamente burlado pelos exibidores, com a conivência do Sindicato, então controlado por Luís Severiano Ribeiro Jr., por meio da expedição de um atestado liberatório que os desobrigava do cumprimento da lei por falta de filmes nacionais inéditos. Baseados na imprecisão do termo *inédito* no texto do decreto, os exibidores do Rio e de São Paulo trataram de impetrar mandado de segurança, obtendo em ambas as cidades liminares que sustaram temporariamente seu cumprimento, argumentando ser o mesmo prejudicial para o próprio cinema brasileiro, pois o desprestigia através da imposição ao público de filmes de qualidade inferior.

ANOMALIAS DO MERCADO BRASILEIRO

A falácia dos exibidores — bem conhecido que é seu zelo pelos destinos do cinema brasileiro — coloca-nos diante do problema maior do cinema nacional, que é a luta dos exibidores brasileiros e das distribuidoras estrangeiras, de um lado, contra os produtores e distribuidores brasileiros, do outro. Nosso mercado cinematográfico tem sido tradicionalmente dominado pelas com-

panhias distribuidoras estrangeiras, norte-americanas sobretudo. Devido às condições extremamente convenientes à entrada de filmes estrangeiros para a exploração comercial — representadas sobretudo pelas ínfimas taxas alfandegárias, invariáveis há quase trinta anos; pela facilidade da remessa de lucros; pela inexistência da correspondente obrigação de importação, mínima que fôsse, de filmes brasileiros pelos países que nos fornecem seus filmes —, nosso mercado apresenta-se como particularmente vantajoso. Além do mais, a alta taxa de crescimento da população garante para os próximos anos uma expansão do mercado, ao mesmo tempo que o subdesenvolvimento o protege das investidas da televisão. Devido a tôdas estas razões, o afluxo de filmes estrangeiros é enorme (entre 500 e 600 filmes *novos* por ano, não se contando as reapresentações), resultando que o Brasil consome a mesma quantidades de filmes, e às vêzes até mais, cifras que mercados bem mais importantes, como o norte-americano, o italiano, o alemão, o francês, o inglês, etc. não chegaram a atingir. Este mercado saturado encontra dificuldades mesmo em absorver os trinta filmes anuais da produção brasileira. Provindo a quase totalidade da renda do exibidor dos filmes estrangeiros, é pois natural que êle defenda os interesses das grandes distribuidoras internacionais, e a elas esteja ligado. A absoluta saturação do mercado faz com que o filme brasileiro só possa afirmar-se em detrimento do filme estrangeiro. Já estando parcial ou totalmente pago através de sua exploração no país de origem e contando, no caso norte-americano, com uma rede mundial de distribuição, o filme estrangeiro tem possibilidades de oferecer ao exibidor condições que o produtor brasileiro, dispondo somente do mercado nacional — saturado, caótico, e de difícil exploração —, não pode assegurar. A consequência dêsse *dumping* é que o exibidor freqüentemente se recusa a pagar os 50% estipulados pela lei como participação do produtor nas entradas, oferecendo 40%, mesmo 30%, e às vêzes até um preço fixo, ínfimo, pela exploração comercial do filme. Se levarmos em conta que da receita do produtor o exibidor desconta 7% para o pagamento da publicidade e o distribuidor sua comissão de 20 a 30%, a parte do produtor acha-se incrivelmente diminuída. Se nos lembrarmos ainda de que o contrôlle da venda das entradas é feito através de borderôs elaborados pelo próprio exibidor, de fiscalização difícil nas grandes capitais e absolutamente impossível no resto do Brasil, sendo a fraude uma prática usual, verificamos que mesmo este mercado precário e hostil não é explorado dentro de suas possibilidades reais. E, se nos lembrarmos de que, em qualquer país

do mundo, o filme é um produto cuja fabricação exige no mínimo seis meses, e cujo capital é devolvido lentamente em um ou dois anos, com os juros altos e um lucro apenas razoável — no Brasil, o lucro tem de cobrir, na melhor das hipóteses, os juros de 4% ao mês sobre o capital empregado —, verificamos que o filme brasileiro existe por aquela mesma misteriosa virtude que faz o besouro condenado pela aerodinâmica voar. Ou então que se nutre do mito que ele próprio gera.

POSSIBILIDADES

O quadro da realidade cinematográfica brasileira, de tão negras tintas, reflete, de um lado, a precariedade de uma indústria cuja estrutura é apenas semi-industrial, cujos capitais são escassos e inseguros, um negócio impregnado de diletantismo, incompetência e aventureirismo em seus empreendimentos, vítima ainda do fracasso de sua primeira tentativa industrial ambiciosa; do outro lado, reflete a dificuldade de afirmação, num país subdesenvolvido, de uma indústria nacional de poucos recursos, entregue à própria sorte na concorrência com o produto estrangeiro.

O fato de a indústria cinematográfica brasileira ter-se mantido sempre afastada das grandes forças econômicas do país privou-a de uma cobertura política indispensável à obtenção de certas medidas governamentais necessárias à sua afirmação. O GEICINE, órgão federal, é uma consequência da persistência de Flávio Tambellini, e nesta personalização encontra-se seu principal limite, tanto como possibilidade de ação quanto como orientação. Não concedendo os meios necessários, os diversos governos — desde o de Jânio Quadros, que nomeou Tambellini — mantiveram o GEICINE na cômoda posição de órgão consultivo, e não executivo, como o nome assegura. Sua tentativa mais importante, a de criar um mercado de capitais através da retenção de 12% dos lucros a serem remetidos ao exterior pelas companhias estrangeiras, que seriam usados em co-produção com os brasileiros, não teve o menor alcance. Algumas companhias estrangeiras preferiram perder esse dinheiro a aplicá-lo na indústria nacional. Outras empreenderam longuíssimas conversações com um ou outro diretor brasileiro, sem chegar, dois anos depois do estabelecimento da medida, a qualquer resultado concreto. Além disso, em carta enviada, há algum tempo atrás, ao governador Carlos Lacerda, a FIAPF

(Fédération Internationale des Associations de Producteurs de Films) pedia a intervenção desse político junto ao Governo Federal, no sentido da derrubada de certas medidas cambiais referentes à entrada de filmes e à remessa de lucros, argumentando também sobre a inutilidade da retenção dos lucros a serem usados em co-produções, devido à pouca disposição dos produtores europeus de se associarem aos produtores brasileiros. Não será pela colaboração com o capital estrangeiro que se afirmará a indústria cinematográfica brasileira. Mas, sim, será indispensável que o Governo Federal lhe volte os olhos e intervenha no mercado no sentido de sua regularização, e na indústria, no sentido de proteção para seu desenvolvimento.

Mais importante que isto, porém, porque mais urgente e mais viável, é a transformação da estrutura semi-industrial do cinema brasileiro numa estrutura verdadeiramente industrial, através da difusão de uma mentalidade empresarial.

O sistema da produção isolada revelou não só sua ineficiência econômica mas também sua impossibilidade de romper as barreiras que mantêm nossa indústria cinematográfica no estiolamento. Produzindo ou participando na produção de um só filme, o produtor independente assume um risco desproporcional em relação às possibilidades de retorno de seu capital. Não participando de etapas importantes da fabricação do filme, como os trabalhos de laboratório e o estúdio de som, e desligado do distribuidor e do exibidor, peças fundamentais em sua venda, o produtor independente perde absolutamente o controle de seu produto e de seu capital. Se o caprichoso sucesso não tiver escolhido seu filme, ele está arruinado e retorna em geral à sua atividade costumeira, encerrando a aventura cinematográfica.

Sem uma cobertura política que obtenha do Governo Federal certas medidas indispensáveis para a indústria cinematográfica, mas sobretudo sem a possibilidade de um financiamento suficientemente forte para enfrentar a inflação, sem a possibilidade de manter um capital em movimento até que ele próprio possa autofinanciar-se, sem a possibilidade de dividir os riscos através da aplicação do capital em vários filmes, sem a possibilidade de importar equipamento de filmagem ou construir ou associar-se a um laboratório e a um estúdio de som, a fim de diminuir os custos de produção, sem participar dos lucros da distribuição e eventualmente da exibição, sem ter esta exibição assegurada em todo o mercado nacional, sem dar atenção, numa política de produção,

aos festivais e à crítica dos países desenvolvidos, sem tentar a penetração no mercado dos países subdesenvolvidos por meios que podem ir da difusão cultural à intrusão no próprio mercado exibidor, e sem tentar criar as condições para que os diretores brasileiros universalizem e apurem sua linguagem através de seu uso freqüente, e em liberdade, qualquer tentativa de fazer cinema no Brasil está votada ao fracasso.



O filme é uma droga, mas o diretor é genial.