



Dossiê Especial

Economia da Cultura, Cinema e Sociedade

II - Dinâmicas Culturais

Projeto selecionado pelo Programa Cultura e Pensamento 2006
Seleção Pública de Projetos Editoriais de Debates em Periódicos Eletrônicos

Anita Simis

Júlia Rebouças

Araci Koepp

Laura Loguercio

Aurélio Michiles

Regina Motta

Enrique Sánchez

Renato Martins

Euclides Mendes

Rosita Loyola

Flávia Seligman

Selda Vale da Costa

José Manuel Moreno

Toby Miller

Patrocínio :



Realização :



Ministério
da Cultura

Co-realização :



Ministério
da Educação

www.eptic.com.br

**Eptic On Line - Dossiê Especial Cultura e Pensamento,
Economia da Cultura, Cinema e Sociedade
Vol. II – Dinâmicas Culturais, dez. 2006**

SUMÁRIO

4. Expediente

6. Apresentação

Entrevista

8. El pensamiento de Octavio Getino; Memoria viva del cine latinoamericano.

José Manuel Moreno

Debate

16. El Cine Latinoamericano: ¿Mercado de Consumo Hollywoodense, o Producción de Pluralidad Cultural?

Enrique Sánchez Ruiz

37. *GILDA* as an industrial object— Recuperating Textual Analysis Through Political Economy

Toby Miller

49. Cinema e Pensamento Brasileiro.

Regina Motta

59. O Cinema na Amazônia e a Amazônia no Cinema.

Selda Vale da Costa

79. Aventura no Mar Dulce.

Aurélio Michiles

92. Cinema e Democracia: rimas e contrastes

Anita Simis

103. A Produção audiovisual brasileira contemporânea e a intertextualidade das mídias: o caso do *Ônibus 174*.

Flávia Seligman e Araci Koepp dos Santos

113. Carlota Joaquina, Referencial de Mercado para a Retomada do Cinema Brasileiro – Estratégias de Produção, distribuição e exibição.

Renato Martins

Crítica

127. *Crime Delicado*, de Beto Brant: cinema brasileiro sem vergonha.

Laura Loguercio Cánepa

134. A Tensão Realista de Lucrecia Martel.

Júlia Rebouças

139. *Volver*: As Mulheres de Almodóvar

Euclides Santos Mendes

Resenha/Nota de Leitura

141. BAUMAN, Zygmunt. Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos.

Rosita C. de Loyola



Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación
Dossiê Especial Cultura e Pensamento, Vol. II – Dinâmicas Culturais, Dec. 2006
www.eptic.com.br

**Eptic On Line - Dossiê Especial Cultura e Pensamento,
Economia da Cultura, Cinema e Sociedade
Vol. II – Dinâmicas Culturais, dec. 2006**

**Economia da Cultura, Cinema e Sociedade
II – Dinâmicas Culturais**

<http://www.eptic.com.br>

ISSN 1518-2487

EXPEDIENTE

Diretor

César Bolaño (UFS - Brasil)

Editor

Valério Cruz Brittos (UNISINOS – Brasil)

Editor do Dossiê

César Bolaño (UFS - Brasil)

Editor assistente do Dossiê

*José Manuel Moreno
(Universidade de Sevilha – Espanha)*

Equipe de edição

*Daniel Brandi, Hugo Pimentel, Luiz Marcos Oliveira
(Universidade Federal de Sergipe - Brasil)*

Equipe de divulgação

*Danielle Azevedo, Rodrigo Garcia
(Universidade Federal de Sergipe - Brasil)*

Director

César Bolaño (UFS - Brasil)

Editor

Valério Cruz Brittos (UNISINOS – Brasil)

Co- editores

Alain Herscovicci (UFES – Brasil)

Francisco Sierra (US – España)

Apoio Técnico

Marcos Vinícius N. G. Castaneda (UFS - Brasil)

Elizabeth Azevêdo Souza (UFS - Brasil)

Hugo de Carvalho Pimentel (UFS - Brasil)

Consejo Editorial

Delia Covi (UNAM - México)

Enrique Bustamante (UCM – España)

Enrique Sánchez Ruiz (UG – México)

Isabel Urioste (Un. Compiègne – Francia)

Jean-Guy Lacroix (Un. de Québec - Canada)

Luis Alfonso Albornoz (Un. Carlos III de Madrid -
España)

Juan Carlos de Miguel (Un. Pais Vasco - España)

Marcio Wohlers de Almeida (UNICAMP - Brasil)

Othon Jambeiro (UFBA - Brasil)

Ramón Zallo (Un. Pais Vasco – España)

Roque Faraone (Um. de la República - Uruguay)

Sergio Caparelli (UFRGS - Brasil)

Abraham Sicsu (Fund. Joaquim Nabuco – Brasil)

Alain Rallet (Univ. Paris - Daphine-Francia)
Alemanha)

Anita Simis (UNESP - Brasil)

Cesare G. Galvan (UFPb - Brasil)

Diego Portales (Univ. del Chile)

Dominique Leroy (Un. Picardie – Francia)

Francisco Rui Cádima (UNL – Portugal)

Gaëtan Tremblay (Un. de Québec - Canada)

Giovandro Marcus Ferreira (UFES - Brasil)

Graham Murdock (Loughbrough Univ. - UK)

Guillermo Mastrini (UBA – Argentina)

Hans - Jürgen Michalski (Univ. Bremen -

Jorge Rubem Bitton Tapia (UNICAMP - Brasil)

Joseph Straubhaar (Univ. Texas - EUA)

Manuel Jose Lopez da Silva (UNL - Portugal)

Marcial Murciano Martinez (UAB – España)

Murilo César Ramos (UnB – Brasil)

Nicholas Garham (Westminster Univ. - UK)

Pedro Jorge Braumann (UNL – Portugal)

Peter Golding (Loughborough Univ. - UK)

Philip R. Schlesinger (Stirling Univ. - UK)

Pierre Fayard (Un. Poitiers – Francia)

Reynaldo R. Ferreira Jr. (UFAL – Brasil)

Apresentação

Os números especiais da Revista Eptic Online, intitulados “Economia da Cultura, Cinema e Sociedade”, têm por objetivo reunir uma quantidade expressiva de acadêmicos e profissionais, num espaço de debate inédito em nosso país, oferecendo diferentes pontos de vista e elementos de análise e crítica que nos sirvam para entender o novo papel do cinema nas nossas sociedades.

A discussão sobre a importância da indústria cinematográfica, tanto econômica como social e cultural, em realidades tão diferenciadas como as dos Estados Unidos, Índia, Coreia, União Europeia, Brasil e América Latina, o desenvolvimento de polos regionais de cinema, ou as políticas nacionais de comunicação, é importante para fundamentar e favorecer a implantação de novas medidas de apoio e proteção para nossa cinematografia.

Este segundo número do dossiê, intitulado “Dinâmicas Culturais”, inclui uma entrevista com o cineasta e intelectual argentino Octavio Getino, feita por José Manuel Moreno, e artigos de Enrique Sánchez Ruiz, Selda Vale da Costa, Regina Motta, Aurélio Michiles, Renato Martins, Flávia Seligman e Araci Koepp dos Santos.

No artigo *El Cine Latinoamericano: ¿Mercado de Consumo Hollywoodense, o Producción de Pluralidad Cultural?*, Enrique Sánchez Ruiz faz uma análise do predomínio internacional do cinema estadunidense através de hipóteses baseadas no que o autor denomina de “corte histórico-estrutural”. Em seguida, descreve a situação do cinema latino-americano e defende a necessidade de políticas públicas para a produção audiovisual nestes países.

Cinema e Pensamento Brasileiro, artigo de autoria de Regina Motta, reflete sobre alguns aspectos do registro do pensamento brasileiro impresso nos filmes, artigos e manifestos do movimento Cinema Novo, da década de 60. A autora defende que através da elaboração estética voltada para manifestações artísticas populares, esse pensamento retrata e documenta as questões nacionais, sobretudo na sua dimensão cultural e social.

No texto de Selda Vale da Costa, intitulado *O Cinema na Amazônia e a Amazônia no Cinema*, pode-se conhecer e viajar na história do cine amazonense e na imagem que ele criou

daquela região em suas diversas fases, desde a sua chegada em 1897 – com os pioneiros Silvino Santos, Thomaz Reis, Roquette-Pinto, Levis-Strauss, Noel Nutels e Heinz Fothmasn – até os dias atuais, com os cineastas do vídeo nas aldeias – como Vicent Carelli, Dominique Gallois, Vírginia Valadão e Kasiripiña Waiãpi –, passando pelas corajosas e denunciadoras filmagens de Jorge Bodansky, Murilo Santos, Hermano Penna e Aurélio Michiles.

O próprio Michiles, em *Aventura no Mar Dulce*, um artigo que também pode ser considerado um diário, fala sobre sua experiência de filmar na região amazônica entre junho de 2004 e novembro de 2005. Sem dúvida, um maravilhoso investigar labiríntico entre rios e igarapés do lugar que o autor diz trazer como uma pele.

Flávia Seligman e Araci Koepp dos Santos, no artigo *A produção audiovisual brasileira contemporânea e a intertextualidade das mídias: o caso ônibus 174*, debatem a recente retomada do cinema brasileiro e a sua ligação com a indústria da televisão. As autoras fazem um levantamento da produção cinematográfica da Globo Filmes e analisam a intertextualidade de suportes e estilos através de uma leitura do filme *Ônibus 174*.

Já no artigo *Carlota Joaquina, Referencial de Mercado para a Retomada do Cinema Brasileiro – Estratégias de Produção, distribuição e exibição*, Renato Martins disserta sobre as estratégias de mercado utilizadas para a retomada da produção cinematográfica brasileira, utilizando como parâmetro aquele que foi o marco deste processo, o filme *Carlota Joaquina*, de Carla Camurati, que em 1995 alcançou um público de 1.286.000 pessoas.

Na sessão de crítica, Laura Loguercio Cánepa analisa o filme *Crime Delicado*, de Beto Brant, e Júlia Rebouças estuda os dois filmes da diretora argentina, Lucrécia Martel: *La Ciénaga* (2001) e *La Niña Santa* (2004). O volume conta ainda com uma resenha de Rosita Loyola sobre o livro de Zygmunt. Bauman, *Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos*.

Agradecemos a colaboração dos autores e das instituições que nos apoiaram. Além do próprio Ministério da Cultura, devemos citar a Fundação de Apoio à Pesquisa e à Extensão, Ministério da Educação, Petrobrás, Rede Nacional de Ensino e Pesquisa e SESC-SP.

El pensamiento de Octavio Getino; Memoria viva del cine latinoamericano.

José Manuel Moreno Domínguez

El mundo del cine ha estado siempre ligado a la vida de Octavio Getino, memoria viva de la evolución de esta industria, ya sea como director y guionista o como investigador y reconocido intelectual. En la faceta profesional destacó durante los años sesenta y setenta cuando co-dirigió junto a Pino Solanas la afamada película argentina “La hora de los hornos” (1968) y fundó junto a otros destacados cineastas el Grupo Cine Liberación. A partir de los años ochenta centró su actividad en estudiar el campo del audiovisual en América Latina, donde dirigió con el apoyo de la Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano la investigación *El impacto del video en el espacio audiovisual latinoamericano* (1987-88).

Ya más recientemente ha coordinado un estudio sobre el impacto de las industrias culturales en la economía de los países del MERCOSUR, que fue aprobado por los Ministros de Cultura de la región. Además, ha publicado numerosos trabajos sobre cine, cultura y televisión en América Latina y Argentina y actualmente coordina el Observatorio de Industrias Culturales de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Algunos de estos datos y sus palabras nos hacen sentirnos orgullosos y agradecidos por el hecho de haber aceptado participar con su mejor predisposición en esta entrevista.

JMM: Según su propia experiencia, ¿Cómo cambia la forma de ver el cine según se mire desde los ojos de un profesional o desde los de un investigador del tema?

OG: La visión del cine desde el profesional, sea este empresario, autor o técnico, suele estar circunscripta al campo específico del sector, variando entre la preocupación por el financiamiento de las propias producciones, la resolución técnica durante la realización o la gimnasia creativa y poética en el diseño y en la construcción de cada película. El profesional suele estar inserto, como sucede en muchos otros territorios de la cultura, en una especie de campo, no ya intelectual, sino cinematográfico, transitando en el interior de sus propias lógicas y relaciones –crítica, festivales, academias, mercados, competencias profesionales, etc.- y ello le dificulta o le impide ver con

suficiente claridad las relaciones de dicho campo con el exterior del mismo, es decir, con la sociedad y su historia, precisamente con las circunstancias de las cuales se nutren las obras y a las cuales éstas deben estar encaminadas.

No es esta una regla general para todos los profesionales –existen algunos que nunca pierden de vista esas circunstancias- pero convengamos que ella incide bastante en la formación y en las prácticas concretas de los mismos. Resulta bastante difícil tomar distancia y evaluar críticamente el conjunto del propio campo de trabajo. Y si ello se lleva a cabo, no es gracias al trabajo profesional en el sector, sino, inclusive, pese a él. En cambio, el investigador opera con datos lo más confiables posibles de la realidad sobre la cual trabaja, los procesa intelectual y científicamente, y es su preocupación relacionar unos con otros para extraer algunas hipótesis o conclusiones. Mientras que el profesional desarrolla su trabajo como si lo concibiera en un primer plano o en un plano medio, el investigador mueve el zoom de su visión y oscila la misma entre un *close up* y un plano general, panea sobre el territorio que está observando, y apunta a extraer, de manera racional y muy meditada, conclusiones que sirvan al desarrollo y al mejoramiento del conjunto. Aquí ya no se trata de estudiar la mejor forma de producir o realizar un filme, sino de ampliar la información y el conocimiento de un sector para que dentro del mismo puedan hacerse más y mejores películas.

JMM: ¿Cómo ve actualmente el estado de la industria cinematográfica en el mundo y, en particular, en América Latina?

OG: La industria cinematográfica es en nuestro tiempo apenas un eslabón de la industria audiovisual y al igual que ésta tiene cada vez más relaciones interactivas –tecnológicas, empresariales, contenidos, etc.- con el conjunto de las industrias culturales. Cualquier mirada que se haga sobre el estado de dicha industria, identificará pronto la presencia hegemónica, y a menudo oligopólica, de los grandes conglomerados industriales, financieros y políticos de los Estados Unidos, diseñando e imponiendo sobre la mayor parte del planeta sus políticas y estrategias. Si nos atenemos a lo que ella representa económicamente en el contexto de las industrias audiovisuales (cine, video, TV), durante el año 2000 representó para la nación del norte algo más de 158 mil millones de dólares, el 1,2% del PIB de la economía norteamericana.

Además de los ingresos obtenidos por dichas industrias, se estima que de los 43 mil millones de dólares producto de la actividad de comercialización mundial, un 74% procedió de la industria del cine y un 26% de la venta de programas de ficción televisivos. Por otra parte, si se considera que esta industria es a su vez una industria “industrializante” –a través del propio lenguaje audiovisual se ofertan directa o indirectamente infinidad de consumos, modas y mercancías– puede entenderse la importancia que la misma tiene, como recurso reproductor, para el conjunto de la economía norteamericana. Ello explica, entre otras cosas, el papel de esta industria en la estrategia de dominación mundial por parte de los Estados Unidos y la indeclinable oposición de dicho país a toda política de protección y fomento de parte de cualquier otra nación, sobre su pretensión de construir imágenes propias, aquellas que permitan conocer su identidad y sus imaginarios diversos.

Un ejemplo de esto es la sucesión de desacuerdos que se viene desarrollando en el interior de la Organización Mundial de Comercio y en la mayor parte de los Tratados de Libre Comercio sobre intercambios comerciales en el sector de la cultura, y de manera particular, en el de las industrias audiovisuales. En dicho contexto, América Latina se bate a la defensiva y allí donde no crea barreras de protección para su cine, se pierde la posibilidad de producir imágenes identitarias, o lo que es igual, se afecta cualquier pretensión de desarrollo verdadero y sostenible. Con el agravante de que las nuevas tecnologías audiovisuales crecidas en las últimas décadas en todo el mundo –video, DVD, TV satelital y de pago, video-game, telefónica móvil, etc.- han posibilitado una mayor penetración del audiovisual norteamericano en la vida y en la cultura de nuestras sociedades, a niveles mayores que nunca, con su impacto directo en la formación ciudadana como resultado de un creciente consumo de los contenidos propalados a través de dichos medios.

JMM: ¿Existe una marca latinoamericana en el mundo cinematográfico actual? Y si es así ¿tiene un mercado propio donde difundirse?

OG: Lo “latinoamericano” en materia de cine, es una convención que utilizamos para distinguirnos de otras culturas y cinematografías. Basta recordar que entre el 75% y el 80% de las películas producidas en América Latina desde la aparición del sonido hace 75 años hasta nuestros días, son originarias de sólo tres países de la región (México, Brasil y Argentina). Y aunque en algunos períodos esas cinematografías circularon en la mayor parte de la región y fueron

asumidas culturalmente en muchos países como propias –la excepción fue Brasil que por razones de idioma y de cierto aislamiento y autosuficiencia nacional no participó de esa experiencia– desde hace tres décadas o más, se han visto obligadas a operar fundamentalmente sobre sus propios mercados internos. Estos intercambios han sido sustituidos por los de la televisión – ficción, telenovelas, entretenimiento– cuya presencia en los hogares latinoamericanos supera con creces a la que es propia del cine.

Las dificultades existentes para una mayor circulación de filmes latinoamericanos dentro de la propia región, no son un patrimonio de América Latina y basta observar un panorama semejante, o más agravado aún, en otras regiones del planeta, por ejemplo, la Unión Europea. Responden a carencias de políticas conjuntas en nuestros países que vayan más allá de la firma de algunas declaraciones o convenios formales, y también, a las limitaciones que son propias en la industria cinematográfica, cuyo exponente mayor está dado por la proliferación de pymes y microempresas–de autores/directores que a su vez se desempeñan como productores y distribuidores de sus películas– y la consecuente ausencia de espíritu asociativo para desarrollar proyectos de alto vuelo que tiendan a la construcción de una verdadera industria. Estas limitantes pesan sobremanera en la reducción creciente de los mercados internos de cada país, cuyas demandas, salvo contadas excepciones, se orientan más hacia los productos audiovisuales altamente promocionados y de otras procedencias que hacia los de carácter local. Y pesan aún más, cuando todavía no hemos construido en la región circuitos sustentables de comercialización para los productos latinoamericanos.

JMM: ¿Qué medidas podrían fomentar los organismos públicos para fortalecer el cine latinoamericano?

OG: Cada país debe definir las según sus propias circunstancias internas. Resultaría erróneo querer transplantar mecánicamente las experiencias de un país a otro. Sin embargo, la experiencia regional, los acuerdos y convenios establecidos en distintas oportunidades y la voluntad de fortalecimiento existente en el conjunto de los cineastas latinoamericanos, permiten arriesgar que las medidas a llevarse a cabo no deberían estar destinadas solamente a incrementar la producción de películas, sino a conjugar distintas estrategias y acciones que, junto con elevar los índices de producción, lo hagan también con la calidad de los productos, con la relación de estos con sus

legítimos destinatarios, tanto internos como externos, es decir, con la comercialización local e internacional. Esto supone estrategias de capacitación técnica y profesional para competir en los espacios internacionales; fomento a las inversiones productivas (incentivos fiscales, premios concursables, créditos blandos, subsidios, etc.); protección de los filmes en sus espacios locales (cuotas para salas y televisión); programas asociativos para la exportación y los intercambios dentro y fuera de la región; educación audiovisual para la formación crítica de los nuevos públicos; y también, estudios e investigaciones complementarias que permitan evaluar la situación de la industria y la cultura cinematográfica y anticiparse a los cambios que habrán de producirse en las industrias y en la economía –así como en los contenidos- del sector.

JMM: ¿Considera que dentro de la integración del MERCOSUR o de los acuerdos en el marco de la cooperación iberoamericana se está tomando en consideración de forma relevante el papel de esta industria o de otras áreas de la cultura?

OG: Los proyectos de cooperación –coproducción, codistribución, asistencia técnica, etc.- en el cine iberoamericano son casi tan antiguos como el propio cine. Comenzaron a ser tratados a principios de los años '30, siguieron con numerosos convenios y acuerdos bilaterales, y tuvieron su primera culminación hace casi veinte años, cuando a finales de los '80, la mayor parte de los países de la región firmaron los primeros acuerdos y convenios de Coproducción, Mercado Común e Integración, que dieron vida a la CAACI. Convertidos además en leyes nacionales, tras su ratificación por los congresos y gobiernos de distintos países. Es sin duda un avance, lento, parsimonioso, sujeto a diversos vaivenes, pero avance al fin.

En cuanto al MERCOSUR, convengamos que este proyecto de integración no nació guiado por una afinidad particular con relación al cine o a la cultura, sino por el interés de sectores empresariales para los cuales dichos términos son subalternos, o directamente no cuentan. Ello explica, entre otras cosas, las falencias que aún tiene este proceso de integración. Alguien dijo en Europa, y fue uno de los protagonistas de la integración de ese Continente, que si tuviera que volver a empezar dicho proceso, comenzaría por la cultura. Nadie en el MERCOSUR, o muy pocos, se identificaría con ese criterio. Un mercado responde por naturaleza propia a los mercaderes y no a los intereses de quienes no estén involucrados en los negocios comerciales. Se trataría, entonces, de revertir en alguna medida esa situación, para colocar en un lugar más

prominente el tema de la cultura –no sólo el de los artistas o los creadores- sino de manera principal, el de las industrias culturales, sin cuya existencia, intercambios y procesos asociativos, resultará difícil socializar y democratizar la producción de artistas, creadores y realizadores, entre los cuales aparecen los del sector cinematográfico y audiovisual. Recién en el último quinquenio los ministros y responsables de Cultura del MERCOSUR han comenzado a interesarse por este tema. De ello da cuenta la decisión de investigar la dimensión económica y social de las industrias culturales –por ejemplo, proponiendo la creación de cuentas satélites de cultura en los sistemas de medición económica de cada país- y, por otra parte, la puesta en marcha de la RECAM (Reunión Especializada de Autoridades Cinematográficas y Audiovisuales del MERCOSUR), el proyecto más ambicioso que hasta ahora se ha puesto en marcha en el campo de las industrias culturales y de la cultura mercosureña en general. Vale destacar que en todas estas iniciativas relacionadas con la cooperación iberoamericana o del MERCOSUR para el sector cultura y para el de la industria del cine y el audiovisual estuvo presente desde el comienzo la gestión de los sectores públicos y gubernamentales, más que la del sector privado. Correspondería articular a unos y a otros para promover estrategias y acciones conjuntas, sin las cuales resultará muy difícil instalar en las decisiones del MERCOSUR o en las Cumbres de Jefes de Estado una presencia real y protagónica de los temas de la cultura y del audiovisual.

JMM: ¿Programas como Ibermedia o los acuerdos bilaterales de coproducción están ayudando a crear un mercado más amplio?

OG: Entiendo que el Programa Ibermedia, surgido poco después de los acuerdos de integración de la CAACI y por iniciativa de los Jefes de Estado de Iberoamérica, constituye una de las iniciativas más interesantes para el fomento de la producción de películas, de manera particular, en los países de menor desarrollo. Sin dicho programa no habiéramos asistido a la aparición de numerosos filmes realizados entre directores y pymes en distintos países de la región (Uruguay, Chile, Perú, Bolivia, Cuba, etc., e incluso, en menor medida relativa, películas de Argentina, México y Brasil). A su vez, la estrategia de coproducción parece ser la única, o al menos la principal, que ha comenzado a instalarse en la mayor parte de la región para abrir las posibilidades del financiamiento productivo en otras naciones. Lo cual no es fácil y lleva consigo más de un problema. Pero es una de las pocas vías que han aparecido en los últimos años para la

actividad productiva. Sin embargo, la dificultad mayor no radica tanto en encontrar recursos para producir filmes, aunque ello depende de las circunstancias existentes en cada país, sino en resolver los temas de la distribución y la comercialización de películas a escala interna e internacional. Lo cual no es un asunto puramente económico, sino también político y cultural. Si un filme no trasciende en el público usuario, el déficit excede a lo estrictamente financiero y se proyecta además, sobre su incidencia cultural.

El tema de los mercados es tal vez el más importante en nuestro tiempo y a la vez, el más difícil de encarar, en la medida que no bastan para resolverlo simples convenios o acuerdos formales, sino que se hace necesaria cada vez más una política enérgica para afrontar los desafíos que impone el oligopolio mundial hollywoodense sobre nuestras pantallas. Y la formulación de dicha política, con sus correspondientes estrategias y acciones estructurales, es algo que todavía nuestros países no han sabido o podido construir.

JMM: ¿Cómo podría ampliarse el alcance de estos acuerdos?

Resultaría un poco exagerado de mi parte indicar la forma en que estos acuerdos pueden ampliarse. Ello está en el ánimo y en la preocupación manifiesta de los representantes de las cinematografías nacionales y su desarrollo dependerá de la mayor o menor participación real que tengan los diversos agentes del sector. Aunque aquí también cabe la obligación de que cada uno de ellos, sin perder de vista sus intereses particulares –su “primer plano”- escuche y respete los intereses del conjunto, los del “plano general”...

JMM: Por último y con el afán de hacer útil este tipo de iniciativas ¿Cómo puede la Universidad y el debate académico-política intervenir en el análisis y el futuro inmediato de una industria enormemente importante tanto en su vertiente simbólica como en la económica?

OG: Resulta claro que la Universidad y el espacio académico han estado por lo general muy distantes de los problemas que estamos abordando. Se ha trabajado mucho sobre la forma de hacer películas y de criticarlas, pero muy poco sobre la industria que las produce. “*Tampoco hay demasiada información sobre los sistemas de distribución y exhibición* -señalaba varias décadas atrás el investigador norteamericano Thomas Guback. *¿No es esta una extraña situación? ¿No es*

demostrativo de una terrible falta de proporción en nuestros conocimientos sobre unos procesos sociales que son cruciales?... Aquello que queda oculto de la contemplación pública es el auténtico mecanismo que contribuye a producir nuestra cultura”. (T. Guback, “La industria internacional del cine”, Fundamentos, Madrid, 1980)

En este sentido el sector académico puede aportar a este campo de la economía y la cultura, entre otras muchas cosas, una labor de estudios e investigaciones que suministren datos, información y reflexiones, sin la cual, habrá de resentirse cualquier proyecto de desarrollo estructural e integrado que pueda elaborarse para el sector de las industrias culturales, y dentro de las mismas, el de aquellas que tienen tal vez un mayor valor estratégico, como es el caso del audiovisual y el cine.

El Cine Latinoamericano: ¿Mercado de Consumo Hollywoodense, o Producción de Pluralidad Cultural?

Enrique E. Sánchez Ruiz¹

Se describe el predominio global de la industria cinematográfica estadounidense, ofreciéndose algunas hipótesis explicativas, de corte histórico-estructural. Se describe enseguida, dentro del contexto de la llamada “globalización”, el devenir reciente de las cinematografías latinoamericanas. Se concluye que las fuerzas del mercado solamente reforzarán las asimetrías y que se requieren políticas públicas en auxilio de las industrias de América Latina.

INTRODUCCIÓN

La existencia o no de posibilidades expresivas en el plano del audiovisual para los países latinoamericanos está supeditada a que sus pueblos y sus gobiernos asuman una postura y una voluntad políticas de apoyar y sostener la capacidad y el derecho de tener una industria del audiovisual. La historia reciente—de hecho, de todo el siglo pasado—nos demuestra que, en el plano de la producción, el eje de un sector audiovisual productivo y competitivo es una industria cinematográfica establecida, consolidada. La industria fílmica ha sido la fuente de prácticamente todos los relatos audiovisuales de los diversos géneros de ficción, incluyendo los televisivos, provenientes de Estados Unidos y que circularon por todo el orbe prácticamente durante todo el Siglo XX. En esencia, la cinematografía sigue siendo, como institución social, un vehículo privilegiado para que los pueblos podamos contarnos a nosotros mismos, y les relatemos a otros, quiénes y cómo somos, cómo deseamos ser, qué tenemos de único, qué de múltiple y diverso y qué de universal, etcétera. El cine sigue siendo un sector clave de las industrias culturales contemporáneas, aun con las mutaciones que las tecnologías digitales están introduciendo como mediaciones expresivas, y con las múltiples nuevas plataformas de distribución de los relatos

¹ Universidad de Guadalajara

audiovisuales. De hecho, ante el proceso llamado de “convergencia” entre las tecnologías de información, las telecomunicaciones y las industrias culturales, se puede pensar que un eje principal para el desarrollo del sector de los “contenidos” es una industria audiovisual consolidada.

El gran problema actual es que en nuestro mundo contemporáneo un solo país concentra las capacidades no solamente de contarnos a todos los demás sus propias historias, sino también la facultad de decirnos a todos, en el resto del planeta, cómo somos, a partir de sus propios estereotipos de nosotros y de sus visiones etnocéntricas del mundo.² Esto último, no obstante que Hollywood constituye un imán al que emigran muchos talentos de todo el orbe, quienes encuentran ahí el trabajo que con frecuencia no hallan en sus propios países.³ Tristemente, quienes se expatrian a Hollywood, especialmente actores y actrices, con frecuencia se ven orillados a representar a sus culturas de origen de manera estereotípica y caricaturesca, de lo cual la “legendaria” imagen de exotismo recargado de Carmen Miranda fue solamente un atisbo. Las grandes empresas cinematográficas estadounidenses sostienen que su supremacía mundial se ha producido en virtud del maravilloso y “libre” funcionamiento de la oferta y la demanda en sabia interacción. Nosotros hemos sostenido—y demostrado—que la hegemonía planetaria de la industria audiovisual estadounidense:

... no es producto ni de ‘fuerzas del mercado’ que obran de manera milagrosa a favor de Hollywood y sus oligopolios, ni de un ‘destino manifiesto’ asignado a Estados Unidos por alguna deidad. Más bien, se trata de un proceso histórico complejo, en el que contribuyen numerosos factores, entre ellos una participación activa del Estado norteamericano en diversas coyunturas, además de un “proteccionismo no gubernamental”, que ha constituido una estructura de mercado altamente concentrada, entre otros factores.⁴

². Bensusan, H. G. (1997) “Filmic images of the Mexican”, en *Southwestern Arts and Culture*, <http://jan.ucc.nau.edu/~hgb/303/303filim.html>, bajado el 23/01/02; Gerbner, George (1998) “Fairness and diversity in television: Update and trends since the 1993 Screen Actors Guild Report *Women and Minorities on Television*”, 1998 Screen Actors Guild Report: Casting the American Scene (<http://www.sag.com/special/americanscene.html>), bajado el 12/11/00; Subervi-Vélez, F. y Ma. De los A. Flores-Gutiérrez (2002) “As imagens de crianças hispânicas e Latino-Americanas no cinema de Hollywood”, en *Pensamiento Comunicacional Latinoamericano (PCLA)*, Vol. 4, Núm. 1, Diciembre; Cano, Paola et al (2003) “Estereotipos de Género y Raza en Hollywood, 1991-2002” en *Hiper Textos*, Núm. 6, enero-mayo (<http://hiper-textos.mty.itesm.mx>), bajado el 18/09/2003).

³. “Exitosa invasión latina en Hollywood”, en *Reforma*, 21 de diciembre de 1997, Secc. “Gente”, Pág. 10; “Latinos en la industria: El cine en Hollywood parece no distinguir nacionalidades”, en *El Financiero*, 24 de abril de 2001, Pág. 66; “El talento mexicano está en el extranjero”, en “Hey”, Suplemento de *Público*, 26 enero de 2004, Pág. 12.

⁴. Sánchez Ruiz, Enrique E. (2003) *Hollywood y su hegemonía planetaria: Una aproximación histórico-estructural*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara (La Colección de Babel, Núm. 28), Pág. 7.

La investigación histórica demuestra, entonces, que en diferentes épocas y de diversas maneras, el gobierno de Estados Unidos ha apoyado el desarrollo de los mercados externos para su cinematografía, especialmente mediante los Departamentos de Comercio y de Estado.⁵ Además de las ayudas en términos de investigación, apoyo comercial y presiones diplomáticas, incluyendo en algunas ocasiones también subsidios directos, el gobierno estadounidense propició el que las principales empresas, conjuntadas en un cártel de exportación, rompieran con las “leyes” del mercado competitivo al operar en los mercados externos como un monopolio.⁶ Esto es muy importante de tener en mente, porque cuando, hoy en día, en nuestros países se discuten posibilidades de ayuda estatal a las industrias culturales, los representantes privados y gubernamentales de E.U. saltan de enojo porque no “se respeta la operación del libre mercado”. El gobierno estadounidense y las corporaciones del entretenimiento de ese país, claman por el libre mercado, ahora que están completamente seguros de su dominio sobre los mercados mundiales, lo que no lograron históricamente en virtud de ninguna “mano invisible”. Así, por ejemplo en marzo de 2003 se conformó la “Coalición de la Industria del Entretenimiento para el Libre Comercio” (Entertainment Industry Coalition for Free Trade).⁷ Está constituida por empresas de las llamadas “majors”, tanto de cine como de música, de televisión, etcétera, además de que participan asociaciones y sindicatos de diversas ramas, de las denominadas industrias del entretenimiento.⁸ Al parecer, esta coalición se formó bajo el liderazgo de la Motion Picture Association Of America (MPAA). Su principal objetivo es “... educar a decisores clave de políticas sobre la importancia del libre comercio, sobre el impacto económico positivo que tiene el comercio en la comunidad del entretenimiento, y cómo las negociaciones internacionales sobre comercio ayudan a establecer las bases para una fuerte protección a la propiedad intelectual”.⁹ Es

⁵. Ibid. Bjork, Ulf, Jonas (2000) “The US Commerce Department aids Hollywood exports, 1921-1933” *Historian*, Primavera (Bajado de <http://www.findarticles.com>, el 20/09/01); Guback, Thomas H. (1980) *La Industria Internacional del Cine* (2 Vols.) Madrid: Editorial Fundamentos.

⁶. Guback, Thomas H. (1980), op. cit.

⁷. EIC (2003) “Entertainment companies and trade associations announce creation of Entertainment Industry Coalition for Free Trade”, Marzo 13 2003, Entertainment Industry Coalition for Free Trade. Boletín de Prensa bajado de: http://www.wpaa.org/jack/2003/2003_03_13C.pdf, el 4/18/2003.

⁸. “Actors, directors, producers, writers guilds and IATSE join Entertainment Industry Coalition for Free Trade”, Marzo 27 2003, Entertainment Industry Coalition for Free Trade. Boletín de Prensa bajado de: http://www.wpaa.org/jack/2003/2003_03_27a.pdf, el 4/18/2003.

⁹. EIC (2003) “Entertainment companies and trade associations announce...”, op cit.

bastante paradójico defender el comercio “libre” desde una posición de dominio oligopólico de un mercado, como es el caso de la distribución de películas en el orbe.¹⁰

Una “ventaja competitiva” muy grande de las productoras y distribuidoras audiovisuales estadounidenses es que tienen acceso prácticamente exclusivo, oligopólico, al mercado más grande del mundo, en términos de poder adquisitivo y de hábitos de consumo. Así, de acuerdo con datos de la Motion Picture Association (MPA, que reúne a las siete empresas más grandes del sector), en 2003 hubo ventas mundiales de taquilla por \$20.34 mil millones de dólares, de los cuales casi la mitad (46.6%) se realizaron en Estados Unidos, es decir, US\$ 9,488 millones.¹¹ Con solamente el 18.2% de las entradas, el público estadounidense pagó casi la mitad global de los boletos de taquilla en 2003, debido a que, en promedio, asisten al cine más de cinco veces al año. Las proporciones respectivas fueron relativamente más balanceadas para latinoamérica, pues se registraron 300 millones de entradas (3.5% del total mundial), que significaron el 3.9% de los ingresos en taquilla de los cines del planeta. Es decir, de aquellos veinte mil millones de dólares, los latinoamericanos gastamos solamente el 4% (alrededor de 800 millones). Según el mismo documento, entre los veinte países con mayores ingresos taquilleros se encontraba México en noveno lugar (430.7 millones de dólares), Brasil en undécimo (234.4 millones) y Venezuela en vigésimo (35.6 millones de dólares). España ocupaba la sexta posición con ventas de 761.2 millones de dólares. Vemos pues que hay un abismo entre la capacidad de recaudación del mercado estadounidense (9.5 mil millones de dólares) y la de Iberoamérica. Solamente tres países del mundo, además de Estados Unidos, pasaron de los mil millones de dólares de ventas en taquilla, los cuales son el Reino Unido (mil 433 millones), Francia (mil 233 millones) y Japón (mil 21 millones).¹²

Por otra parte, en los intercambios internacionales hay un desequilibrio fundamental debido a lo que hemos llamado “proteccionismo de mercado”, por la cerrazón oligopólica de las distribuidoras estadounidenses a las películas de otros países. Así, mientras que en cualquiera de nuestros países encontramos que la proporción de películas hollywoodenses oscila entre el 70 y casi el cien por ciento, por ejemplo en 2002, solamente el 6.1% de la recaudación en taquilla de Estados Unidos provino de fuera (4.6% de Europa y 1.5% del resto del mundo), por lo que el

¹⁰. Sánchez Ruiz, Enrique E. (2003) *Hollywood y su hegemonía planetaria...* op cit.

¹¹. MPA (2004) “International Entertainment Industry: 2002 Market Statistics and Analysis”. Motion Picture Association, Worldwide Market Research (bajado de <http://www.wpaa.org>, el 03/28/03). Notar que, aunque en el título se señala el año 2002, los datos más recientes que se consignan son de 2003.

¹². Ibid.

93.9% fue producto de los filmes nacionales estadounidenses.¹³ No tenemos el dato sistemático para el total de latinoamérica, pero este tipo de relación de intercambio desigual desemboca en un resultado deficitario perenne, como se puede observar en el Cuadro 1 para el caso de Europa. Recordemos nuevamente que es en este mercado, el de Estados Unidos, donde se realiza casi la mitad de la recaudación mundial cinematográfica, pero está casi completamente cerrado para las producciones externas, incluso en muchos casos de coproducciones donde participan capitales estadounidenses. En realidad, la mayor parte de las películas europeas que se exhiben en Estados Unidos, provienen de Inglaterra, de manera que el “neoproteccionismo” del que hablamos opera prácticamente para todo el mundo, con una relativa menor intensidad que responde a la afinidad lingüística.

Cuadro 1

Ventas de películas cinematográficas y programas televisivos, Unión Europea/Estados Unidos (Millones de Dólares de E.U.)						
Años	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Ventas EU en Europa	5,331	6,262	6,645	7,313	8,042	9,031
Ventas Europa en EU	518	614	668	706	853	827
Déficit Europa/Superávit EU	4,813	5,648	5,977	6,607	7,189	8,204

Fuente: Elaborado a partir de datos en: European Audiovisual Observatory (2002) "The imbalance of trade in films and television programs between North America and Europe continues to deteriorate", Estrasburgo, 9 abril 2002, Boletín de Prensa, bajado de <http://www.obs.coe.int>, el 09/04/02.

Pero sabemos que hoy en día las películas no son solamente para “el cine”. Así, en 2002 el presidente de la MPA, Jack Valenti, informaba que las compañías miembros de la misma tendrían un ingreso mundial de unos \$32 mil millones de dólares, “que provienen de salas de cine, televisión, home video y de pago por evento”.¹⁴ Y añadía:

Las películas estadounidenses se exhiben ahora en más de 150 países en cinco continentes. El período actual de doce meses en el mercado cinematográfico estadounidense será el mayor en taquillas y en entradas desde 1959. Consideremos entonces esto: Los DVDs

¹³. European Audiovisual Observatory (2003) *Focus 2003. World Film Market Trends*. Strasburgo: European Audiovisual Observatory/Cannes Film Market.

¹⁴. Valenti, Jack (2002) “A recital of why visual entertainment, and in particular the American movie, remains immune to the economic blahs”, Motion Picture Association of America, Boletín de prensa, 25 de septiembre 2002, Pág. 1 de 3 (http://www.mpa.org/jack/2002/2002_09_25.htm). Recordemos que las llamadas “majors” son o forman parte de grandes corporaciones multimedia, integradas vertical y horizontalmente, algunas de las cuales incluso participan en sectores industriales más amplios (“hardware”, por ejemplo, como Sony Corp.).

establecen nuevos récords, no sólo en este país, sino alrededor del mundo. Hasta ahora en 2002, los ingresos por DVDs para las compañías miembros de la MPAA son como el 40% del total mundial de ventas en todos los medios. Pero no olvidemos que son películas las que alimentan el mercado del DVD.¹⁵

GLOBALIZACIÓN E INTEGRACIÓN DESIGUAL

La llamada globalización, etapa actual del largo desarrollo histórico del capitalismo, se caracteriza porque el mundo contemporáneo se encuentra profusamente interconectado—aunque de manera muy asimétrica—por enmarañadas redes y múltiples flujos de comercio, de transacciones financieras, de información y cultura (y a veces, incluso, de personas). Un factor contribuyente al reinado de tales urdimbres ha sido el vertiginoso florecimiento de las avanzadas tecnologías de información y comunicación, base fundamental de la “economía informacional”, cimiento a su vez de la llamada “sociedad red”.¹⁶ Lo más sobresaliente de tales desarrollos tecnológicos recientes ha sido la digitalización y el llamado proceso de “convergencia digital”, que es la fusión de: a) las telecomunicaciones (el teléfono, la comunicación vía satélite), con b) las tecnologías de información (las computadoras y todos sus periféricos, que han posibilitado constituir grandes redes, como la Internet), y con c) las industrias culturales, en particular las audiovisuales, potenciadas enormemente por la digitalización.¹⁷ Si bien la convergencia es de naturaleza tecnológica en primera instancia, en el plano comunicacional ésta hace posible que un mismo contenido sea vehiculado indiferentemente por medio de diversas plataformas. Una película puede verse en la sala de cine, que la puede recibir mediante una señal por satélite, misma que se origina en el DVD o quizás en el disco duro de una computadora central; o por básicamente los mismos procesos, en la televisión, ya sea por aire o por cable; o bajarse por internet, o comprarla en un DVD pregrabado. Posiblemente hasta el momento la “gran síntesis” de las potencialidades de la convergencia sea la Internet. La convergencia tecnológica ha venido de la mano con nuevas integraciones corporativas horizontales y verticales entre empresas que antes no solían tener vinculaciones. Es decir, han convergido empresas de telecomunicaciones

¹⁵. Ibid.

¹⁶. Castells, Manuel (1999), *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol. 1: La sociedad red*, México: Siglo XXI.

¹⁷. Sánchez Ruiz, Enrique E. (2000) “Globalización y convergencia: Retos para las industrias culturales latinoamericanas”, en *Revista Universidad de Guadalajara*, Núm. 20, Abril.

(telefónicas, o satelitales, por ejemplo) y compañías del sector informático, con firmas del área del entretenimiento, en particular de medios audiovisuales (las fusiones del tipo AOL-Time-Warner).¹⁸ Al parecer, la tendencia hacia la concentración y centralización de los capitales, presente en la convergencia corporativa, sigue contradiciendo al pensamiento liberal que supone la competencia como base y esencia de la “libertad en el mercado”.

La *forma de incorporación* de los países a este proceso histórico contemporáneo multidimensional es función de muchos factores, de los cuales hay uno fundamental: el grado de poderío económico previo, que se traduce a su vez en mayor o menor “poder de mercado” en la arena económica mundial. Así, esta nueva urdimbre planetaria no es horizontal y equitativa, sino asimétrica, jerárquica y su configuración histórica responde a la distribución del poder a escala global, tanto en términos económicos como militares y políticos.¹⁹ Todavía no estamos totalmente de acuerdo si el mundo actual, de la posguerra fría, es ya “unipolar” o “multipolar”,²⁰ pero en el caso del Continente Americano, no hay duda de que hay una gran potencia económica, militar, política y cultural (Estados Unidos), seguida de un país con un alto grado de desarrollo económico (Canadá), un pequeño grupo con un nivel medio de prosperidad (Brasil, México, Argentina);²¹ y con diferencias entre sí, una “periferia” de países más pobres en el resto de Latinoamérica y el Caribe. En términos de Immanuel Wallerstein,²² el “sistema-mundo” americano constaría de un centro (Estados Unidos, quizás acompañado por Canadá, el cual se relaciona relativamente poco con Latinoamérica en general), con una “semiperiferia” (Brasil, México, Chile, Argentina, Venezuela), y una “periferia” que consiste en el resto de naciones del continente, en mayor o menor medida excluidas de la modernidad y del desarrollo capitalista.²³ Como es de esperarse, los flujos de comercio, información, entretenimiento, etc., tienen relativamente ese orden de intensidad. El espacio audiovisual “panamericano” se estructura en

¹⁸. Si bien antes pudieron existir tales tipos de fusiones, se consideraban procesos de *diversificación* (y las empresas se manejaban independientemente unas de otras), no de *integración*, ya fuera vertical u horizontal.

¹⁹. Sánchez Ruiz, op. cit; ver Fossaert, Robert (1994) *El mundo en el Siglo XXI. Una teoría de los sistemas mundiales*. México: Siglo XXI; González Casanova, P. y J. Saxe-Fernández (1996) *El mundo actual: Situación y Perspectivas*. México: UNAM/Siglo XXI.

²⁰. Huntington, Samuel (1998) “Global perspectives on war and peace, or transiting a uni-multipolar world”, Bradley Lecture Series, American Enterprise Institute for Public Policy Research, Mayo.

²¹. En esta afirmación hacemos abstracción de crisis coyunturales, como la de México en 1994-95, o la de Argentina en 2002, que han traído como consecuencia un mayor o menor empobrecimiento de sus poblaciones.

²². Wallerstein, Immanuel (1976) *The Modern World-System*. Nueva York: Academic Press.

²³. Esta descripción parte de un punto de vista de simple ubicación geográfica y en términos de tendencia o, más bien, de aspiración (de algunos pocos, aunque poderosos), de una futura “area de libre comercio de las américas”. En términos de las interacciones comerciales reales, actuales, la “economía-mundo estadounidense” incluiría mucho más a Europa y Japón (junto a Canadá y México) que a Centro y Sudamérica.

estos mismos términos: tenemos en primer lugar, al gran productor y exportador de cine y televisión, de hecho no solamente del continente, sino más en general del mundo entero: Estados Unidos. Por razones de lenguaje y afinidad cultural, el Canadá angloparlante se encuentra estrechamente vinculado culturalmente con Estados Unidos (mientras que la provincia de Québec está un poco menos articulada, y es un poco más autosuficiente, dado su relativo aislamiento lingüístico). Si bien Canadá no es en sí mismo un gran productor audiovisual (un promedio de unos 40 largometrajes anuales, frente a más de 450 de Estados Unidos), además de ser ya un gran consumidor de lo que produce Hollywood, se está convirtiendo en una gran “maquiladora fílmica” de la industria estadounidense, lo cual a su vez está impulsando su propia capacidad productiva, en una “interdependencia altamente asimétrica”.²⁴ México y Brasil son los principales productores y exportadores audiovisuales de la América no angloparlante (en particular de programas televisuales, especialmente telenovelas), seguidos por unos pocos otros, como Argentina, Venezuela, Colombia y Perú. Pero aún los países latinoamericanos que más exportan son también altamente importadores,²⁵ en particular en lo que se refiere a la cinematografía, de tal manera que hay una matriz de relaciones jerárquicas de diferentes niveles. Es difícil explicar en los límites de este escrito que no sostenemos una imagen lineal y simplificante de “relaciones de dependencia”, que operen mecánicamente y que demuestren algún inexorable “desarrollo del subdesarrollo”.²⁶ En todo caso, tanto substantivamente como metodológicamente seguimos una concepción de la materia socio-histórica como compleja y cambiante.²⁷ En este sentido, concordamos con Néstor García Canclini en que: “Para no fetichizar lo global y, por tanto, polarizar excesivamente sus relaciones con lo local, un principio metodológico fecundo es considerar, entre centro y periferia, norte y sur, la proliferación de redes dedicadas a la

²⁴. Una aplicación de la categoría de “interdependencia asimétrica” de Johan Galtung, en Straubhaar, Joseph (1993) “Más allá del imperialismo de los medios. Independencia asimétrica y proximidad cultural”, en *Comunicación y Sociedad*, Núm. 18-19, Mayo-Diciembre.

²⁵. MR&C (1998) *La Industria Audiovisual Iberoamericana: Datos de sus Principales mercados. 1997*. Madrid: Media Research and Consultancy-Spain. Este estudio muestra que en términos de valor en dólares de las transacciones, Brasil es el mayor importador audiovisual—incluyendo cine, TV y video—de Iberoamérica (América Latina, más España y Portugal). A pesar de que México aparece como el principal exportador iberoamericano, se demuestra que es importador neto (es decir, a pesar de que vende mucho, al final compra más de lo que vende, en su mayor parte de Estados Unidos).

²⁶. Sánchez Ruiz, Enrique E. (1996) “El nuevo carácter de la dependencia: La globalización y el espacio audiovisual”, en G. Orozco (coord.) *Miradas latinoamericanas a la televisión*. México: Universidad Iberoamericana.

²⁷. Sánchez Ruiz, Enrique E. (1992) *Medios de Difusión y Sociedad. Notas críticas y metodológicas*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

‘negociación de la diversidad’²⁸. En el nivel de la articulación al sistema-mundo de formaciones sociales nacionales, sigue siendo útil para el análisis, todavía, la categoría de “semiperiferias”.²⁹

Ahora bien, la gran potencia de la industria cultural—en realidad, la gran potencia económica y militar actual—insiste en que nos debemos “integrar” económicamente con ella, mediante tratados o acuerdos de libre comercio, como los ya firmados con Mexico, Canadá y Chile o, en el “mejor de los casos” en el llamado ALCA, o Acuerdo de Libre Comercio de las Américas.³⁰ Pero muchos hemos argüido que el “libre comercio”, las “leyes del mercado”, en realidad equivalen a la ley de la selva, donde solamente sobrevive y se impone el más fuerte y los más débiles necesariamente pierden, casi como en un juego de suma cero.³¹ Específicamente, nosotros hemos demostrado que, a pesar de la imagen que se ha generado de México como una “gran potencia” en el plano audiovisual, el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) no ha producido sino más intercambios cada vez más desiguales entre los dos socios menores (Canadá y México) con el socio más fuerte (Estados Unidos), y vínculos casi nulos de aquellos entre sí.³²

Desde el tiempo de las guerras de independencia ha existido la aspiración de una integración de los pueblos latinoamericanos, los cuales tienen aspectos históricos y culturales en común, como el lenguaje (por lo menos, los de habla hispana, aunque hay mucha cercanía lingüística con el portugués), la religión dominante, algún grado de mestizaje y herencia indígena (subordinada históricamente por los criollos y mestizos), etc. Sin embargo, los intentos formales de integración y de articulación en lo económico, lo político y lo cultural entre países latinoamericanos, que hasta la fecha ha habido, han arrojado resultados poco o nada

²⁸. García Canclini N. (1999) *La Globalización Imaginada*. México: Paidós, p. 31.

²⁹. Wallerstein, Immanuel (1979) “Semiperipheral countries and the contemporary world crisis”, en *The Capitalist World Economy. Essays by Immanuel Wallerstein*. Cambridge: Cambridge University Press.

³⁰. Recién que se firmó el Acuerdo entre Estados Unidos y Chile, la Coalición de la Industria del Entretenimiento para el Libre Comercio, emitió una felicitación a ambos gobiernos, en particular al estadounidense. Ver: EIC (2003) “Entertainment Industry Coalition for Free Trade hails signing of U.S.-Chile Free Trade Agreement”, Washington, Junio 6, 2003. Boletín de prensa (Bajado de <http://www.mppaa.org>, el 07/28/2003).

³¹. Sánchez Ruiz, Enrique E. (2002) “Globalización e industrias culturales: dialéctica de la mundialización” en *Oficios Terrestres*, Número Especial, Año VIII, 11/12 (Universidad Nacional de La Plata); desde otra óptica, aplicando teoría de juegos, ver: Cameron, Maxwell (1997) “North American free trade negotiations: Liberalization games between asymmetric players”, *European Journal of International Relations*, Vol. 3, Núm. 1.

³². Sánchez Ruiz, Enrique E. (2000) “Los medios audiovisuales mexicanos a cinco años del Tratado de Libre Comercio de América del Norte”, en Varios Autores *Industrias Culturales y TLC. Impactos y Retos de la Apertura*. México: Fronteras Comunes/RMALC/SOGEM; Sánchez Ruiz, Enrique E. (2001) “Globalization, cultural industries and free trade: The Mexican audiovisual sector in the NAFTA age”, en V. Mosco y D. Schiller (eds.) *Continental Order? Integrating North America for Cybercapitalism*. Lanham, E.U.: Rowman & Littlefield Publishers.

satisfactorios.³³ En todo caso, el significado de la posible integración estaría cambiando en la actualidad, como lo comenta Rafael Roncagliolo:

En otro texto, que sirve de antecedente a éste (Roncagliolo, 1996),³⁴ me he referido al significado equívoco del sintagma “integración latinoamericana”: traté de destacar ahí cómo la palabra integración ha mudado de signo, pues antes portaba la connotación sindical y defensiva de unidad entre países pobres para hacer frente a los poderosos (un “integrar-nos” latinoamericanista), mientras que ahora, pese a Bolívar, Martí y tantos otros, apela, más bien, a los afanes de incorporación a uno de los bloques de la economía global (un “integrar-se” panamericanista).³⁵

En el caso de la industria cultural y del espectáculo, la “integración latinoamericana” parece seguir en la actualidad un trayecto “panamericanista” como lo describe Roncagliolo, pero no a partir de políticas públicas, sino de la lógica del mercado transnacional y subordinada a las industrias culturales de Estados Unidos. Así como la ciudad de México fue en los años cuarenta y cincuenta un centro—no el único pero sí el principal—, al que confluían cantantes, músicos y actores de toda América Latina, para hacerse conocer en el propio subcontinente por medio del cine, la radio y los discos, hoy en día hay un movimiento de desplazamiento de tal tipo de centralidad hacia Miami, donde coinciden tanto las personas (el “talento”), como los capitales, lo que incluye tanto los grandes capitales transnacionales, incluyendo los latinoamericanos.³⁶ Por ejemplo, entre otros, el Grupo Cisneros de Venezuela ha mudado sus oficinas centrales de Caracas a Miami. Todo esto lleva a un estudioso estadounidense a afirmar que: “Para la industria de la música, como para la audiovisual, Miami es el eje de la integración latinoamericana”.³⁷ Quizás deberíamos hablar del eje Hollywood-Miami, donde ocurren los procesos actuales de integración audiovisual latinoamericana. Solamente dos aclaraciones: a) Yudice documenta claramente el dominio de las grandes transnacionales de la industria fonográfica (cinco *majors*,

³³. Un muy interesante recuento, con énfasis en aspectos mediáticos, está en: Roncagliolo, Rafael (1996) “La integración audiovisual en América Latina: Estados, empresas y productores independientes”, en N. García Canclini (coord.) *Culturas en Globalización. América Latina – Europa – Estados Unidos: Libre Comercio e Integración*. Caracas: Editorial Nueva Sociedad.

³⁴. Se trata del texto mencionado en la nota anterior.

³⁵. Roncagliolo, Rafael (1999) “Las industrias culturales en la videosfera latinoamericana”, en N. García Canclini y C.J. Moneta (coords.) *Las Industrias Culturales en la Integración Latinoamericana*. México: Grijalbo/UNESCO/SELA, p. 65.

³⁶. Stover, Sharon (1998) “Spatialization and international communication industries: The case of Miami”, en *The Public*, Vol. 5, Núm. 4; S. Stover et al (1999) “Transnationalism in spaces and places: Global media industries in Latin America”, ponencia presentada en “NAFTA/Mercosur Conference”, University of Texas at Austin, Junio 1-3.

³⁷. Yudice, George (1999) “La industria de la música en la integración América Latina-Estados Unidos”, en N. García Canclini y C.J. Moneta (coords.) *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*, México: UNESCO/Grijalbo/SELA., p. 213.

cuatro con base en Estados Unidos y una Europea, aunque no necesariamente imponiendo la música estadounidense, sino que “las *majors* controlan la mayor parte del acervo latinoamericano”);³⁸ entonces, ahí no hay una concepción de “imposición cultural”—por lo menos, inmediata y directa—, b) la atracción de la ciudad de Miami (igual que en el caso de Los Angeles), y la consiguiente emigración de “artistas”, empresas y capitales tiene una dinámica principalmente económica y no responde necesariamente a alguna política pública explícita del gobierno estadounidense; por lo que no hay una noción de “conspiración capitalista”—por lo menos, inmediata y directa.³⁹

Regresando a los intentos de integración latino e iberoamericanos en el plano del audiovisual, Octavio Getino mencionaba a fines de los noventa que:

Las tentativas de integración regional del cine “latinoamericano y por extensión, del “iberoamericano” estuvieron presentes en numerosas declaraciones y acuerdos, suscritos entre nuestros países a lo largo de más de seis décadas. Finalmente, comenzaron a tener fuerza de ley hace menos de una década, cuando se firmaron en la ciudad de Caracas, en octubre de 1989, los primeros documentos formales sobre integración, coproducción y mercado común, que fueron luego ratificados por los congresos nacionales de más de una decena de países de Iberoamérica.⁴⁰

Los convenios firmados en Caracas fueron: “Convenio de Integración Cinematográfica Iberoamericana”; “Acuerdo de Coproducción Cinematográfica Latinoamericana”; y “Acuerdo para la Creación del Mercado Común Cinematográfico Latinoamericano”. Se formó la Conferencia de Autoridades Cinematográficas de Iberoamérica (CACI), cuando entró en vigor el 8 de mayo de 1991, y una Secretaría Ejecutiva. A pesar de que en algunos casos adquirieron estatuto de ley, al haber sido ratificados estos convenios por los respectivos congresos, en realidad ha sido poco lo que han contribuido al desarrollo del sector audiovisual y especialmente a la articulación de los mercados latinoamericanos. Por otra parte, a partir de las Conferencias Iberoamericanas de Jefes de Estado y de Gobierno, que se iniciaron en 1991 en Guadalajara, México, se generó la idea de lo que cristalizó en 1997 como Programa Ibermedia, que constituyó

³⁸. Ibid., p. 191.

³⁹. Especialmente en la medida en que la “elevación” de la población cubana residente ya no es un objetivo estratégico de “guerra fría”. Ver un análisis crítico más amplio sobre las industrias culturales en América Latina en: Sánchez Ruiz, Enrique E. (2000) “Globalización y convergencia: Retos para las industrias culturales latinoamericanas”, en *Revista Universidad de Guadalajara*, Núm. 20, Abril.

⁴⁰. Getino, Octavio (1998) *Cine y Televisión en América Latina. Producción y Mercados*. Santiago de Chile: Ediciones Ciccus. La fecha correcta fue el 11 de Noviembre de 1989, de acuerdo con la Conferencia de Autoridades Cinematográficas de Iberoamérica (CACI) (<http://www.cinecaci.com>, 26/04/2004).

un fondo al que contribuirían varios países de la región, con el fin de propiciar las coproducciones, la distribución, la promoción, el desarrollo de proyectos y la formación en materia audiovisual.⁴¹ También en 1997, durante la Muestra de Cine Mexicano de Guadalajara (México) se constituyó la Federación Iberoamericana de Productores Cinematográficos y Audiovisuales (FIPCA).

El mismo Getino recordaba la declaración final de una reunión de expertos en la ciudad de México, en 1991, la cual destacaba que:

... el espacio audiovisual latinoamericano y caribeño puede llegar a constituir un ámbito estratégico de integración si nuestros países se deciden a concertar e intercambiar sus propias producciones, impulsando al mismo tiempo la exportación de lo nuestro y la importación de lo que, producido en cualquier lugar del mundo, venga a fortalecer y enriquecer la identidad y pluralidad de nuestros pueblos.⁴²

El problema es que—a pesar de declaraciones a favor de la integración y la identidad iberoamericanas—actualmente muchos de los gobiernos latinoamericanos más bien continúan ejerciendo políticas de liberación de mercados y “desregulación”, y en los procesos de integración económica más amplios parece seguir predominando el credo neoliberal, en lugar de la actitud solidaria entre países débiles frente a los poderosos.⁴³ A pesar de que autoridades y personajes del propio sector audiovisual en nuestros países tengan conciencia plena de que “el mercado” solamente ha tendido a ampliar la brecha entre las cinematografías nacionales y Hollywood, o en su caso, a reproducir las asimetrías entre países semiperiféricos y periféricos, algunos gobiernos siguen instrumentando criterios neoliberales en sus procesos económicos más amplios. Un ejemplo de lo anterior es el incidente que ocurrió a fines de 2003, cuando desde el poder ejecutivo de México se envió una iniciativa a la Cámara de Diputados, que hacía desaparecer por fusión, venta o desincorporación, una veintena de organismos, entre ellos el Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine), los Estudios Churubusco y el Centro de Capacitación Cinematográfica (en particular, por parte de los burócratas hacendarios, que suelen no tener la mínima sensibilidad estética o cultural).⁴⁴ Es decir, prácticamente todo el apoyo

⁴¹. Moreno Domínguez, J.M. (2002) “Hacia una política audiovisual iberoamericana: el caso de Ibermedia”, ponencia presentada en el III Encuentro Iberoamericano de Economía Política de la Comunicación. Sevilla, Julio 17-19. Doce países se comprometieron con este fondo, pero comenzó en 1998 con las contribuciones de nueve, aunque España y México aportaban juntos más de la mitad. Otros países se han sumado.

⁴². Getino, Octavio (1998) *Cine y Televisión en América Latina. Producción y Mercados*, op cit, Pág. 13.

⁴³. Roncagliolo, Rafael (1999) “Las industrias culturales en la videosfera latinoamericana”, op. cit.

⁴⁴. Ibarra, Epigmenio (2003) “Tiro de gracia al cine mexicano”, en *Público*, Secc. Cultura, Pág. 44.

oficial al cine se desincorporaba, por ser “poco rentable”. Pero afortunadamente, la comunidad intelectual y cinematográfica se movilizó políticamente y logró neutralizar el intento.⁴⁵

Esperanzadoramente, después de dos décadas de predominio ideológico neoliberal, de “pensamiento único”, cada vez más se deslegitima éste y se piensa en el mundo que es necesario contrarrestar las consecuencias indeseables de las “fuerzas del mercado” (en la sociedad, en el medio ambiente, etc.) y balancear los desequilibrios que éstas producen, mediante políticas públicas, en interacción de la sociedad civil, la ciudadanía, con el Estado.⁴⁶ Es ya muy claro que el desarrollo capitalista basado en el “consenso de Washington” es un modelo que produce desigualdades entre grandes regiones, entre países, y al interior de los mismos.⁴⁷ En este tenor, comenta García Canclini:

Es posible reexaminar la desigualdad entre países desarrollados y periféricos, y aun entre modalidades diversas de desarrollo cultural, por ejemplo entre lo anglo y lo latino, a la luz de esta perspectiva. A medida que las megaempresas privadas se apropiaron de la mayor parte de la vida pública, ésta ha experimentado un proceso de privatización, transnacionalización unilateral y evasión de responsabilidad respecto de los intereses colectivos de orden social. ¿Cómo elaborar políticas culturales que vinculen de un modo creativo las industrias culturales con la esfera pública de acuerdo con la lógica que rige en la actual etapa de globalización e integración regionales?⁴⁸

No se trata de “desprivatizar” las industrias culturales, sino de potenciar su desarrollo creativo con el apoyo estatal. En el mismo escrito, indicaba García Canclini que: “El Estado no crea cultura, pero es indispensable para generar las condiciones contextuales, las políticas de estímulo y regulación, con las que se puede producir bienes culturales y acceder a ellos con menores discriminaciones.”⁴⁹ Pero, a todo esto, ¿Qué es el cine latinoamericano?

DIMENSIONES DEL CINE LATINOAMERICANO

⁴⁵. De la Cruz, Armando (2002) “Dineros para el cine este año, ... Entrevista a Alfredo Joskowicz”, en <http://www.golemproducciones.com/industria/yoskowics.htm> (bajado el 03/01/2007).

⁴⁶. Villareal, René (1997) “El reencuentro del mercado y el Estado con la Sociedad: Hacia una economía participativa de mercado”, en *Reforma y Democracia*. No. 8 (May. 1997), Caracas. Ni siquiera es necesario ya ser “radical” para sumarse a las crecientes críticas al funcionamiento del cibercapitalismo global actual. Ver por ejemplo toda la discusión alrededor de propuestas como la de la “tercera vía”: Giddens, Anthony (1999) *La Tercera Vía. La Renovación de la Socialdemocracia*. México: Taurus.

⁴⁷. Mattelart, Armand (2002) *Geopolítica de la Cultura*. Santiago de Chile: Lom/Ediciones Trilce.

⁴⁸. García Canclini, Néstor (2002) “las industrias culturales en la crisis del desarrollo en América Latina”, en *ENCUENTROS*, No. 43, Octubre 2001 — Abril 2002 (Washington, Centro Cultural del BID), Pág. 42.

⁴⁹. *Ibid*, Pág. 46.

En términos de taquilla a nivel mundial y considerando toda la historia, parecería que el cine latinoamericano prácticamente no ha existido. Por lo menos esa es una conclusión a la que llega un análisis del comercio de servicios latinoamericano publicado por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL),⁵⁰ donde revisa mecanismos de ayuda al comercio internacional audiovisual de México y Brasil. Ahí, el economista Francisco Prieto remitía a la página web “worldwideboxoffice.com”, que contiene una amplia base de datos sobre la taquilla mundial y donde, dentro de los primeros dos mil filmes registrados de 1900 a 2003, solamente había registrados dos mexicanos: *Como Agua para Chocolate* en el lugar 1735 y *Amores Perros*, en el 1870. Añadía el informe:

Para el primero sólo está disponible la recaudación en el mercado de Estados Unidos (US\$21.7 millones) mientras que el segundo, logró recaudar US\$5.4 millones en el mercado de Estados Unidos y US\$19.6 millones en el mercado mundial. Para poner estas cifras en perspectiva, la película más taquillera de la historia es “*Titanic*” (Estados Unidos, 1997), con una recaudación mundial de US\$1,835.4 millones de los cuales US\$600.8 millones se recaudaron en el mercado de Estados Unidos.

Por su parte, la brasilera “Estación Central” (1998) logró ubicarse en el lugar 2025 entre las 2250 películas más taquilleras en el período 1900-2003 con ingresos mundiales por US\$17.2 millones, de los cuales se generaron US\$5.6 millones en el mercado de Estados Unidos.⁵¹

Pero no es en estos términos cuantitativos a nivel global, ni solamente en relación con la capacidad de recaudación, que debemos pensar en nuestras cinematografías. Las vivencias culturales e históricas que se han derivado de la fruición de las pocas películas que hemos sido capaces de producir y circular, no se pueden medir con el parámetro del “*Box Office*”.

Desde otro punto de vista, el cine latinoamericano ha sido en realidad producto de unos pocos países, los más desarrollados de entre los que llamamos antes “semiperiféricos”. Así, Octavio Getino indicaba en una publicación de fines de los noventa que:

Aclaremos primeramente que cuando utilizamos el término “*cine latinoamericano*”, nos valemos simplemente de un término convencional. Entre las, aproximadamente, 11 mil películas producidas desde 1930 a 1996 en América Latina, 5,000 corresponden a México (46% del total), 2,700 a Brasil (25%) y 2,000 a la Argentina (18%). El 89% de la producción de películas se concentró en sólo tres países, correspondiendo el 11%

⁵⁰. Prieto, Francisco (2003) *Fomento y diversificación de las exportaciones de servicios*. Santiago: CEPAL, División de Comercio Internacional e Integración.

⁵¹. Ibid, Pág. 45. Nosotros consultamos la página web de worldwideboxoffice.com y encontramos ya *Y tu Mamá También* registrada en la base de datos; y las tres anteriores, en lugares más atrasados, aunque hay que aclarar que los montos de recaudación respectivos no han sido actualizados. De cualquier manera, al pasar el tiempo, como se siguen rompiendo récords de taquilla, las películas más antiguas se van recorriendo hacia atrás.

restante a más de veinte repúblicas de la región, *particularmente las que decidieron producir imágenes propias a través de diversas políticas de fomento. Ahí donde no hubo legislación proteccionista sobre la producción local ésta no existió, salvo como hecho aislado o casi excepcional.*⁵²

Esta concentración de la producción fílmica, tiene su correspondencia con respecto a los mercados, en el consumo cinematográfico. En el mismo trabajo, daba Getino el siguiente panorama:

Los mercados del cine iberoamericano se concentran en muy pocos países. Sólo tres de ellos, en América Latina—Brasil, México y la Argentina—, representan el 74% de los espectadores globales de la región, junto con el 75% de las salas y 83% de las recaudaciones. Si a ellos se suman otros dos de mediana dimensión, como lo son Colombia y Venezuela, los porcentajes se elevan, en el territorio latinoamericano, al 87% en el rubro espectadores, al 85% en número de salas y al 90% en recaudaciones.⁵³

En otros lugares hemos insistido sobre las desigualdades internacionales que ha producido el modelo de desarrollo basado en la ideología neoliberal, o la opción de globalización que dominó durante el Siglo XX.⁵⁴ A pesar de que han sido entre tres y cinco países los que han generado la mayor parte de la imagería fílmica de origen latinoamericano que hemos consumido los pobladores del subcontinente, también han circulado de repente, aunque por circuitos usualmente marginales, películas originadas en algunos de los países que no se han caracterizado por una producción extensa. Por otra parte, desde luego que no ha sido “el mercado” el que ha logrado algunos progresos, como los que de repente han logrado, no se diga Brasil o Argentina, sino Uruguay o Bolivia, Colombia o Chile. Este punto es importante. Mientras que muy claramente la industria cinematográfica del México del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) ha ido menguando casi hasta la extinción,⁵⁵ (ver Gráfica 1) en países donde se han aplicado políticas de estímulo se han logrado ciertos progresos (ver Cuadro 2).

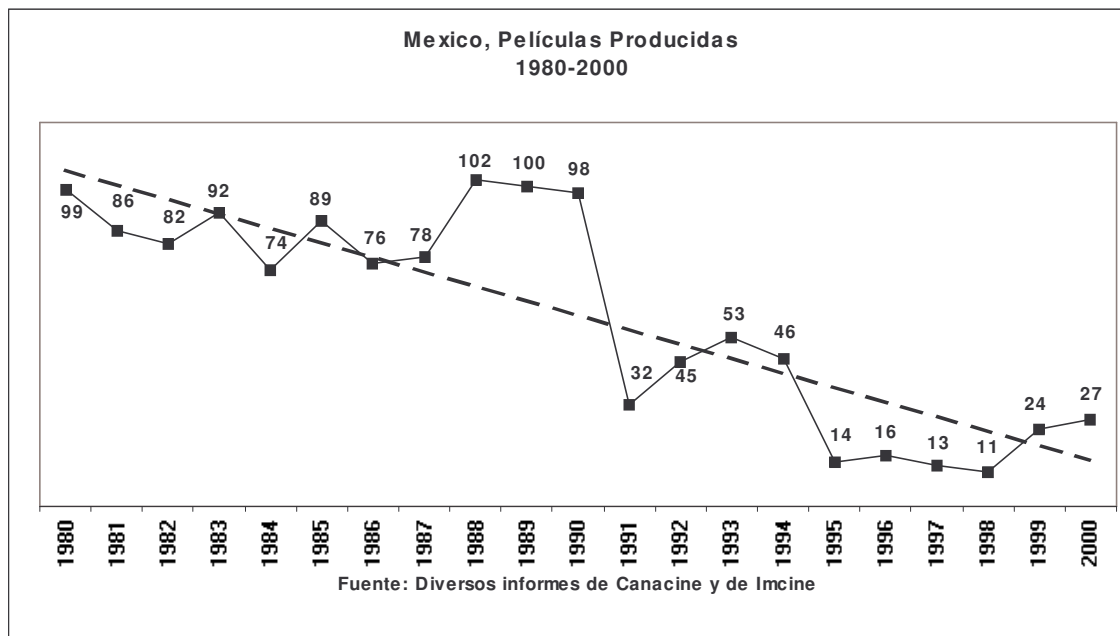
⁵². Getino, Octavio (1998) *Cine y Televisión en América Latina. Producción y Mercados*, op cit, Pág. 50. Énfasis añadido al final del párrafo por E.S.R.

⁵³. Ibid, Pág. 44.

⁵⁴. Sánchez Ruiz, Enrique E. (2003) “Globalización e industrias culturales en Latinoamérica. Del Mercado a las políticas públicas”, en E. Sosa (Coord.) *La Cultura en un Mundo Global. Una Perspectiva desde México*. México: Instituto Matías Romero (Secretaría de Relaciones Exteriores).

⁵⁵. Ver las referencias en nota Núm. 31. Sánchez Ruiz, Enrique E. (1998) “El cine mexicano y la globalización: Contracción, concentración e intercambio desigual”, en J. Burton-Carvajal et al (comps.) *Horizontes del Segundo Siglo. Investigación y Pedagogía del Cine Mexicano, Latinoamericano y Chicano*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara/Imcine.

Gráfica 1



Cuadro 2

Largometrajes producidos Países Varios Latinoamericanos							
Año	Argentina	Bolivia	Brasil	Chile	Colombia	México	Venezuela
1994	n.d.	0	6	2	3	56	1
1995	24	5	18	2	3	20	9
1996	37	1	40	2	2	20	8
1997	32	0	30	2	4	15	6
1998	23	1	32	4	7	23	8
1999	35	n.d.	40	10	3	37	n.d.
2000	39	n.d.	n.d.	12	5	28	2
2001	45	n.d.	n.d.	7	1	21	3
2002	37	n.d.	n.d.	7	1	14	n.d.
2003	70	n.d.	35	7	8	29	3

Fuentes: Ver nota Núm. 55. Elaboración Propia.

Durante los últimos años, han ido surgiendo una serie de análisis sobre las industrias audiovisuales nacionales, que comparten una premisa fundamental: la de que, ante el poderío norteamericano en el sector, no es por mecanismos de mercado como pueden resurgir industrias latinoamericanas de la imagen, sino a partir de una adecuada combinación de acciones estatales y

privadas, además de una confluencia entre países, tanto en el plano de las coproducciones como en el de la circulación de filmes por el subcontinente.⁵⁶ Otro aspecto que no debemos olvidar es la afinidad lingüística y cultural de los países latinoamericanos con los ibéricos. Uno de los factores que se esgrimen como explicación del éxito de las industrias culturales estadounidenses, especialmente del audiovisual, es el tamaño (además del poder adquisitivo) del mercado anglohablante (E.U., Inglaterra, Canadá, Australia, Nueva Zelanda).⁵⁷ Los países iberoamericanos no estamos acostumbrados a intercambiar y exhibir los productos cinematográficos de unos y otros, como puede verse en el cuadro siguiente.

Cuadro 3

Recaudación Bruta en Taquilla por Mercado de Origen, Países Iberoamérica, 1997 (% sobre el total)	
Estados Unidos	77%
Doméstico	10%
Otros Europa	9%
Iberoamérica	2%
Otros	2%
Total	100%

Fuente: MR&C-Spain.⁵⁸

Después del cine estadounidense, los públicos de España, Portugal y Latinoamérica prefieren las películas nacionales respectivas, luego los de “otros de Esuropa” (es decir, que no son ni España ni Portugal), y luego vienen en el orden de la taquilla los de la región iberoamericana. Como un simple ejemplo más, vemos en el Cuadro 4 lo que sería la “oferta” y el

⁵⁶. Ver como ejemplos: García Canclini, N. et al (2003) *Situación Actual y Perspectivas de la Industria Cinematográfica en México y en el Extranjero*. México: Imcine. Informe de Investigación; Perelman, Pablo y Paulina Selvach (s/f) *La Industria Cinematográfica en la Argentina: Entre los Límites del Mercado y el Fomento Estatal*. Buenos Aires: Observatorio de Industrias Culturales, Núm 1; Silva Soto, Daniela (2000) *El Fomento a la Actividad Cinematográfica de la Ley de Cine y su Aplicación en los Largometrajes Nacionales Estrenados en La Paz, durante 1995*. La Paz: Tesis de Grado, Universidad Mayor de San Andrés; Secretaría do Audiovisual (2000) *Diagnóstico Governamental da Cadeia Produtiva do Audiovisual*. Brasilia: Ministerio da Cultura, Secretaria do Audiovisual; CNCA (2003) *Apuntes Acerca del Audiovisual en Chile*. Santiago: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes; Zuleta, L. et al (2000) *Impacto del Sector Cinematográfico sobre la Economía Colombiana: Situación Actual y Perspectivas*. Bogotá: Corporación Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica-Proimágenes en Movimiento; Guzmán Cárdenas, Carlos (2001) *Estado Actual del Sector Audiovisual Venezolano (... que hay Cine después del Cine)*. Caracas: CONAC/Ministerio de Educación, Cultura y Deportes.

⁵⁷. Tunstall, Jeremy (1977) *The Media are American. Anglo American Media in the World*. Nueva York: Columbia University Press.

⁵⁸. Distribución de Cine Iberoamericano: Diagnóstico y Estrategias. Madrid: Media Research & Consultancy-Spain (Resumen ejecutivo).

“consumo” cinematográficos en Argentina, en 2002. Se puede ver que, a pesar de que en términos de número de títulos (aunque no están ponderados por número de salas y semanas de exhibición), el 2.6% de los filmes exhibidos eran de América Latina, pero en términos del número de espectadores, el dato no llega *ni a medio punto porcentual*.

Cuadro 4

Argentina: Núm. de Películas y Espectadores, por Origen				
2002				
País	Películas	%	Espectadores	%
Estados Unidos	154	50.5%	25,606,804	80.6%
Argentina	55	18.0%	3,255,779	10.2%
Europa	70	23.0%	2,735,797	8.6%
Otros	3	1.0%	87,091	0.3%
América Latina	8	2.6%	60,700	0.2%
Asia y Oceanía	4	1.3%	40,080	0.1%
Total	305	100.0%	31,789,281	100.0%

Fuente: *La industria cinematográfica en la Argentina: Entre los límites del mercado y el Fomento Estatal*. Observatorio de Industrias Culturales, Núm. 1, 2004

En mayor o menor medida, es el caso por toda la región; los latinoamericanos no estamos acostumbrados a ver películas latinoamericanas (como no sean las nacionales, y siempre después de las estadounidenses). En una investigación comparativa reciente sobre la oferta cinematográfica en el continente americano, se encontró que la mayoría de las películas exhibidas (64%) eran de Estados Unidos, con un rango de 21.1% en Cuba y un 92.3% en Paraguay. En términos de oferta doméstica, Estados Unidos tuvo un 98% de películas nacionales en cartelera; “el segundo lugar en exhibición nacional lo tiene Cuba con 33.3% y en tercer lugar lo ocupa Argentina con un 21.3%”.⁵⁹ En este análisis, solamente ocho países americanos aparecieron con producción propia en sus carteleras (Argentina, Brasil, Canadá, Chile, Cuba, Estados Unidos, México y Panamá. Sin embargo, algunos otros como Perú y Ecuador aparecieron en la oferta, mediante coproducciones.⁶⁰ Por otra parte, en los quince países de la Unión Europea, entre 1996

⁵⁹. Robledo, D. et al (2003) “Oferta cinematográfica en el continente americano”, en *Hiper Textos*, Núm. 6, Enero-Junio (http://hiper-textos.mty.itesm.mx/mainframe_1.htm, bajado el 11/04/2003).

⁶⁰. Ibid.

y 2002, se proyectaron 91 filmes de América Latina.⁶¹ Como era de esperarse, el país en el que se exhibieron la mayoría de ellos (60.8%), fue España. En Portugal solamente se registraron 3,295 entradas, a una película brasileña (apostamos por *Estación Central*). La afinidad latina se nota en que, después de España, los dos países que más entradas registraron para películas latinoamericanas fueron Francia (14.3%) e Italia (6.9%). Pero, añade el informe, “la relativamente elevada proporción de entradas registradas en Gran Bretaña (8.1%) debería notarse: se debe esencialmente al éxito de *Estación Central* y a las dos películas mexicanas recientes *Y tu mamá también* y *Amores Perros*.”⁶² En el período de siete años analizado, los tres países que han proveído la mayor cantidad de filmes y de éxitos han sido Argentina (33 películas, con 42.5% de entradas), México (19 películas, 23.3% admisiones) y Brasil (17 cintas, 21.3% de las entradas). Sin embargo, hay también películas de Bolivia, Chile, Colombia, Cuba, República Dominicana, Jamaica, Perú y Uruguay, según la base de datos del Observatorio Europeo del Audiovisual.

Vemos, pues, que es importante fomentar el intercambio cinematográfico entre los países de Iberoamérica y expandir su circulación; crear públicos para este material que contiene elementos de afinidad cultural y lingüística, para lo que el fondo Ibermedia es un principio importante (ver Cuadro 5).

Cuadro 5

PROYECTOS FONDO IBERMEDIA					
Año	Países	CoProducciones	Desarrollo Proyectos	Distribución/ Promoción	Formación
1998	9	15	31	27 - 21 (*)	25
1999	10	14	30	21 - 22 (*)	27
2000	10	23	21	22	49
2001	11	26	24	13	32

Fuente: Moreno, J.M. (2002) "Hacia una Política Audiovisual Iberoamericana: El Caso de Ibermedia"
 (*) Esos dos años se probaron en forma separada, distribución y promoción.

Es cada vez más claro que cualquier cinematografía nacional o regional, que aspire a tener alguna presencia en los mercados internacionales, debe reforzar los mecanismos de *distribución*, pues ahí reside una de las más importantes “ventajas competitivas” de la industria audiovisual

⁶¹. EAO (2003) “Distribution on the European Union market: films from Central and Eastern Europe, the Mediterranean Basin, Africa, Latin America and Asia”, European Audiovisual Observatory. Report for the Conference on the Future of Cinema and the Audiovisual Sector Within the Framework of European Union Enlargement, 25-27 de mayo, 2003.

⁶². Ibid, Pág. 14.

estadounidense: su presencia oligopólica en prácticamente cualquier lugar de la Tierra.⁶³ Es interesante notar que, por ejemplo, en un seminario que organizó la oficina para América Latina de la Motion Picture Association, había prácticamente un consenso total entre los participantes latinoamericanos sobre la necesidad de la participación estatal en la industria cinematográfica, en particular en virtud del control oligopólico de la distribución, por parte de quienes convocaban a la reunión.⁶⁴ Una manera mediante la cual la propia MPA trata de “arreglar” el problema de la falta de presencia de la producción doméstica en los países latinoamericanos, es por la promoción de coproducciones entre las “majors” y empresas y organismos locales en cada caso. El gran problema es que nada garantiza el que estas coproducciones tengan acceso al mercado de Estados Unidos.

A MODO DE CONCLUSIÓN

Es fundamental que los latinoamericanos repensemos la manera en que nos estamos articulando al sistema-mundo del cibercapitalismo global, y la forma en que nos integramos económica, política y culturalmente. Durante los dos últimos decenios el “pensamiento único”, dominante, nos ha repetido machaconamente que el motor de la historia es el ajuste mutuo entre la oferta y la demanda. En el caso del audiovisual, a donde parecemos dirigirnos es hacia el “cinema único”.⁶⁵ Durante estos dos decenios, también, el culturalismo devenido en una especie de populismo de los receptores nos ha insistido también machaconamente en que los medios no tienen “efectos” sobre los receptores de sus mensajes, que son, en suma, “hermanitas de la caridad”. Que no hay procesos de homogeneización a partir del dominio de una sola visión del mundo (la occidental en su versión “americanizada”). Que en realidad hay una diversidad de formas de vestir jeans y comer hamburguesas. Que no hay identidades, sino sólo diversidades, mientras la nación más poderosa de la historia rebosa chovinismo nacionalista, defendiendo el derecho de controlar el petróleo y la(s) cultura(s) del planeta con las armas más sofisticadas que nunca hayan existido, además de mediante la persuasión mediática. Comenta Octavio Getino:

⁶³. Ramos, M. et al (2003) “Distribución y Exhibición Cinematográfica en el Continente Americano”, en *Hiper Textos*, Núm. 6, Enero-Junio (http://hiper-textos.mty.itesm.mx/mainframe_1.htm, bajado el 11/04/2003).

⁶⁴. MPA-LA (2002) “The current role of government in the national film industry”. Panel Discussion. Enero 28-29 (<http://www.mpaal.com/MPA-AL.htm>, bajado el 25/06/2003).

⁶⁵. Protzel, Javier (2002) “Los cines de América Latina frente a los rigores del *cinema único*”, en *Diálogos de la Comunicación*, Núm. 64, Noviembre (Lima, Perú).

La globalización económica, reforzada particularmente con la hegemonía política y militar norteamericana, tiende a proyectarse también sobre la cultura, no ya en un proceso de intercambio y “co-producción” democrática de identidades, sino como anulación de éstas, es decir, como obstrucción de las particularidades y las diversidades nacionales. En este contexto, aquella comunidad que por una u otra razón se ve obligada a visualizar permanentemente en las pantallas audiovisuales las imágenes de otras culturas, termina extrañándose a sí misma, dificultándose a la vez la construcción de su propia identidad.⁶⁶

Yo pienso que no solamente los países más avanzados económicamente de Iberoamérica, como Argentina, Brasil, España o México, pueden soñar con desarrollar un sector audiovisual nacional vigoroso, competitivo y creativo. Con un poco más de dificultad, pero también en la medida en que se sigan generando y aprovechando mecanismos como el fondo Ibermedia, las naciones más pequeñas también podrían lograr dotarse de una incipiente industria de la imagen. Es solamente cuestión de no permitir que predomine la fatalidad del mercado (un mercado que, por cierto, está muy lejos de cumplir los requisitos que dicta la propia ideología neoliberal, al encontrarse en constante proceso de concentración). No es mediante “leyes naturales” que finalmente semejan leyes de la selva, como podemos contribuir a salvaguardar la diversidad cultural en el mundo. La oferta y la demanda, de hecho, en algunos casos ejercen presiones estructurales que pueden lograr en el corto plazo mejoras en precios o incluso calidades de algunas mercancías (suponiendo mercados más o menos competidos). Pero inexorablemente somos testigos de que el capitalismo ciego nos lleva a afectar el medio ambiente, a acentuar las brechas entre ricos y pobres, a la pérdida de la biodiversidad, y a la disminución de la pluralidad cultural en este mundo que nos tocó habitar. Necesitamos políticas públicas creativas y orgánicas, que en el caso del audiovisual apoyen desde el desarrollo de los proyectos y la escritura de los guiones, la realización, el mercadeo y generación de públicos, la distribución y el consumo final. Necesitamos una confluencia, en el plano nacional, del Estado, la sociedad civil (con toda su diversidad), y lo que sí funciona del mercado, igual que necesitamos aprovechar los mecanismos de integración por solidaridad y voluntad política, en lugar de por un mecanismos que eternizan las desigualdades. En los últimos decenios se ha avanzado algo, pero es mucho lo que queda por delante.

⁶⁶. Getino, Octavio (1996) *La Tercera Mirada. Panorama del Audiovisual Latinoamericano*. Buenos Aires: Paidós, Pág. 14.

GILDA as an Industrial Object - Recuperating Textual Analysis Through Political Economy

Toby Miller

Gilda tries to get her dignity back through sex, Johnny through power—the same trophies many of us seek at Yale, the former on couches and the latter in classrooms—Eve Tushnet, Editor-in-Chief *The Yale Free Press* (1999)

Unlike economic neoconservatives, I do not assume the primacy of markets in allocating preferences. Unlike market researchers, I do not accept popular film's version of itself as a narrator of universal stories. Unlike textual analysts, I do not assume that it is adequate to interpret a film's formal qualities. And unlike the psy-complexes (psychology, psychoanalysis, psychotherapy and psychiatry), I do not seek to divine what is going on inside audiences' heads. Instead, I address film both theoretically and empirically, deploying methods from the left-liberal humanities and the radical end to social-science approaches to film, cinema, and media studies, via an admixture of critical political economy and cultural studies.

Socioeconomic analysis should be a natural ally of representational analysis in seeking to explain film. But a certain tendency on both sides has maintained that they are mutually exclusive, on the grounds that one approach is concerned with structures of the economy, and the other with structures of meaning. This need not be the case. Historically, the best critical political economy and the best cultural studies have worked through the imbrication of power and signification at all points on the cultural continuum. Graham Murdock puts the task well:

Critical political economy is at its strongest in explaining who gets to speak to whom and what forms these symbolic encounters take in the major spaces of public culture. But cultural studies, at its best, has much of value to say about ... how discourse and imagery are organised in complex and shifting patterns of meaning and how these meanings are reproduced, negotiated, and struggled over in the flow and flux of everyday life⁶⁷

Ideally, blending the two approaches would heal the 'sterile fissure'⁶⁸ between fact and interpretation and between the social sciences and the humanities, under the sign of a principled approach to cultural democracy. To that end, Lawrence Grossberg recommends 'politicizing theory and theorizing politics,' focusing on the contradictions of organizational structures, their articulations with everyday living and textuality, and their intrication with the polity and

⁶⁷ 1995: 94.

⁶⁸ Wayne 2003: 84.

economy, refusing any bifurcation that opposes the study of production and consumption, or fails to address axes of social stratification.⁶⁹

Many of us who are committed to political-economic, industrially oriented approaches to the media feel very critical of textual analysis. It seems impressionistic, diletantish, *belle-lettristic*. But does this have to be the case? Must there be such a separation between political economy and textual analysis? The life of any popular or praised text is a passage across space and time. That life is remade again and again by institutions, discourses, and practices of distribution and reception, from merchandising to reviews. The way a film is made is industrial, and so is its after-life. Both require analysis of the material conditions of existence: one of production, the other of circulation. Cultural historian Roger Chartier proposes a tripartite approach to textual analysis, *viz.* reconstruction of ‘the diversity of older readings from their sparse and multiple traces’; a focus on ‘the text itself, the object that conveys it, and the act that grasps it’; and an identification of ‘the strategies by which authors and publishers tried to impose an orthodoxy or a prescribed reading on the text’⁷⁰. He turns away from reflectionism, which argues that a text’s key meaning lies in its overt or covert capacity to capture the *Zeitgeist*, and rejects formalism’s claim that a close reading of sound and image cues can secure a definitive meaning. Because texts accrete and attenuate meanings on their travels, as they rub up against, trope, and are troped by other fictional and social texts, we must consider all the shifts and shocks that characterize their existence as cultural commodities, their ongoing renewal as the temporary “property” of productive workers and publics and the abiding “property” of businesspeople.

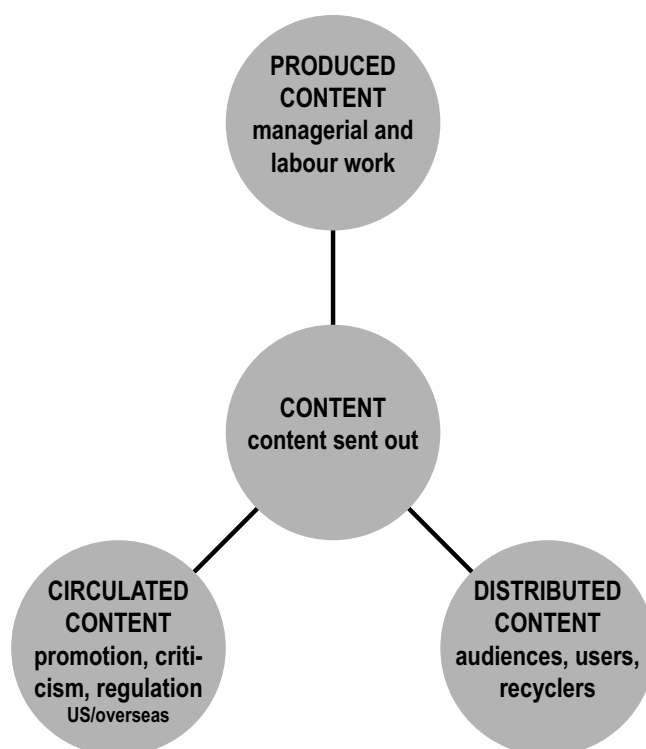
This method makes sense as guidance for tracking the life of the commodity sign. For media content is part of a multi-form network of entertainment, via CD-ROMs, the Web, DVDs, electronic games, TV, cellular phones, TiVo, and multiplexes. The brief moment when cinema, for example, could be viewed as a fairly unitary phenomenon in terms of exhibition (say, 1920 to 1950) set up the *conceptual* prospect of analysing content in academia, something that became *technologically feasible* with video-cassette recorders—just when that technology’s popularity compromised the very discourse of stable aestheticization. Now that viewing environments, audiences, technologies, and genres are so multiple, the movies are restored to a mixed-medium

⁶⁹ 1997: 4-5, 9-10.

⁷⁰ Chartier 1989: 157, 161-63, 166.

mode. No wonder some argue that ‘a film today is merely a billboard stretched out in time, designed to showcase tomorrow’s classics in the video stores and television reruns’ (Elsaesser 2001: 11)—an aesthetic ‘engine driving ... interlinked global entertainment markets’ (Prince 2000: 141). These entities have their own forms of life and sets of logics, which derive in part from their role in the labor process and signification, *and* as physical sites and mechanical and electronic objects that are located in space and perform certain functions.

I propose pluralizing and complicating content—understanding texts as existing in moments that spin their own tales of travel and uptake, as essentially unstable entities that change their very composition as they move across time and space. When it comes to key questions of meaning—what gets produced and circulated and how it signifies—I turn to a political-economic ethnography/ethnographic political economy to supplement the New International Division of Cultural Labor focus of my earlier work⁷¹. For a schema, see the figure above.



This paper offers an example of such an approach, applied to the career of the classic *film noir*, *Gilda*⁷². The Yale “correspondent” quoted above illustrates how key screen texts are taken up as guides for living, as when Ivy League scions use *Gilda* to conceptualize their quest for ‘vast sums of money and power’⁷³. A canonical film-studies text, *Gilda* has been the subject of much elegant criticism, but criticism that has been rather monistic its preoccupation and focus. My analysis, which incorporates a materialist history of the film’s meaning and life, reveals *Gilda* to be about

⁷¹ Miller *et al.* 2005a and b, Miller and Yúdice, 2004.

⁷² Charles Vidor, 1946.

⁷³ Tushnet, 1999.

spaces as much as psyches, something that emerges in its travels and citations as well as its form and style. Bearing in mind the importance of serving Yale's lusty and acquisitive leaders of the future, I come to renew textual analysis with an industrial focus, not to bury it.

Conventionally understood as a sexual drama, *Gilda* has been analyzed again and again in ways that pay insufficient heed to history and location, so taken are its critics with sex. The narrative backdrop to the film is that Ballin Mundson (George Macready) runs a casino in Buenos Aires. It provides money-laundering services for a global tungsten cartel run by German Nazis. Mundson himself is 'an Hitlerian presence,'⁷⁴ his facial lesion suggesting an aristocratic German past. The casino and the cartel represent a return to international domination, for as he says, 'a man who controls a strategic material can control the world ... of stupid little people.' Mundson repeatedly disappears into 'the interior,' a mysterious site beyond urban norms, and he is reluctant to celebrate the end of the War. Two of his associates are central to the film: a new and much younger wife, the eponymous Gilda (Rita Hayworth), and a new and much younger personal (non-digital) assistant, Johnny Farrell (Glenn Ford).

There are numerous signs that Mundson and Johnny are lovers in off-screen space, such as uncharacteristically lengthy glances between the two men and references to 'gay life.' Ford claimed that he and Macready 'knew we were supposed to be playing homosexuals'⁷⁵ in a world that film-studies scholar Richard Dyer imagines as 'caught between gayness, in no way portrayed positively, and sado-masochism'⁷⁶. It also seems probable that Johnny and Gilda *used* to be lovers, as part of the back story. When added to Gilda's repeated efforts to elude the controlling *paternosters* and physical constraints of men, these signs have rightly fascinated feminist and queer critics⁷⁷. And their investment in psychoanalysis is encouraged and interpellated by the script's zealously obedient Freudianism:⁷⁸ Gilda "complains" that 'I can never get a zipper to close. Maybe that stands for something'; she taunts Johnny's closeness to Mundson ('Any psychiatrist would tell your thought-associations are revealing'); Mundson has an ebony walking stick that turns into a blade and is his 'little friend'; he insists to Johnny that 'I must be sure that there is no woman anywhere'; and Johnny tells him 'I was born the night you met me.' For the

⁷⁴ Higham and Greenberg 1968: 46.

⁷⁵ quoted in Russo 1987: 78.

⁷⁶ 1993: 71.

⁷⁷ Doane 1991: 99-118; Dyer 1993: 70-71.

⁷⁸ Christopher 1997: 141.

likes of *noir* historian Frank Krutnik, *Gilda* is ‘perhaps the high-watermark of 1940s erotic displacement’⁷⁹.

And “perhaps” it is. But that much-studied eroticism—or its watermark—have a geohistorical lineage beyond World War II and male-female-male triangulation, a history and a future beyond the boundaries of the film and its Freudianism that could undoubtedly enrich our understanding. For example, Hayworth embodied a new Hollywood aesthetic of difference—won at a price. Her “real” name was Margarita Carmen Delores Cansino, and her parents were New York dancers, her father a Spanish *Sephardim*. After the family moved West, Margarita was dancing at fifteen at the Agua Caliente Jockey Club just north of the US-Mexican border, a favored locale for gangsters and film producers, where she was transmogrified by a Hollywood mogul into Rita, and placed in several pictures as ‘the Dancing Latin.’ Her dark hair was dyed auburn, and she underwent two years of electrolysis to raise her hairline from a supposedly Latina look to what were deemed Anglo norms. Columbia Pictures executive Harry Cohn adopted her as his *protégée*, and instructed producer Virginia Van Upp to manufacture a starring vehicle for her. Thus *Gilda*⁸⁰. Hayworth’s sultry torch-singer activities and exotic dancing in the film made her famous. A study of working-class women viewers in Chicago in the mid-1950s found that she represented ‘luxury and glamour ... a dashing hero ... more concerned with the now than with the future,’ and sexually available: ‘She’d like a man that could give her anything she wants. ... She just wants to show off Rita Hayworth’⁸¹. No wonder that when an atomic bomb was tested in the Bikini atoll, it was named Gilda and carried images of Hayworth⁸². French T-shirts depicted her as ‘La vedette atomique’ (the atomic scout)—a sign of the volcanic power associated with her semiosis in the film.

While textual analysis tends to overlook *Gilda*’s connections to the economic and the geopolitical, references to such issues abound in the film, aptly understood by the *Village Voice* as ‘the most prominent big-business-as-underworld noir.’⁸³ Place is very consequential. As readers of *Eptic* will be aware, Argentina is the most European of all non-European nations, because of

⁷⁹ 1991: 51.

⁸⁰ Muller 1998: 96-97.

⁸¹ Elkin 1955: 99, 103-04, 106.

⁸² Muller 1998: 98; Inclan, 2005.

⁸³ “Red Harvest,” 2002.

its population growth from 1880 to 1920, which drew principally on migration from Spain, Italy, Russia, and Central Europe. When added to immigrants from nearby Latin American countries, it also became the most urban country in the hemisphere, as rapid economic expansion between 1870 and 1930 ushered in a significant middle class and infrastructural development. But the Depression eroded the country's export markets in wool, grain, and beef, and fractured society. This led to fifty years of populist/authoritarian regimes and dictatorships, and a concentration of wealth in elites. A *coup* in 1930 put the middle class, the military, and the traditional oligarchy in power. Argentina became the centerpiece of Nazi espionage in Latin America, with a spy ring established there in 1937 that also embarked on propaganda, assessing US cultural exports and recruiting fellow-travelers. Successive unstable regimes followed until a further *coup* in 1943 led by Fascist sympathizers, notably Juan Perón and his wife, Eva—she of *Evita*⁸⁴, in which Madonna strips with her gloves as per Hayworth in *Gilda*⁸⁵. In 1944, Argentina finally ended diplomatic relations with Germany, and arrested some of its spies⁸⁶.

The Peróns dominated the political stage by the end of World War II. In 1946, he became President, leading a bulky, awkward coalition of right and left-wing workerist populism cobbled together from the urban proletariat, the lower-middle class, and rural workers⁸⁷. Perón's decade in power saw the nation become a 'preferred haven for tens of thousands of Nazi war criminals and fellow travelers.' Many departed Nazis went on to fruitful careers as advisors to right-wing dictatorships across Latin America. They brought with them large sums of money, much of which was deposited in accounts under Eva Perón's control, and there were crucial links to Siemens, the German electronics multinational. Meanwhile, Argentina's application to join the UN, resisted by the Soviet Union because of the nation's late decision to turn against Fascism, was railroaded through by the US, anxious to add to the list of client states that would give it a majority in the new body⁸⁸. As part of the Cold War, the US Government blended a few anti-Fascist criticisms of Perón (a consequence of his anti-*Gringolandia* rhetoric) with a program of aid to some ex-Nazis⁸⁹.

⁸⁴ Alan Parker, 1996.

⁸⁵ Savagliano 1997: 163.

⁸⁶ Polmar and Allen 1989: 54.

⁸⁷ Vacs 2002: 400, 402-05.

⁸⁸ Paterson 1992: 35.

⁸⁹ Lee 2000: 109-13.

Johnny's first line of dialogue in the film, as the camera tilts slowly upwards to show the *gringo* street gambler's thrown dice, is extra-diegetic narration, and it speaks to the attitude of the US towards Latin America from both ruling class and *petit-bourgeois* levels: 'To me a dollar was a dollar in any language. ... I didn't know much about the local citizens.' When two Nazis later dismiss him as an 'American Indian,' meddling where he is not welcome, Johnny proudly avows that this is his fate—manifest destiny goes global. Johnny's makeover from surly swindler to glamorous gambler is achieved blithely: 'By the way, about that time the War ended,' he offers in voice-over as a contextual counterpoint to the promise of transcendence implied in his oath to Mundson that 'I was born last night.' His character is as distant from time and space as his textual analysts.

Mundson's casino, where he goes to work, is a 'massive South American house of sin'⁹⁰. A sign of fabulous, corrupt modernity, the casino is for all the world an engine-room of pleasure and deceit, its huge rooms whirring with the sound and vision of spinning wheels, milling crowds, shimmering gowns, and dazzling lights. It represents the uneven modernity of Latin America, as tradition and development overlap in both contradictory and compatible ways. Buenos Aires comes alive in *Gilda* as a bizarre amalgam of sordid street life, glittering wealth, and winding, perennially dark, streets. Mundson is like a James-Bond villain in his perverse gaze on revelers from a concealed eyrie, his manipulation of other conspirators, and his determination to achieve international and interpersonal conquest. Indeed the setting calls up sequences of excess from a Bond film for the latter-day viewer.

'You can't talk to men down here the way you would at home. They think you mean it,' says Johnny to Gilda. When a gigolo dances with Gilda, and asks where she learnt to dance, her reply—'America'—draws puzzlement: 'This is not America?' The retort is perfect—her casual arrogance in appropriating the word "America" to stand for the US is problematised. Gilda goes on to use racial difference to inscribe sexual desire: 'I always say there's something about Latin men. For one thing they can dance. For another thing ...' She gives him her phone number. Johnny, who is excluded from the conversation because he is not *hispano hablante*, demands to know what was said. She deceives him, saying that she'd instructed the boy to 'hang up if a man answers.' There is no translation for the audience, so most US viewers are placed in the same

⁹⁰ Higham and Greenberg 1968: 46.

position as Johnny. They must rely on the account given by a woman who is being set up as simultaneously unreliable and desirable, at least by his lights. Yet her name signifies as *palabra de honor* in Spain⁹¹.

This high-tensile mix of eroticism references hot Latinism mediated through the painfully and painstakingly de-Latinized Hayworth, as well as major world events. It has left a deep historical trace. The contemporary leftist Mexican newspaper *La Jornada* included Johnny slapping Gilda as one of its remarkable fiftieth anniversary events⁹², while Madrid's *Expansión* metaphorized technology stock declines of late 2000 with reference to her⁹³ and *Urban Latino* magazine nominated Hayworth alongside Che Guevara amongst the sixteen sexiest Latin historical figures in 2001, thanks to her part in the film⁹⁴. When Madonna sang 'Rita Hayworth gave good face' in her song "Vogue," there is little doubt that she was alluding to this most famous of sexualized characters, and Pink Martin's 2001 album *Sympathique* pays tribute to the role. The popular periodical *Entertainment Weekly* put Gilda at number 21 in its 2002 list of "The 100 Greatest Performances Ignored by Oscar," and in 2004 the American Film Institute included Hayworth saying 'If I'd been a ranch, they would have named me the Bar Nothing' amongst the 400 most memorable lines of cinema⁹⁵.

The film's cultural intertextuality is crucial to any evaluation of its "meaning." Consider later film and television references: *Down to Earth*⁹⁶ brings back Macready's cane and Hayworth's dance, and *Gilda* is also a promotional intertext to Orson Welles' *The Lady from Shanghai* (1948), from the use of male voice-over and triangulation of desire through to setting and music⁹⁷. *The Bicycle Thief*⁹⁸ sees the protagonist making his way around town putting up sections of the *Gilda* poster, affirming his nation's poverty and indexing its obligation to accept Yanqui culture as part of the Marshall Plan⁹⁹. Macready reprises his part in a 1966 episode of *The Man from U.N.C.L.E.*, "The Gurnius Affair." A leftover escapee Nazi living in Central America, his

⁹¹ "Gilda," 2001.

⁹² Steinsleger, 1998.

⁹³ Caro, 2000.

⁹⁴ "EEUU-Hispanos," 2001.

⁹⁵ Bierly *et al.*, 2002; Spiegelman, 2004.

⁹⁶ Alexander Hall, 1947.

⁹⁷ McLean 2004: 130, 150.

⁹⁸ Vittorio De Sica, 1948.

⁹⁹ Trumbour, 2002; Pauwels and Loisen, 2003.

plans for global domination are colored by the intense delight he takes in the sadism of his junior underlings. That classic liberal moment of contemporary Hollywood, *The Shawshank Redemption*¹⁰⁰ is based on Stephen King's short story, "Rita Hayworth and the Shawshank Redemption." Tim Robbins' tunnel excavation from unjust and brutal imprisonment is secreted behind a classic *Gilda* poster¹⁰¹. Nicole Kidman's role in *Moulin Rouge!* was a *homage* to Gilda, as were characters from André Engel's latter-day version of Igor Stravinsky's *Rake's Progress* and David Lynch's *Mulholland Drive* (2001)¹⁰².

Such intertextuality also lives on in the fashion industry. In 1998, a yellow item worn by Hayworth in the film fetched 20,000 francs at auction.¹⁰³ Her black satin strapless evening dress became perhaps the most famous of all Hollywood garments, complete with interior harness, *grosgrain* beneath the bust, three stays, and plastic bars softened with a gas flame and placed around the top, thus defying the tendency of such items to fall.¹⁰⁴ Saks Fifth Avenue offered a short version of the gown in 2001,¹⁰⁵ when the "Gilda look" became *au courant* in London via 'a heavy, pale pancake foundation applied with a sponge, and lashings of pale powder,' definition thanks to mascara and eyebrow pencil, blue-red lipstick with a brush, and Vaseline for gloss. The hair relied on Titian reds and golden chestnuts plus medium rollers, topped off with beer or tea to set it.¹⁰⁶ The Gilda style was *de rigueur* at Naomi Campbell's St Tropez birthday party during the 2004 Cannes Festival, and Edinburgh's *Evening News* could imagine nothing better to enliven Hogmanay.¹⁰⁷ Rumors that the proverbial "little black dress" was on the way "out" that year quickly led to rearguard actions, based on the certainty that the Gilda look made '[m]en's jaws drop, from shock and awe,'¹⁰⁸ while Garnier's summer 2005 cosmetics line was headed by a British *Big Brother* presenter made up to resemble the role. Watching the film was even recommended to restore the joys of Flamenco-dancing to a shell-shocked US after 11 September

¹⁰⁰ Frank Darabont, 1994.

¹⁰¹ Vilar, 2002.

¹⁰² Frois, 2001; Roux, 2001; Ebert, 2001.

¹⁰³ Tariant, 2001.

¹⁰⁴ Vallance, 1997; Horwell, 1997.

¹⁰⁵ "Modern," 2001.

¹⁰⁶ Polan, 2001.

¹⁰⁷ Davidson, 2003.

¹⁰⁸ Woods, 2004.

2001. It continued to fascinate the Valencia smart-set, and invigorated costumes for Comédie Française Molière revivals and 2005-06 Parisian *prêt-à-porter*.¹⁰⁹

The US Alzheimer's Foundation sold a Gilda doll in 2000, and held its 2004-05 New Year's Ball with Gilda look-alikes stalking the room, recalling Hayworth's finest hour and later illness. No wonder that film director Ridley Scott, looking back forty years to his childhood memories of the movie, said 'that's where I fell in love with Rita Hayworth. ... Those were the days when you could sit and watch the film twice, and I refused to leave. It was quite an adult movie.' As Sharon Stone put it, '[s]ometimes I think she got Alzheimer's because she so desperately wanted to forget being Gilda.'¹¹⁰ For Spanish viewers of the 1970s, seeing the semi-striptease performance of "Put the Blame on Mame" was a newish sensation—Franco-era censors had cut the original beyond recognition, and the Roman-Catholic church had picketed what remained.¹¹¹

This life-after-the-text is available to a nimble industrial approach, but seemingly not to the always-already known world of psychoanalysis. Both the geopolitical setting of US foreign and cultural policy, and *Gilda*'s latter career, elude standard Anglo-Yanqui criticism. The implication is not to jettison texts, but to pluralize and complicate them as moments that spin their own tales of travel and uptake, essentially unstable entities that change composition while moving across time and space. When it comes to key questions of texts and audiences—what gets produced and circulated and how it is read—we must embark on an analysis of hysteresis that looks for overlapping causes and sites. In search of appropriate models or exemplars, I have turned to a political-economic ethnography/ethnographic political economy. Gilda and Johnny deserve as much.

¹⁰⁹ Ayuso, 2003; Torres, 2003; "La chronique," 2005; Champenois *et al.*, 2005.

¹¹⁰ quoted in Tilley, 1998.

¹¹¹ Vilar, 2002; Fortes, 2004; "Red-Hot," 2005.

REFERENCES

- “EEUU-Hispanos de la Renta, Che Guevara y Khalo entre los Latinos mas “sexy”.” 2001. *Spanish Newswire Services* 20 February.
- “Gilda.” 2001. <usuarios.iponet.es/dardo/revista/gilda.html>.
- “La chronique théâtrale.” 2005. *L’Humanité* 9 May: 20.
- “Modern Classics.” 2001. *In Style* October: 221.
- “Red Harvest.” 2002. *Village Voice* 9-15 October: 114.
- “Red-Hot Lavinia Takes it Lying Down.” 2005. *Daily Star* 26 April: 10.
- Ayuso, Rocio. 2003. “Hollywood-Flamenco.” *Spanish Newswire Services* 15 November.
- Bierly, Mandi, Scott Brown, Bob Cannon, and Steve Daly. 2002. “Overlooked: The 100 Greatest Performances Ignored by Oscar.” *Entertainment Weekly* 29 November: 41-72.
- Caro, Susana F. 2000. “La City culpa la volatibilidad.” *Expansión* 13 October.
- Champanois, Sabrina, Françoise Santucci, and Olivier Wicker. 2005. “Le bruit et la furrure.” *Libération* 5 March: 37.
- Chartier, Roger. 1989. “Texts, Printings, Readings.” *The New Cultural History*. Ed. Lynn Hunt. Berkeley: University of California Press. 154-75.
- Christopher, Nicholas. 1997. *Somewhere in the Night: Film Noir and the American City*. New York: Henry Holt.
- Davidson, Gina. 2003. “Play Goddess for a Hollywood-Style Hogmanay.” *Evening News* 18 December.
- Doane, Mary Anne. 1991. *Femmes Fatales: Feminism, Film Theory, Psychoanalysis*. New York: Routledge.
- Dyer, Richard. 1993. *The Matter of Images: Essays on Representations*. London: Routledge.
- Elkin, Frederick. 1955. “Popular Hero Symbols and Audience Gratifications.” *Journal of Educational Sociology* 29, no. 3: 97-107.
- Elsaesser, Thomas. 2001. “The Blockbuster: Everything Connects, but not Everything Goes.” *The End of Cinema as We Know it: American Film in the Nineties*. Ed. Jon Lewis. New York: New York University Press. 11-22.
- Grossberg, Lawrence. 1997. *Bringing it all Back Home: Essays on Cultural Studies*. Durham: Duke University Press.
- Higham, Charles and Joel Greenberg. 1968. *Hollywood in the Forties*. London: Tantivy Press/New York: AS Barnes.
- Horwell, Veronica. 1997. “The Talk of the Gown.” *Manchester Guardian Weekly* 4 May: 24.
- Inclan, Ramon. 2005. “Ecos del ayer.” *La Opinión* 8 May.
- Krutnik, Frank. 1991. *In a Lonely Street: Film Noir, Genre, Masculinity*. London: Routledge.

McLean, Adrienne L. 2004. *Being Rita Hayworth: Labor, Identity, and Hollywood Stardom*. New Brunswick: Rutgers University Press.

Miller, Toby et al. [Nitin Govil, John McMurria, y Richard Maxwell]. 2005a. *El Nuevo Hollywood: Del Imperialismo Cultural a las Leyes del Marketing*. Trad. Núria Pujol i Vals. Buenos Aires: Ediciones Paidós Ibéricas.

Miller, Toby et al. [Nitin Govil, John McMurria, Richard Maxwell, and Ting Wang]. 2005b. *Global Hollywood 2*. London: British Film Institute.

Miller, Toby y George Yúdice. 2004. *Política Cultural*. Trad. Gabriela Ventureira. Barcelona: Editorial Gedisa.

Muller, Eddie. 1998. *Dark City: The Lost World of Film Noir*. New York: St. Martin's Griffin.

Murdock, Graham. 1995. "Across the Great Divide: Cultural Analysis and the Condition of Democracy." *Critical Studies in Mass Communication* 12, no. 1: 89-95.

Polan, Brenda. 2001. "Rita Hayworth was the Ultimate Feelgood Girl for Feelbad Times." *Daily Mail* 19 November: 43.

Prince, Stephen. 2000. *History of the American Cinema, Volume 10: A New Pot of Gold Under the Electronic Rainbow, 1980-1989*. New York: Charles Scribner's Sons.

Roux, Marie Aude. 2001. "The Rake's Progress, descente en enfer dans le grand music-hall de la vie." *Le Monde* 24 November.

Russo, Vito. 1987. *The Celluloid Closet: Homosexuality in the Movies*, rev. ed. New York: Harper & Row.

Savagliano, Marta. 1997. "Evita: The Globalization of a National Myth." *Latin American Perspectives* 24, no. 6: 156-72.

Tariant, Eric. 2001. "La vogue des affiches de cinema." *Le Monde* 9 April.

Tilley, Steve. 1998. "Kinder, Gentler Sharon Stone at 40." *Edmonton Sun* 10 October: 33.

Torres, Monica. 2003. "El mito de 'Gilda' revive en el calor de la noche valenciana." *El País* 31 July: 1.

Tushnet, Eve. 1999. "Rita Hayworth at Yale, or Education is for the Weak." *Yale Free Press*.

Vacs, Aldo C. 2002. "Argentina." *Politics of Latin America: The Power Game*. Ed. Harry E. Vanden and Gary Prevost. New York: Oxford University Press. 399-435.

Vallance, Tom. 1997. "Obituary: Jean Louis." *Independent* 25 April: 18.

Vilar, Iván Bono. 2002. "Gilda: La Diosa del Amor." <www.eldigoras.com>.

Wayne, Michael. 2003. "Post-Fordism, Monopoly Capitalism, and Hollywood's Media Industrial Complex." *International Journal of Cultural Studies* 6, no. 1: 82-103.

Cinema e Pensamento Brasileiro

Regina Mota¹¹²

Há muito venho pensando sobre a relação do cinema e do pensamento no Brasil, tendo como ponto de partida o movimento do Cinema Novo, na década de 60. Parto do princípio de que os filmes, textos da época e críticas espelham a visão de um país que precisava ganhar contornos próprios, texturas, cores e imagens que traduzissem a sua complexidade para além das meras constatações de sua condição subdesenvolvida.

O aspecto libertador da linguagem cinematográfica¹¹³ seria então o mote para a emergência de um pensamento audiovisual vigoroso, original e que por isso mesmo, resiste ao tempo. O cinema seria uma linguagem que se identifica com o próprio jeito de ser de uma cultura mestiça cuja principal característica é transformar influências advindas de campos diferentes da expressão artística, produzindo um contínuo movimento de mudança e de renovação.

Os pensadores, fruto da efervescência política e cultural da década de 50 e 60, traziam como bagagem o conhecimento das imagens em movimento dentro da visão da crítica cinematográfica brasileira, capitaneada por homens de letras com Paulo Emílio Salles Gomes, Walter da Silveira, Salvyano Cavalcanti, Alex Vianny entre outros que nos quatro cantos do país didatizavam os contextos e significados dos cinemas europeu, soviético e norte-americano.

¹¹² Regina Mota é doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP e autora do livro *A Épica Eletrônica de Glauber - um estudo sobre cinema e tevê*. Belo Horizonte, UFMG, 2001. É professora do programa de Pós-graduação e do Departamento de Comunicação Social da FAFICH/UFMG.

¹¹³ O debate de idéias que caracterizou o fenômeno dos cinemas novos, ou jovens cinemas, como nomeava Louis Marcorelles, tematizava a emergência não apenas de uma nova linguagem, mas a criação de dialetos. O cinema seria então uma língua que por sua materialidade sonora e visual poderia demarcar as diferenças na representação audiovisual do terceiro mundo e, no caso, da América Latina. Vale aqui a citação de José Carlos Avellar: “O que se discutia não era a criação de uma gramática normativa. Não era a unificação da linguagem. Tratávamos, isso sim, de desenvolver uma expressão tal como a língua viva se faz e se transforma continuamente como diálogo entre as diferentes linguagens sociais, entre as várias palavras, dialetos, gírias profissionais, e expressões poéticas nascidas de distintas práticas e concepções do mundo. Singularidade plural. Tratávamos de pensar o cinema latino-americano como um diálogo entre as naturalmente diversas experiências da cada país. Pensar cada filme como imagem completa mas inacabada. Como língua mas como dialeto. Como expressão independente mas dependente do diálogo de diferentes formas de expressão. **Pensar o cinema como vontade de conversar através de filmes** (grifo meu).” AVELLAR, José Carlos. *A Ponte Clandestina*. São Paulo, 34, 1995. p.95

A matriz desse pensamento seria a crítica, ensaiada por quase todos os jovens que se transformaram em realizadores, assim como os críticos reunidos em torno de André Bazin no *Cahiers du Cinéma*, referência obrigatória para todos eles. Às influências locais, somaram-se o modo pensante da reelaboração audiovisual do pós-guerra, divisor de águas entre uma e outra maneira de se ver o mundo através então das feridas e do vazio, deixados pelo conflito mundial.

Ver e escrever sobre filmes italianos, franceses ou americanos não era mais suficiente diante da necessidade de se reelaborar as próprias imagens produzidas na cinematografia incipiente do país, cuja pretensão, no final dos anos 50, era a de se igualar aos modelos industriais e bem sucedidos, dominantes nas salas de exibição de todo o país¹¹⁴.

No processo de reelaboração era necessário olhar para dentro de si para fazer emergir algo distinto daquilo que nos representava classicamente em clichês e estereótipos de uma nação exótica, paradisíaca e tropical. Tratava-se de encontrar o equivalente em imagens, daquilo que já estava esboçado na literatura, na poesia, na música, nas artes plásticas mas que ainda não tinha adquirido forma cinematográfica, há não ser em filmes pouco conhecidos, de pioneiros brasileiros, sobretudo os de Humberto Mauro¹¹⁵, de quem os cinemanovistas tiraram os seus primeiros ensinamentos. Ao contrário das comédias de costumes das chanchadas, Mauro trazia para as telas um lirismo intuitivo, que vai marcar a sua poética cachoeira cinematográfica. Os inúmeros achados presentes nos seus filmes mostraram aos jovens realizadores as possibilidades inventivas do cinema de baixo custo e recursos técnicos, onde o que salta aos olhos é a reelaboração da paisagem como um personagem, e não mais como cenário exótico. Mauro revela através do seu humor e erotismo sutil, a possibilidade de uma nova abordagem para o cinema brasileiro, onde o homem ocupa o centro da cena, com todas as suas contradições.

Se o neo-realismo italiano propunha como método uma abordagem direta do real, onde o cenário e a vida se constituíam na matéria fílmica, expondo o espectador à ruína humana, então a

¹¹⁴ A referência aqui diz respeito à última fase do cinema nacional antes do advento do Cinema Novo, onde se formou inclusive uma parte dos técnicos e realizadores pioneiros do movimento, como o próprio Nelson Pereira dos Santos. O Estúdio Vera Cruz, criado nos moldes europeu e norte-americano, pretendia com seus diretores italianos domesticar a luz e a riqueza cultural brasileira para consumo internacional. Em nada os filmes da Vera Cruz se parecem com a bem sucedida chanchada brasileira, que como afirma Paulo Emílio Salles Gomes, se processou durante cerca de vinte anos, contrária ao interesse estrangeiro já que estava vinculava à expressão cultural do país. Salles Gomes, alerta no entanto, que essas obras com passagens antológicas traziam, como seu público, a marca do mais cruel subdesenvolvimento. GOMES, Paulo Emílio Salles. *Cinema - Trajetória no subdesenvolvimento*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1986 p.91

¹¹⁵ Para Glauber Rocha, Humberto Mauro era o elo inicial do cinema novo que foi sacrificado pela estrutura primária da cultura cinematográfica no Brasil, o que limitou sua profícua influência e possível significado nas primeiras décadas do século XX. ROCHA, Glauber. *Revisão Crítica do Cinema Novo*. São Paulo, Cosac e Naify, 2003. p.47

lição brasileira neo-realista começava com o uso da câmera que saia do estúdio sem filtros, sem tripé, livre para se inquietar diante da paisagem nua das favelas e do sertão.

O primeiro ensaio desse pensamento é *Rio 400* (1953) uma obra inaugural, que rompe com a estrutura narrativa característica do cinema brasileiro, impondo às imagens um caráter reflexivo pelo seu aspecto intencionalmente documental¹¹⁶. O filme de Nelson Pereira dos Santos conta histórias paralelas costuradas pela ação de um grupo de garotos vendedores de amendoim, moradores de uma favela do Rio de Janeiro. Os episódios se alternam sob um ritmo de montagem já inovador, que faz de Santos um dos grandes mestres da finalização cinematográfica¹¹⁷, lugar por excelência da produção de sentido do filme.

Vemos o Rio de Janeiro estourado na luz de verão, com planos inusitados ressignificados, a partir da inserção de personagens reais da vida carioca. Santos não cria cartões postais, mesmo utilizando a iconografia do Rio, por uma clareza de sentido que se impõe desde o início do filme, no contato com o mundo sem charme da favela do jacarezinho.

Talvez o primeiro intuito desse pensamento tenha sido a simples aproximação do cotidiano, ainda tão ausente da mentalidade de boa parte dos brasileiros. Ela vai se repetir em diversos filmes urbanos e cariocas como *Opinião Pública*, de Arnaldo Jabor e *Cinco vezes favela*, filme proposto pelo CPC da UNE e em obras baseadas nas histórias da vida real escritas por Nelson Rodrigues, que serviu de fonte inspiradora de roteiros¹¹⁸, já na década de 60.

Ali começamos a realizar a difícil tarefa de vermos a nós mesmos no pequeno, pobre e limitado mundo do dia a dia do brasileiro: como vestimos, como divertimos, como comemos e trabalhamos, sem o folclore amenizador das chanchadas da Atlântida. Nenhum desses filmes explora a trama, a intriga ou a violência como ingredientes narrativos. Além das paisagens,

¹¹⁶ Rio 400 foi censurado pelo chefe de polícia Meneses Cortes que alegou que o filme só apresentava aspectos negativos do Brasil, o que segundo Pereira dos Santos, era uma coisa inédita. O filme foi liberado em dezembro de 1955 após uma intensa campanha da imprensa, despertando assim o interesse do público para película, que caso contrário, passaria despercebida. VIANY, Alex. *O processo do cinema novo*. Rio de Janeiro, Aeroplano, 1999. p.491.

¹¹⁷ Nelson Pereira dos Santos deixou essa marca em apenas 3 filmes de outros autores. Ele foi responsável pela montagem de *Barravento*, de Glauber Rocha, e do episódio *Pedreira de São Diogo* e do documentário *Maioria Absoluta*, ambos de Leon Hirzman.

¹¹⁸ Vários filmes do Cinema Novo foram realizados a partir da obra de Nelson Rodrigues, às vezes com a sua colaboração como é o caso de *O Beijo*, de Fávio Tambellini, cujos diálogos foram reescritos por ele, para o filme. Nelson Pereira dos Santos inaugura a série de filmes rodriguanos com *O Bôca de Ouro*, em 1962, seguido de *Bonitinha mas ordinária*, em 1963 e do primeiro longa-metragem de Leon Hirzman, *A falecida*, em 1965. Nelson Rodrigues, já responsável pela renovação da dramaturgia brasileira, ao libertar o teatro das peças de costume, dá ao cinema a sua contribuição temática e reflexiva sobre a condição humana do caráter brasileiro, registrado em crônicas e nas suas inúmeras peças teatrais.

também as pessoas são reais assim como os cenários e os interiores, e ilustram a existência dos diversos brasis e a frágil ligação entre seus elos - da favela a zona sul.

As formas de sobrevivência com os componentes da violência e da fome já estão enunciadas nesses primeiros filmes, assim como o gosto estético pelo samba, carnaval e futebol, desconstruídos em parte, ao serem narrados a partir da lógica interna em contraposição à sua folclorização.

Em *Couro de Gato*, episódio do filme *Cinco Vezes Favela*, os garotos favelados de *Rio 400* reaparecem agora roubando gatos que vão se transformar nos tamborins das baterias das escolas de samba. Tudo seco e plano a não ser pelo destaque das trilhas sonoras, que será também um traço peculiar desse pensamento. A fábula narrada com todos os recursos do cinema novo é marcada também pelo documentário, ampliando o registro dos personagens cariocas. O caráter social que caracteriza todos os episódios forçando uma representação do popular, não impede no entanto a emergência dos novos meios de dizer o país, cuja marca será mais do que ideológica, poética.

Mesmo um filme de enredo fraco, proselitista e óbvio na sua denúncia social tem o mérito de voltar para nós o espelho, para o qual tradicionalmente temos evitado o olhar. É o que vemos em *A Grande feira* e *Tocaia no Asfalto*, de Roberto Pires, ensaios ainda mal resolvidos na construção de personagens e argumento, mas ricos em experimentos cinematográficos de câmera, luz e montagem conceituais, além de eternizarem retratos documentais da Bahia, no início dos anos 60. É o que aparece numa cena antológica no final de *Tocaia no Asfalto*, orquestrada pela trilha e por uma câmera ágil que sequencia num crescendo, as imagens barrocas do cemitério, animadas de forma expressiva, criando a tensão para o desfecho. Toda uma dialética da tradição brasileira está ali representada através do arcaísmo das violentas relações de poder e da potência libertadora da construção das suas imagens.

A consciência das imagens

A realidade brasileira passou para segundo plano nas idéias e interesses das obras culturais, incluindo boa parte da produção acadêmica, que ainda investe no ajuste daquilo que somos com aquilo que deveríamos ser.

O debate que refletia o caráter dependente da nossa marca colonial cedeu lugar a uma integração da dicotomia ocupantes/ocupados¹¹⁹, onde o vencedor é o termo forte. Na verdade, nos tornamos quase todos ocupantes em nosso próprio país, onde os ocupados são números, não publicam artigos, e não têm imagem a não ser quando invadem terras ou são vítimas de enchentes e outras tragédias.

O centro nervoso do pensamento impresso nos filmes do Cinema Novo é a dialética e não a dicotomia dessa condição original do país e do povo brasileiro e revela o desejo se enunciar algo para além da mera constatação de que somos um povo duplamente colonizado por mitos internos e externos¹²⁰. É nesse ponto que esse cinema é bem sucedido porque enquanto narrativa de origem os mitos não têm tempo e permanecem ainda hoje comunicando na tela as nossas visões desse mundo e, principalmente, as nossas ilusões.

Mas esse pensamento que toma para si a tarefa de desconstruir mitos é feito pelas vias audiovisuais, numa elaboração épica que transcende a realidade imediata dos fatos narrados.

Ela acontece ora nos sertões, aqui utilizado como lugar ou não-lugar do imaginário, povoado apenas por almas ancestrais de guerreiros, de heróis miseráveis, cuja fraqueza e o despoder valem tanto quanto a força e a resistência do seu caráter. Espaço mítico, seco e vazio capaz de evocar o real pela falta, pela ausência de tudo o que poderia fazer da vida algo mais palatável.

Então essas imagens fazem sofrer, incomodam e “ferem os olhos” provocando, ao nos incluir na paisagem¹²¹, um despertar de uma consciência inconsciente. É ali que começa a se romper o mito e a emergência de uma visão ampliada do espaço que pode até levar ao mar, no qual esse sertão, quem sabe, poderá se transformar.

¹¹⁹ Referência aos termos utilizados por Paulo Emílio Salles Gomes no ensaio *Cinema - trajetória no subdesenvolvimento*, tese que analisava a relação e a representação do cinema no Brasil a partir dos possíveis conflitos de interesses entre brasileiros/ocupados e estrangeiros/ocupantes, estabelecendo o seu significado para o cinema nacional. Gomes reflete o estado de domínio da indústria cultural pelos exploradores norte-americanos, e reconhece que a identificação do público com esses produtos foi tamanha, que eles adquiriram status de “coisa nossa”. É dessa análise que surge a sua máxima “de que nada nos é estrangeiro pois tudo o é”. GOMES, Paulo Emílio Salles. *Cinema - Trajetória no subdesenvolvimento*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1986 p. 90

¹²⁰ Gilles Deleuze também analisa o processo de rompimento do cineasta com o papel de colonizado sem que isso implique numa adesão ao colonizador, ainda que esteticamente ele sofra as influências desse último. Citando Kafka, Deleuze defende a possibilidade do cineasta do terceiro mundo ser capacitado a expressar forças potenciais criadoras de uma outra visão dos mitos colonizadores e ser um autêntico agente coletivo dessas forças. DELEUZE, Gilles. *Imagem-Tempo*. São Paulo, Brasiliense, 1990. p.264

¹²¹ JABOR, Arnaldo. Deus e o Diabo na Terra do Sol. in LABAKI, Amir. *100 anos de cinema*. São Paulo, Folha de São Paulo.p.70

A dualidade sertão-mar nos define desde sempre nas suas incontidas dimensões, onde o elo é a terra. É na disputa pela terra que brotam também os nossos mitos arcaicos, que mantiveram as formas de submissão e de exploração do homem pelo homem no Brasil. É dela, da falta dela que surge a fome que vai dar forma ao pensamento cinematográfico de *Deus e o Diabo na Terra do Sol*, *Os Fuzis*, *Vidas Secas*, *O grito da terra*, *A hora e a vez de Augusto Matraga*. Esses não são apenas filmes mas tratados que nos fazem ver o funcionamento da fome, e do seu maior sintoma, a violência. Programaticamente construída, a violência é a didática que pode revelar ao explorador a existência do explorado, que pode desalienar a classe média e os intelectuais, que também e ainda se identificam com o explorador¹²².

No início de *Os Fuzis*, um documentário narrado ao som de uma matraca anuncia o desôlo dos flagelados da seca. Nada ali nos parece estranho se comparado a tudo que vemos nos telejornais nacionais: pobreza, falta de trabalho, de água e comida. A inovação da narrativa se dá pelo enxugamento do argumento: esfomeados numa localidade do sertão onde a comida estocada nos armazéns será vigiada por uma milícia até o seu transporte para o comércio de outra cidade. Essa reportagem feita por uma câmera inquieta e ágil vai aprofundar a vida de alguns personagens: os que estão ali para impedir pela violência, se necessário, a violência dos miseráveis.

Em todos esses filmes há uma espera. Essa espécie de latência conformista, de aceitação da própria condição sempre liderada por algum tipo salvador é tormentosa e obriga o espectador a atravessar a história sem saber ao certo o que deve esperar. O importante é que ele caminhe lentamente com os flagelados, cantando suas ladainhas, velando seus difuntos e sentindo a secura da farinha e o calor do sol cáustico.

A contra-parte da fome é a morte que surge quase gratuita nessa obra, onde a tensão é o fio condutor, apenas para explicitar o mecanismo da violência, que vai num crescendo até explodir no final com o boi santo sendo morto e escarnado pelos famintos paralelo à caçada ao personagem deflagrador.

¹²² Esses preceitos foram enunciados no manifesto *A Estética da Fome*, de Glauber Rocha, referência que orienta boa parte das análises desse artigo. ROCHA, Glauber. *Revolução do Cinema Novo*. Rio de Janeiro, Alhambra/Embrafilme, 1981.

O pensamento se revela de forma exemplar no uso desse tipo de recurso - o personagem deflagrador, uma espécie de “contra-mito”¹²³. O gaúcho de *Os Fusis* e Antônio das Mortes em *Deus e o Diabo na Terra do Sol* cumprem essa função explícita - contrariar o mito. Eles não pertencem a nada, não buscam nada, não têm futuro nem salvação. Não são bons nem são maus, não têm nem boa nem má consciência dos problemas sociais nos quais atuam e protagonizam. Servem igualmente a Deus e ao Diabo, mas sobretudo ao autor que promove através deles “enunciados coletivos capazes de elevar a miséria a uma estranha positividade”¹²⁴. Boa parte desses enunciados eram incompreensíveis para a maior parte dos seus contemporâneos, que talvez fossem incapazes de reconstituir as suas partes.

Esses personagens falam da impossibilidade de superação das condições de vida da maioria da população brasileira enquanto ela for dominada pelos seus mitos. De outro lado, ensinam que a emergência de uma outra consciência só pode se dar por um estado de inconsciência, provocado pelo transe. É o que vemos acontecer com Rosa e Dadá, que se descolam do filme para poder significar aquilo que ainda não há, mas que é um vir a ser - a metade de um povo. Elas não entram na guerra, não sucubem às crenças, mas permanecem ao longo da travessia sem rumo pelo sertão, demonstrando uma imensa compaixão por todos nós (Manoel, Corisco...), pobres diabos.

Esse amor de violência e de compaixão será a marca constante dos filmes e a poética, eternizada na cena em que Corisco e Rosa se beijam desesperadamente, embalados pelo giro da câmera e da Bachiana número 5, de Villa-Lobos, que entendia no ouvido aquilo que Glauber inventava nas imagens¹²⁵.

Alí, o sonho nasce do real e não do inconsciente, criando novos meios para a experiência estética do espectador, tomado pelo vigor de uma música feita com a mesma matéria das

¹²³ Para Amengual, esse contra-mito não existe sem a forma artística nova que o autor inaugura no filme e que irá persistir em toda sua obra. ESTÊVE, Michel.(org.) Études cinématographiques. *Le cinema novo brésilien - Glauber Rocha*. Paris, Minard, 1973. n.97-99. p.57

¹²⁴ Deleuze ressalta como Ousmane Sembene (Senegal), Glauber Rocha e Pierre Perrault (Canadá) têm em comum a mesma vontade - a de criar enunciados coletivos através dos quais o povo possa identificar, por oposição, o mito colonizador. A operação em Glauber é exatamente levar o espectador a fazer contato com o intolerável, com o invivível. DELEUZE. op.cit.p. 265

¹²⁵ A medida em que Glauber compreendia a obra que estava realizando, a música de Villa-Lobos foi assumindo uma outra dimensão, levando o diretor a fazer escolhas que pudessem permitir que ela falasse tanto quanto o enredo e as imagens. Segundo seu próprio depoimento “...decidi partir para orquestrar o filme musicalmente; não botar mais a câmera nem a montagem para amarrar, mas orquestrar tudo. Eu, inclusive, estava com medo de dar numa loucura, estava até com medo dos produtores, mas depois, Villa-Lobos foi ajudando, e tudo foi realmente orquestrado.”AVELLAR, José Carlos. *Deus e o Diabo na Terra do Sol*. Rio de Janeiro, Rocco, 1995. p.42-43.

imagens, e que por isso adquire significado autônomo. Nos filmes, ouvimos o pensamento elaborado nos acordes exuberantes das composições de Villa Lobos, nas cantigas populares e nas trilhas compostas reeditando o cordel que associa a tradição oral aos ritmos do nordeste. Diante desse paradigma cultural popular o espectador sente a força estética da própria cultura, ressignificada pelas mãos do autor cinematográfico, como estratégia reflexiva. Toma contato com o país, com a realidade construída pelo imaginário popular. Toma assim consciência da sua própria existência severina.

Pode então se perguntar até onde temos podido representar aquelas formas de convívio, instituições e idéias de que somos herdeiros¹²⁶, usando duas cabeças - uma que mata o mito enquanto a outra pensa o mito. Glauber Rocha constrói sua própria metáfora no personagem duplo de Corisco levando ao paroxismo a técnica de distanciamento do teatro brechtiano, obrigando o espectador a alteração do seu estado de consciência que se dá no trânsito de um personagem ao outro, na mesma pessoa. Ele não sabe mais a quem seguir e fica só diante da emboscada de Antônio das Mortes, da morte de Corisco e da fuga de Manoel e Rosa.

Se, como afirma Paulo Emílio, o cinema brasileiro sempre buscou de uma forma ou de outra expressar a cultura brasileira, escapando das estratégias do ocupante, o cinema novo melhor do qualquer outro momento da nossa cinematografia, realizou a tarefa de imprimir em sons e imagens a reflexão da real situação da nossa eterna e aparentemente insuperável condição colonizada. Para isso, produziu um verdadeiro holocausto cinematográfico no qual o filme é entregue em sacrifício, abrindo mão do sucesso e do público para quem esse pensamento foi enunciado.

A minha hipótese é que esses filmes produzidos nos anos 60 estão prontos para serem vistos hoje pelos jovens saídos do ensino médio que, com algum esforço, são capazes de superar as dificuldades iniciais que as obras apresentam¹²⁷. A primeira contradição desse confronto se

¹²⁶ Essa questão inicia o livro *Raízes do Brasil*, escrito em 1936, no qual Sérgio Buarque de Holanda tenta compreender e explicar a gênese da crença na nossa incapacidade de pensarmos por conta própria. É da literatura que ele vai extrair a caracterização do *homem cordial brasileiro*, cujos principais traços parecem vigorar até hoje. HOLLANDA, Sérgio Buarque. *Raízes do Brasil*. São Paulo, Cia das Letras, 2003. p.31

¹²⁷ Nos últimos anos do Curso de Comunicação Social da UFMG, ofereci seminários sobre cinema brasileiro com ênfase na gênese, significado e desenvolvimento do Cinema Novo. Aproximadamente 200 alunos participaram de alguma dessas atividades, e refletiram o seu impacto em ensaios que não apenas confirmam a minha hipótese como inspiraram o presente artigo, no qual reproduzo algumas de suas percepções. A mais importante e que parece ser comum a todos esses jovens é a redescoberta do país, através da elaboração estética dos sons e imagens que conceituam mais do que representam a nossa realidade.

localiza na produção para a televisão, que ao se voltar para o cinema feito nos anos 50¹²⁸, pode exemplarmente construir o sucesso do audiovisual brasileiro, integrando a rica expressão cultural do país. Como consequência, conquistou internamente um público cativo que se educou na facilidade de narrativas de uma criativa teledramaturgia, e um mercado internacional que consome os produtos vendidos para os cinco continentes.

Aqui vemos que a vencedora estratégia do ocupante, ainda que um resultado da nossa “criativa incapacidade de copiar”, acabou por transformar nós mesmos em competentes ocupantes. É exatamente nesse ponto que os filmes de outrora podem operar um novo processo de descolonização, agora das nossas próprias criações.

¹²⁸ A meu ver, o filme “O Pagador de Promessas”, baseado na peça de Dias Gomes, é uma referência para se pensar o sucesso da telenovela brasileira que conseguiu criar uma fórmula ao mesmo tempo vigorosa em termos de elementos culturais e fácil de ser consumida, pela adoção de elementos da narrativa clássica. Não é mera coincidência, o fato de Dias Gomes ser o autor inaugural da teledramaturgia brasileira juntamente com sua parceira Janete Clair.

Referências Bibliográficas

AVELLAR, José Carlos. **A Ponte Clandestina**. São Paulo, 34, 1995.

AVELLAR, José Carlos. **Deus e diabo na Terra do Sol**. Rio de Janeiro: Rocco, 1995.

DELEUZE, Gilles. **Imagem-Tempo**. São Paulo: Brasiliense, 1990.

ESTÈVE, Michel. **Études Cinématographiques**. Le Cinema Nôvo brésilien. Paris: Minard, 1972.

ESTÈVE, Michel.(org.) **Études cinématographiques. Le cinema novo brésilien - Glauber Rocha**. Paris: Minard, 1973.

GOMES, Paulo Emílio Sales. **Cinema: trajetória no subdesenvolvimento**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.

HOLLANDA, Sérgio Buarque. **Raízes do Brasil**. São Paulo: Cia das Letras, 2003.

JABOR, Arnaldo. Deus e o Diabo na Terra do Sol. In: LABAKI, Amir. **100 anos de cinema**. São Paulo, Folha de São Paulo.

MOTA, Regina. **A Épica Eletrônica de Glauber - um estudo sobre cinema e tevê**. Belo Horizonte, UFMG, 2001.

ROCHA, Glauber. **Revisão Crítica do Cinema Brasileiro**. São Paulo: Cosac e Naify, 2003.

ROCHA, Glauber. Estética da Fome. In: ROCHA, Glauber. **Revolução do Cinema Novo**. Rio de Janeiro: Alhambra/Embrafilme, 1981.

VIANY, Alex. **O Processo do Cinema Novo**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 1999.

Cinema e Democracia: rimas e contrastes

Anita Simis¹²⁹

Sem a pretensão de uma investigação exaustiva, mas apenas sugerindo uma vertente por onde possam escoar novas formas de análise a respeito dos mecanismos de incentivo ou de regulação da atividade cinematográfica, este trabalho tem por objetivo traçar de forma abrangente a trajetória do cinema brasileiro pós DIP (Departamento de Informação e Propaganda) e pós Embrafilme. Identificando as características principais que apontaram para a atual retomada do cinema brasileiro, como os cineastas se articularam e em que situação do mercado, notamos interessantes pontos de contato entre o pós Embrafilme e o pré-regime militar.

O período democrático pós Estado Novo compreende 19 anos e o atual já está completando 21. Com base nessa abrangência, aproveitamos a vantagem de nosso distanciamento para estabelecermos algumas comparações interessantes. Por exemplo, se compararmos o início do período democrático pós Estado Novo e o do pós-regime militar podemos dizer que a transição se dá sem grandes abalos nas instituições existentes. Assim, se é verdade que o DIP agia em todas as atividades culturais e informativas, incluindo a censura, no âmbito das atividades relacionadas ao cinema, sua Divisão de Cinema e Teatro em conjunto com o Conselho Nacional de Cinematografia pode ser mal comparada à atuação Embrafilme e do Concine, embora estes, assinala-se, nunca tenham exercido a censura. Nos dois casos, eles permanecem após a derrocada da ditadura. Getúlio Vargas, antecipando-se a qualquer medida mais radical, transforma o DIP em Departamento Nacional de Informações - DNI, uma transformação apenas aparente, um disfarce, ainda que o novo órgão, tal como o antecessor do DIP, voltasse a ser subordinado diretamente ao ministro da Justiça e Negócios Interiores e não mais ao presidente. O DNI perdurou durante toda a gestão do presidente do STF, José Linhares, empossado provisoriamente na Presidência da República, e só extinto meses depois da posse de Eurico Gaspar Dutra, ainda assim mantendo alguns instrumentos agora vinculados a outro organismo. Como cheguei a mencionar em minha tese (SIMIS, 1996), a manutenção de um órgão com um

¹²⁹ Doutora em Ciência Política/USP, professora do Departamento de Sociologia e do Programa de Pós-Graduação em Sociologia, UNESP. E-mail: (anitasi@globo.com)

formato semelhante ao de seu antecessor faz lembrar a interpretação de Draibe quanto ao organismo econômico e os instrumentos de intervenção estatal:

Parece haver certo consenso a respeito de que as novas condições institucionais, inauguradas em 1946, procederam apenas ao 'enquadramento' democrático da estrutura técnico-administrativa estatal, não operando uma ruptura no movimento de concentração e centralização desencadeado com a Revolução de 30 e acentuado sob o regime autoritário estadonovista. Até certo ponto, isso é uma verdade (DRAIBE, 1985, p.138).

No caso da Embrafilme, cuja atribuição era restrita às atividades cinematográficas, ou mesmo o Concine (órgão colegiado que normatizava, controlava e fiscalizava, mas sem vínculos com a censura), sua extinção ocorre apenas com a ascensão do presidente neoliberal Fernando Collor de Mello, não por acaso momento em que se iniciou o chamado “desmanche do Estado”, a determinação neo-liberal e globalizada de implosão da máquina das empresas públicas.

Mas como estava a produção cinematográfica pós-ditadura?

No período posterior à ditadura Vargas, as empresas existentes eram a Cinédia, a Atlântida, as que faziam cinejornal e depois, em 1949, a Vera Cruz, a Maristela, fundada em 1950, e a Multifilmes, em 1954. No entanto, este aumento no número de empresas produtoras de longas-metragens não foi bem sucedido e o cinema mergulhou em uma crise. As explicações para esta crise foram as mais diversas, mas a tendência foi apontar a exibição, sempre preenchida com filmes estrangeiros, leia-se norte-americanos, como o maior problema do cinema nacional. Posteriormente foram realizados dois Congressos - o I e II Congresso Nacional do Cinema Brasileiro (respectivamente, 1952 e 1953) -, e uma série de estudos que discutiram e identificaram outros problemas, mas somente algumas das propostas foram implementadas pelo governo, como o aumento da obrigatoriedade de exibição. Outras foram adiadas e encampadas em parte apenas durante a ditadura militar de 64.

Na realidade, o que nos interessa mostrar é que na seqüência, como desdobramento dos debates ocorridos no II Congresso Nacional de Cinema foi criada, em 1955, a Comissão Municipal de Cinema – CMC - da cidade de São Paulo, um órgão de caráter consultivo. No mesmo ano, surgiu a Comissão Estadual de Cinema - CEC – do estado de São Paulo e, em 1956, a Comissão Federal de Cinema - CFC -, reunindo interesses de diversos setores. Essa última Comissão por sua vez seria depois transformada no Grupo de Estudos da Indústria Cinematográfica - Geic – que, sofrendo uma adequação aos novos tempos, daria lugar ao Grupo Executivo da Indústria Cinematográfica – Geicine. A experiência acumulada durante as

articulações realizadas em diversos ministérios e agências governamentais foi atualizando a estrutura dos órgãos envolvidos. Enquanto a CFC era uma assessoria diretamente ligada à Presidência, o Geic subordinou-se ao Ministério da Educação e Cultura, atendendo à solicitação do ministro e por sugestão da própria CFC, que dessa forma se extinguiu. Quanto ao Geicine, criado pelo presidente Jânio Quadros assim que tomou posse, embora no início estivesse subordinado à Presidência da República, no ano seguinte foi vinculado ao Ministério da Indústria e do Comércio. Procurava seguir o exemplo da estrutura de outros Grupos Executivos, como o da indústria automobilística ou o da indústria de construção naval, criados no governo anterior para implementar (pela alternativa da administração paralela, evitando reforma total da administração pública) o Plano de Metas (especialmente metas que propunham a substituição de importação da indústria de bens de capital), junto com outros órgãos já existentes. Pretendia valer-se da agilidade proporcionada por aqueles órgãos paralelos, agrupando representantes de todas as instituições responsáveis pela concessão de incentivos (licenças de importação, financiamentos, etc.), centralizando as decisões administrativas e descentralizando sua execução. No entanto, ainda que possamos identificar a tentativa de um alinhamento entre a prática do ministério, do governo e dos setores envolvidos com a atividade cinematográfica, é difícil apontar nestes instrumentos, e mesmo na legislação introduzida no período, o embrião de uma visão estratégica com um projeto de desenvolvimento para a atividade cinematográfica.

Ao analisarmos o período democrático posterior ao golpe de 64, não podemos deixar de assinalar que foram os Congressos dos anos 50 que serviram de inspiração para a organização do III Congresso que ocorreu em 2000, seguindo-se o IV em 2002 e o V em 2003, ou seja, houve uma clara intenção de retomada do que foi proposto no período democrático anterior ao golpe militar. Também deve-se notar como o cinema norte-americano novamente se impôs com pujança, justamente no período democrático. Conforme Roberto Farias,

quando voltamos ao regime democrático, a influência do cinema estrangeiro passou a ser muito mais forte. A indústria de liminares favoreceu o cinema estrangeiro contra o cinema brasileiro. Questionaram na Justiça os recursos da Embrafilme, a cota de tela, o ingresso padronizado, enfim..., fecharam o cerco em torno da empresa. E asfixiando a Embrafilme, impedindo-a de dispor dos recursos para o desenvolvimento do cinema brasileiro, o nosso concorrente ficou muito mais livre, mais forte, à vontade para esmagar o filme brasileiro (FARIAS, 2005, p.16-7).

Outra similaridade entre os dois períodos é a criação dos Grupos Executivos. Aliás, também partiu de uma Comissão de Cinema a sugestão de criar o Grupo Executivo de Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica - Gedic, precursor da atual Agência Nacional do

Cinema – ANCINE (2001), cujo diretor-presidente é Gustavo Dahl, ex-cinemanovista, num processo semelhante ao do Geicine. Com a Ancine, a Secretaria do Audiovisual, ligada ao Ministério da Cultura, se reestruturou, afastando-se da dimensão produtiva, e passou a se concentrar no processo de formação das atividades culturais propriamente ditas. E ainda merece ser sublinhado que mesmo a Agência, Ancine, tal qual o Geicine, vem no rastro das outras Agências, ou seja, novamente não encontramos um projeto de desenvolvimento para a atividade cinematográfica, mas meios de abrir brechas para impor uma forma de articular os vários setores que compõe a atividade, a exemplo do que ocorreu em outros setores econômicos (ANA - Agência Nacional de Águas; ANTT - Agência Nacional de Transportes Terrestres; ANATEL – Agência Nacional de Telecomunicações, etc.).

Recentemente, por iniciativa do Ministério da Cultura pretendeu-se transformar a Ancine em Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual - ANCINAV, isto é, um organismo com uma atuação possivelmente próxima à Embrafilme e o Concine, mas que englobaria o audiovisual como um todo e não limitada ao setor de cinema e vídeo. Certamente por meio deste instrumento havia um projeto de desenvolvimento mais amplo, mas, após uma tramitação conturbada, foi engavetado. Seria esse fracasso comparável ao processo pelo qual passou o projeto do INC, encomendado por Getúlio Vargas a Alberto Cavalcanti? Esse poderia ser um tema interessante de pesquisa, pois as críticas à Ancinav, classificada pelo cineasta Cacá Diegues de “autoritária, burocratizante, concentracionista e estatizante”, fazem lembrar aquelas dirigidas ao INC: órgão burocrático, centralizando nas mãos do Estado uma espécie de “super-DIP”. É possível ainda que, tal como ocorreu com a encomenda de Getúlio, o natimorto projeto da Ancinav tenha esbarrado na questão da sujeição a um novo árbitro, já que obedecia a um movimento de retorno à iniciativa do Estado, portanto oposto ao neo-liberalismo, e perda do controle por parte do setor produtor, não diremos do cinema, mas do audiovisual como um todo, na formulação da política.

Retomando o cinema, em minha tese já afirmava que não havia grandes diferenças entre os grupos envolvidos, especialmente entre cosmopolistas/universalistas e nacionalistas, mas sim uma cisão quanto às estratégias de desenvolvimento da pequena e grande produção. Da mesma forma, no pós regime militar podemos notar que há uma reedição da disputa entre uma produção mais consolidada, o chamado “cinemão”, e o “cineminha”, formado por diretores menos conhecidos, afastados do eixo Rio-São Paulo. Ora, o grupo do “cinemão”, dos cineastas

consagrados, com projetos de filmes com grandes orçamentos, faz hoje o papel representado pelo cinema dito industrial, que nos anos 50 era formado principalmente pelo grupo da Vera Cruz, enquanto que o “cineminha” faz o papel dos cinemanovistas de então, defensores do cinema de autor e de pesquisa, sem o olho mercantil fixado na bilheteria. E, no entanto, curioso, a disputa é novamente em torno dos recursos, com uma dupla polaridade: pulverização dos recursos oriundos do investimento estatal ou concentração em menos filmes, concentração em alguns poucos para que cheguem a ser realizados ou distribuição para uma gama maior, com o risco de que vários não se concluam. E nesta disputa, mais do que diferenças sociais, novamente podemos considerar a validade de trabalhar com a idéia de *coteries*, pois existe a dos baianos, dos “globais”¹³⁰, do grupo cearense, do Rio Grande do Sul, a antiga disputa paulistas/cariocas, e poderíamos até sugerir se não se pode considerar também uma divisão que poderíamos identificar como de geração.

Mas os leitores que nos acompanharam até aqui nesta exposição em torno das semelhanças certamente poderão estar indagando: mas e as diferenças? Elas também não são consideráveis? De fato, há diferenças no fazer cinema de hoje e são fundamentais. Assim, desde 1986, passamos a contar com a primeira lei de incentivo, mais conhecida como Lei Sarney. Em seguida a Lei Rouanet, de 1991, uma reedição melhorada da Lei Sarney e finalmente, outra de 1993, a Lei do Audiovisual, que prevê outras medidas, além de incentivos fiscais, etc.¹³¹

Ainda no âmbito da produção, é de se notar que, se de um lado temos um desenvolvimento tecnológico que permite a manipulação por leigos de equipamentos cada vez mais sofisticados, por outro, há uma institucionalização da formação do cineasta e, por isso, hoje, apenas raramente, encontramos jovens autodidatas, intuitivos. Paradoxalmente, se muitos passaram pelo ensino superior, há poucos críticos com uma formação abrangente, talvez por conta do reduzido espaço na imprensa que tem valorizado mais o trabalho dos resenhistas. Também não se anunciam mais manifestos ou movimentos no cinema – um reflexo da pulverização das *coteries*?

¹³⁰ Cineastas que trabalham na Rede Globo de Televisão. Sobre este aspecto é interessante notar que em 1997 a Globo Filmes define sua estratégia de investimento e a partir de 1999 coloca quatro filmes no mercado. Cf. SIMIS, 2005.

¹³¹ É preciso notar que, se quase 80% da renúncia fiscal das leis federais no ano de 1995 não foi usada, o primeiro impulso para reiniciar a produção cinematográfica deu-se no município de São Paulo, por meio da renúncia fiscal municipal prevista pela Lei Mendonça, e, em seguida, por outros mecanismos que trato mais detalhadamente em outro trabalho, cf. Simis, 1998.

Mas, talvez uma das maiores diferenças seja o papel que o cinema e sua difusão assumem hoje. Se nos anos 50, o cinema ainda era um divertimento popular, hoje poucos acompanham o que se passa nessa área. Neste sentido são louváveis as propostas para democratizar o fazer e o ver audiovisual. Referimo-nos ao projeto de incentivo aos lugares mais remotos desenvolverem núcleos de produção, embora ainda muito rarefeito. Por outro lado, as novelas exibidas na TV preenchem esta lacuna, o do nosso olhar sobre nós mesmos, algo impensável nos anos 50, pois nem o vídeo e seus derivados (aparelhos de videocassete, câmaras de vídeo, etc.) existiam. Talvez o Ministério da Cultura quando propôs a criação da Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual, Ancinav, substituindo a Agência Nacional do Cinema, Ancine, avançando para a regulação do conjunto das atividades cinematográficas e audiovisuais, tenha justamente desconsiderado que o avanço não deveria se dar numa única direção, mas no conjunto, passando a entender o audiovisual como uma única face difundida sobre diversos suportes, superando a separação entre obras cinematográficas e outros conteúdos audiovisuais. É preciso unificar esforços em torno de uma política cultural que abarque desde a produção de filmes até os jogos eletrônicos, que regule os suportes mais diversos, e questione a relação desigual de competição com o produto de conteúdo importado. Para tanto, ao contrário das medidas equivocadas tomadas nos anos 50, quando se perdeu a oportunidade de uma aliança entre produtores e exibidores¹³², é interessante notar que, para alavancar esse processo, vivemos um momento em que a presença cada vez maior do capital estrangeiro, principalmente nas telecomunicações, aponta para a instabilidade ou insegurança de setores consagrados e esse é um dado significativo para estabelecer novas relações entre os setores nacionais¹³³, bem como uma nova delimitação das competências, um re-equilíbrio entre as ações do Ministério da Cultura, das Comunicações e de uma Agência Nacional do Audiovisual.

Ampliando e aproximando o setor exibidor sob a lupa da análise sobre as diferenças entre os dois momentos que estamos comparando, é fácil constatar que hoje vemos mais filmes que nos anos 50, mas o meio é outro: a televisão, a TV por assinatura, o videocassete e o DVD. Não por acaso, essa passagem de um meio para outro caminhou junto com a queda do número de salas

¹³² Referimo-nos ao congelamento dos preços dos ingressos que atingiu fortemente a produção nacional e o setor exibidor e, por isso mesmo, poderia ter sido elemento fundamental para aproximar e integrar uma política que tratasse com maior abrangência as questões cinematográficas nacionais. Cf. Simis, 1996.

¹³³ Na Argentina, uma oportunidade semelhante foi agarrada com êxito. Diante do investimento estrangeiro em redes de TV e o acirramento da competição pela audiência no final dos anos 90, as emissoras se tornaram mais permeáveis e abriram suas grades para exibição de obras de produções independentes. Ver sobre Galvão, 2004.

que ocorreu em diversos países. Assim, atualmente só temos salas de exibição em menos de 10% dos municípios brasileiros, sendo que o total delas chega a aproximadamente 1.987, inferior aos 2.114 cinematógrafos existentes em 1955. Menos evidente, ou ao menos divulgado, é a comparação entre o número de filmes estrangeiros que entraram: em 1958, 287 títulos e, em 2005, 288. Nota-se, portanto, que mesmo tendo caído o número de salas, o número de filmes estrangeiros é praticamente o mesmo. Com isso reduziu-se o tempo de permanência dos filmes nas salas, aumentando sua rotatividade. Essa exploração extensiva, já criticada desde meados dos anos 50, mas agora aliada ao aumento extraordinário do número de cópias dos blockbusters, prejudica o filme nacional que se vê sem chances de janelas nas salas, porta de entrada para a veiculação nos outros meios ou produtos (vídeo, CD). Sem exagero, podemos afirmar que o filme produzido nestas terras, sem obter sucesso nas salas, sua vitrine principal, entra manco na carreira comercial pelas outras mídias.

Por outro lado, esses dados também confirmam que houve uma elitização das salas. Neste processo, afora o aumento considerável do preço do ingresso, assistimos à transferência das salas das áreas centrais e periféricas das grandes cidades - que sofreram um processo de deterioração nos últimos anos -, para os *shopping centers*, afastando ainda mais as camadas mais populares dos cinemas, historicamente o público preferencial dos filmes brasileiros. Neste aspecto nota-se um interesse por parte do investimento estrangeiro de, assinala-se, pela primeira vez, aplicar no Brasil. Isso deve-se principalmente à estabilização da moeda e ao alto preço atual dos ingressos. De fato, o preço do ingresso médio, que no início dos anos 80 era aproximadamente US\$ 0,59, hoje é cerca de US\$ 2,50. Esse aumento significa que cada ingresso vendido hoje equivale a quase 4,5 vendidos no início da década de 80. É evidente que essa situação afugentou o público das camadas populares, o principal espectador do cinema nacional. Com isso, além do Multiplex não ter interesse pela produção cinematográfica local, seu modelo procura seduzir, por uma série de atrativos expostos na ante sala de exibição, como lojas, lanchonetes, etc., apenas o espectador com razoável poder de consumo. Finalmente, nota-se que onde esses complexos foram implantados estabeleceu-se uma concorrência desigual com as salas tradicionais de cinema, chamadas de “salas de rua”, que acabaram, aos poucos, esvaziadas. Outro fator que explica porque os grupos estrangeiros citados resolveram investir no exterior é o esgotamento desse setor nos EUA, restando-lhes, portanto, a América Latina como mercado promissor, e o Brasil, o México e a Argentina aparecem como os maiores mercados potenciais. Mesmo os circuitos

exibidores tradicionais do Brasil estão se transformando para sobreviver, como, por exemplo, o grupo Severiano Ribeiro, fundado em 1917, que, para crescer, associou-se à United Cinemas Internacional (UCI).

Para enfrentar esta concorrência desigual, o cinema nativo tem buscado alternativas e nota-se também uma reação do próprio público interessado. Assim, é importante notar o relativo sucesso do circuito independente, baseado em cineclubes, geridos e dirigidos a um público exigente e intelectual. Outros, como os filmes documentários que retratam, por exemplo, o período ditatorial, como *Você também pode dar um presunto legal*; *76 Anos – Gregório Bezerra – Comunista*, caminham por outras vias atrás de seu público, à margem do circuito comercial. Aliás, seguindo outra tendência mundial e geral na questão do produto audiovisual, há cada vez mais a exploração de nichos, isto é, a busca do público para cada obra. O filme de nicho e mesmo o filme nacional em geral precisam permanecer nas salas mais tempo para poder fazer bilheteria e atingir todo o seu público. Esse é um ponto que desde os anos 50 vem sendo afirmado por quem conhece a economia cinematográfica. Hoje, com a exibição digital já é possível programar as salas com maior flexibilidade, mantendo os filmes por mais tempo e intercalando diversos títulos em horários mais restritos. De qualquer forma, a participação do cinema brasileiro nas bilheterias, que subiu de 0,1% para 4%, ainda é insuficiente para manter uma indústria e pode ser considerada medíocre em relação aos 33% dos anos 70.

Finalmente, além das semelhanças e diferenças entre os dois momentos acima analisados, é interessante notar como diversas medidas que foram extintas voltaram a ser reeditadas ou ao menos cogitadas. Assim, ainda que o contexto mercadológico tenha mudado substancialmente, temos:

1. O adicional de bilheteria que vem sendo defendido por vários cineastas e introduzido em forma de um Edital da Ancine. Introduzido inicialmente na cidade de São Paulo em 1955, perdurou em sua forma original até 1974. Sua concepção baseava-se na experiência italiana e francesa, onde foi o alicerce da política cinematográfica, mas aqui foi apenas uma compensação frente aos efeitos do achatamento do tabelamento dos ingressos implementado no final dos anos 40. Hoje ele contempla filmes que fizeram um piso em torno de 137 mil reais até filmes de grande bilheteria, mas cujo um intrincado cálculo impede que estes recebam sozinhos o adicional.

2. Os estímulos para a co-produção. Em 1962, uma lei, sob autorização do Geicine, facultou às empresas importadoras de filmes estrangeiros aplicar 40% sobre o montante do imposto de renda na produção de filmes nacionais, podendo associar-se entre si ou com outros produtores nacionais ou estrangeiros¹³⁴. Na época foram realizados 7 filmes com esse incentivo, como *El Justicero*, de Nelson Pereira dos Santos. Mas, tal incentivo gerou polêmica nos anos 60. Dizia-se que o incentivo à co-produção aniquilaria a produção independente, “desnacionalizaria” o cinema “brasileiro” e encareceria o custo médio da produção interna. Nos anos triunfantes da globalização, essas críticas nem sequer foram imaginadas. Assim, a lei do Audiovisual instituiu a opção de co-produção com as *majors*, por meio da renúncia fiscal de 70% sobre os 25% do imposto de renda pago sobre a remessa de lucros dos exibidores do cinema estrangeiro. A Columbia Pictures se valeu desse dispositivo, aplicando recursos em mais de 8 projetos, dentre os quais o filme *O que é isso companheiro?*, no qual é responsável por um terço do orçamento. No passado se dizia que não valia a pena as *majors* utilizarem tal incentivo, pois compensava mais debitar o imposto cobrado aqui na declaração dos rendimentos das *majors* nos EUA, o que não aconteceria se essas empresas optassem pelo investimento em co-produção. Além do mais, a legislação tributária americana prevê uma cota de impostos para suas empresas sobre o lucro de qualquer investimento feito no estrangeiro. Assim, os eventuais lucros que uma co-produção desse tipo trouxesse acabariam sendo taxados duas vezes: no Brasil e nos EUA. Mas, a partir da MP 2.228-1/01, mais precisamente em 2002, esse mecanismo começou a ser mais utilizado, pois introduziu a Condecine, contribuição de que falaremos abaixo, além da taxação inicialmente já arbitrada e, com isso, o volume de aportes por meio desse mecanismo vem aumentando bastante.
3. a "contribuição para o desenvolvimento da indústria nacional". Esta contribuição consta do Decreto que criou o Instituto Nacional do Cinema em 1966, momento em que os militares reordenam o campo cinematográfico. Além das dotações orçamentárias, ela constituiu a

¹³⁴ Cf. Lei 4.131/62, que disciplina a aplicação do capital estrangeiro e as remessas de valores para o exterior e que em seu art. 45 refere-se especificamente à remessa de lucros dos filmes importados, e o Decreto 52.405/63, que regulamentou a Lei, facultando ao contribuinte a opção de aplicar 40%, dos 40% do imposto retido, na produção de filmes nacionais. A não aplicação após 36 meses reverteria a sua conversão em receita da União. Com a criação do INC, este montante, quando não aplicado em 18 meses na produção, era revertido em favor do órgão. A medida estendeu-se também aos pagamentos no exterior de filmes adquiridos a preço fixo (Decreto-Lei 43/66). Em 1969, quando é criada a Embrafilme, o contribuinte já não tinha opção de associar-se com o produtor nacional e o montante passou a constituir receita da empresa (Decreto-Lei 862/69).

principal receita do novo órgão. Reajustada a cada ano, era calculada por metro linear de cópia positiva de todos os filmes destinados à exibição comercial em cinema e televisão, de forma indistinta sobre filmes nacionais e estrangeiros, mas significava um aumento substancial para o importador. Os recursos provenientes desta "contribuição" foram destinados principalmente para a premiação (proporcional à renda) e o financiamento de filmes brasileiros, determinando-se que o produtor nacional só pagaria a "contribuição" por ocasião do recebimento deste prêmio. Em 1975, com a extinção do INC, a contribuição passou a ser uma das receitas da Embrafilme. Nos anos 90, após a devassa Collor, os agentes ligados à produção cultural vislumbraram a possibilidade de interferir junto aos poderes públicos e procuraram estabelecer medidas que apoiassem a criação cultural. Entre as medidas sugeriram a Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Audiovisual Brasileira resultante da aplicação de 5% sobre cada contrato de produção publicitária audiovisual. Se anteriormente existia havia a contribuição para o desenvolvimento da indústria nacional paga pelo produto estrangeiro, bem como pelos setores de produção e distribuição nacionais, agora uma das fontes de recursos geridos pelo Procine, um órgão que acabou sendo abortado, seria paga por um setor que vinha sendo premiado nos principais festivais internacionais: o publicitário nacional. Finalmente, já na era FHC, a Medida Provisória n. 2.228-1, em seu art. 32, criou a Condecine (Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica), obrigando o recolhimento de um valor para quaisquer obras publicitárias ou não-publicitárias para exibição em qualquer segmento, no território nacional. É com base na arrecadação da Condecine que se sustenta a Ancine, atividades de fomento ao cinema e ao audiovisual e bem como, a transferência ao Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Nacional – PRODECINE. No entanto, alguns artigos da MP foram depois transformados em lei (lei 10.554, de 13.5.2002), mas cujos valores hoje vão direto para o caixa união do Tesouro e estão contingenciados.

À GUIA DE UMA CONCLUSÃO

Do que foi exposto acima, podemos concluir que, nos períodos democráticos, há uma semelhança ou uma continuidade nas políticas culturais empreendidas. Há uma intensa atuação, uma procura por uma via de organização dos cineastas e por medidas que se ajustem no sentido

de destravar amarras que impedem a competição do filme nacional e o estrangeiro, principalmente na busca de condições para financiá-lo e exibi-lo. Mas, notamos também que, mesmo quando a situação do mercado se transforma radicalmente, não há uma predisposição para a invenção de saídas, de uma política original ou, ao menos, quando já introduzida em outros países, nunca posta em prática no Brasil.

Mais difícil é apontar instrumentos e mesmo na legislação introduzida o embrião de uma visão estratégica com um projeto de desenvolvimento para a atividade cinematográfica. Sem dúvida, para tal projeto hoje se faz necessário combinar o cinema aos outros suportes ou meios de exibir a imagem, o audiovisual. Se em alguma medida houve tentativas neste sentido, seja com a Lei de comunicação eletrônica de massa, seja na criação da Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual, ainda estamos aguardando um projeto que sinalize o desenvolvimento deste setor, integrando uma política legal e regulatória que promova a produção, incorporando novas mídias, acompanhando a evolução tecnológica.

BIBLIOGRAFIA

DRAIBE, Sônia, **Rumos e Metamorfoses**: um estudo sobre a constituição do Estado e as alternativas da industrialização no Brasil, 1930-1960. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1985.

CAMPOS, Renato Márcio Martins de. **Cinema brasileiro**: ciclos de produção de mercado: Carla Camurati: um referencial de mercado para o cinema da retomada. Dissertação de mestrado em Comunicação e Mercado, Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero, São Paulo, 2003.

FARIAS, Roberto. Embrafilme, *Pra Frente, Brasil!* e algumas questões. In: SIMIS, Anita (Org.). **Cinema e Televisão durante a Ditadura Militar**: depoimentos e reflexões, Araraquara: FCL/Laboratório Editorial/ UNESP, São Paulo: Cultura Acadêmica Editora, 2005.

GALVÃO, Alex Patez. **Indústria audiovisual. A via-crúcis da produção independente**. Texto apresentado ao Conselho de Comunicação Social, em Brasília, 2/3/04. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=280TVQ001>>. <Acessado em: nov./2006>.

RELATÓRIO de Atividades do CONCINE, Segundo Semestre de 1988.

SIMIS, Anita. **Estado e cinema no Brasil**. São Paulo, Annablume/Fapesp, 1996.

SIMIS, Anita. A Globo entra no cinema. In: BRITTOS, Valério Cruz e BOLAÑO, César (Org.). **Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo: Paulus, 2005.

_____. “Situación del audiovisual brasileño en la década de los noventa”. Revista **Comunicación y Sociedad**, Universidad de Guadalajara, Depto. de Estudios de la Comunicación Social, n° 33, Guadalajara, mai-ago/1998, p.93 a 117.

A produção audiovisual brasileira contemporânea e a intertextualidade das mídias: o caso *Ônibus 174*

Flávia Seligman¹³⁵
Araci Koepp dos Santos¹³⁶

A década de noventa provocou mudanças no cinema brasileiro. Por volta de 1992, a realização nacional de filmes apresentou os menores números de sua história. Dez anos se passaram e a produção de longas do país chegou à cerca de 200 filmes por ano. Após um período de crise e estagnação, provocado pela extinção dos órgãos e instituições que fomentavam e regulamentavam a atividade cinematográfica, iniciou-se uma nova fase do cinema no Brasil denominada Retomada. Este período que recebeu o nome por ter reiniciado a atividade praticamente do zero, foi caracterizado pela reestruturação dos meios de produção, pela inserção da iniciativa privada no financiamento e na distribuição, pela entrada da televisão na atividade cinematográfica, pela renovação profissional da categoria e pela reconquista do público.

Quando assumiu o governo, em 1990, Fernando Collor de Mello extinguiu a Embrafilme, uma empresa de economia mista com participação de capital privado que foi criada em 1969 pelo governo militar para gerenciar a produção cinematográfica. Isto aconteceu sem que nenhum outro órgão fosse criado para substituí-la. Em seguida, a produção de filmes nacionais diminuiu drasticamente, o público se afastou do cinema e a televisão se consolidou como o meio audiovisual dominante. Para que o cinema nacional pudesse de reerguer e contar com algum tipo de financiamento público, foi necessária uma reestruturação das leis e dos órgãos de incentivo à produção.

Em 1991 foi sancionada a Lei Rouanet, que permite às empresas patrocinadoras de cultura abater até 5% no Imposto de Renda e, em 1993, a Lei do Audiovisual, que permite financiamento à produção de longa-metragens, por parte de empresas públicas ou privadas, através de incentivos fiscais com desconto de 3% para pessoas jurídicas e 5% para pessoas físicas que comprarem

¹³⁵ Professora Doutora do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação – Unisinos, RS. E-mail: flavias@unisinos.br.

¹³⁶ Acadêmica do Curso de Realização Audiovisual – Unisinos, RS. E-mail: arasantos@uol.com.br

cotas de filmes em produção. A partir daí, o conjunto de títulos que seguiu foi praticamente todo beneficiado pela legislação.

Estas medidas injetaram os recursos necessários na produção audiovisual, mas também balizaram o mercado de acordo com os ditames da iniciativa privada. Se ao estado cabe julgar e habilitar os projetos para a captação de recursos através da Secretaria do Audiovisual, órgão do Ministério da Cultura, o financiamento propriamente dito acaba sendo mediado pelos departamentos de marketing das empresas, sendo que na maioria das vezes esta negociação é dada com empresas públicas.

Nesta nova estrutura, o mercado audiovisual tornou-se heterogêneo, gerando produtos diversos, diferente do que acontecia em outros períodos no país. A produção contemporânea não se trata de um movimento ideológico, como o Cinema Novo dos anos 60, ou um ciclo de filmes temáticos e esteticamente aparentados, como a pornochanchada dos anos 70, mas um cinema de mercado que procura constantemente brechas e chamarizes. Grandes produções, como *Olga* (2004), dirigido por Jayme Monjardim, filme que custou cerca de oito milhões e obteve uma bilheteria de pouco mais de três milhões de espectadores, e *Dois Filhos de Francisco* (2005) de Breno Silveira, que custou nove milhões e chegou perto da casa dos cinco milhões de espectadores, contrastam com os filmes chamados *BO*, Baixo Orçamento, com orçamento de no máximo um milhão de reais e financiados por Edital do Ministério da Cultura que pretende

Apoiar a produção de obras cinematográficas, inéditas, de longa metragem, do gênero ficção, de baixo orçamento, com matriz de captação em película de 16 ou 35 mm, Vídeo Beta Digital, DVCam ou formato tecnologicamente superior, finalizadas em 35 mm (...) ¹³⁷

Este cinema feito com menos recursos acaba tendo um menor comprometimento mercadológico. Alguns filmes realmente experimentais, realizados por diretores egressos das escolas de cinema e do curta-metragem ousam na técnica e na estética, coisa que as produções mais dispendiosas não podem nem pensar. Como exemplo temos os filmes do diretor Beto Brant, ex-aluno de cinema da Fundação Armando Álvares Penteado, curta-metragista e diretor de publicidade. Beto se permite trabalhar com histórias bastante densas, uma fotografia suja e não por isto menos intrigante e fazer filmes intensos como *O invasor*, (2001) e *Crime delicado*

¹³⁷ http://www.cultura.gov.br/apoio_a_projetos/editais/index.php?p=12443&more=1&c=1&pb=1

(2006). Fora do eixo Rio-São Paulo também se encontra a experimentação em filmes como *Baile Perfumado*, de Lírio Ferreira e Paulo Caldas (1996) e *Amarelo Manga* (2002), Cláudio de Assis, todos pernambucanos. São filmes que trabalham com uma estética regional e fogem da narrativa convencional utilizada pelas grandes produções que buscam um sucesso de público.

Hibridismo, televisão e cinema:

Outra característica importante do cinema que está sendo feito no Brasil nos últimos anos é a crescente inter-relação com a televisão. São filmes feitos em co-produção ou em formatos que possam ser utilizados como programação televisiva, em microséries e programas especiais, e posteriormente ocupar um lugar nas telas. Produtos originalmente televisivos também passaram a ganhar uma versão em longa-metragem, como é o caso dos programas humorísticos e os seriados exibidos pela Rede Globo.

Um exemplo da inter-relação entre cinema e televisão é representado pelo filme *Cidade de Deus*¹³⁸ (2002), dirigido por Fernando Meirelles, e pela série *Cidade dos homens*, exibida pela rede Globo em co-produção com a produtora O2, de Fernando Meirelles e roteirizada e dirigida por vários profissionais como Walter Carvalho, diretor de fotografia do filme original, Regina Casé, atriz roteirista e diretora com formação no teatro e na televisão e Jorge Furtado, cineasta que possui um trabalho bastante significativo em TV.

Os protagonistas da série Laranjinha (Darlan Cunha) e Acerola (Douglas Silva) foram apresentados ao público no ano 2000, em um episódio especial de fim de ano da série *Brava Gente*, intitulado *Palace II*, que também circulou como curta-metragem em festivais. *Palace II* foi dirigido por Fernando Meirelles e Kátia Lund, adaptado do livro de Paulo Lins, o mesmo que serviu de base para o filme *Cidade de Deus*. Segundo a jornalista Maria do Rosário Caetano:

Só para lembrar: *Palace II* é tido como o cartão de visitas de projeto estético que a ensaísta Ivana Bentes chamou de *Cosmética da Fome*, em oposição às idéias esboçadas por Glauber Rocha no manifesto *Estética da Fome* (1965). Em diversos fóruns, Ivana, que prepara livro sobre o assunto, vem repetindo que não defende o regresso à Estética da Fome glauberiana. O que tem feito é lembrar que 'questões colocadas pelo cinema brasileiro na década de 60 ainda não foram resolvidas'. E cita a principal delas: 'Como

¹³⁸ "Cidade de Deus" é baseado no livro homônimo do escritor Paulo Lins, que lançou a obra em 1997. O filme é dividido em três fases distintas (anos 60, 70 e 80), que mostram a evolução do tráfico e as opções que os meninos da favela fizeram até se tornarem os maiores traficantes do Rio de Janeiro ou trabalhadores honestos.

<http://www1.folha.uol.com.br/folha/especial/2002/cidadededeus/sinopse.shtml> Acesso em 12 de outubro de 2006.

fazer um cinema sobre a miséria, a fome, a violência sem cair no exotismo, no paternalismo, no humanismo lacrimoso? Ou sem cair nos clichês que a televisão faz circular diariamente sobre os negros-favelados-assassinos que vão descer o morro para instaurar cultura-do-terror-e-do-medo e discursos reativo-autoritários?¹³⁹

O longa *Cidade de Deus* levou mais de 3,2 milhões de espectadores ao cinema. A série também fez bastante sucesso, com quatro temporadas entre 2002 e 2005. Em 2006 o filme original foi exibido no programa Tela Quente (segunda-feira, 22h00) da Globo e o próximo passo já está sendo dado: *Cidade dos Homens* vai se tornar filme, dirigido por Paulo Morelli, sócio de Fernando Meirelles na O2, com lançamento previsto para 2007.

A Globo ainda produziu as minisséries *O auto da compadecida* (1999) e *Caramuru: a invenção do Brasil* (2000), ambas do diretor Guel Arraes, que posteriormente tornaram-se longas-metragens. Segundo depoimento do diretor Guel Arraes, parte integrante do artigo *Cinema e televisão: notícias de uma guerra particular*¹⁴⁰, ao gravar *O auto da compadecida* em película, o diretor percebeu a possibilidade de fazer um produto audiovisual híbrido, que poderia ser exibido tanto na TV quanto no cinema. A versão cinematográfica da minissérie gravada em 1999 foi vista novamente por mais de dois milhões de espectadores no ano de 2000. *Caramuru* também foi feita seguindo a lógica de *O auto*, mas a série foi gravada com o formato digital e o filme não teve um retorno de público expressivo, com apenas pouco mais de 240 mil espectadores.

A emissora de televisão mais atuante no mercado cinematográfico é a Rede Globo, e para melhor administrar essa relação, a emissora criou a Globo Filmes, que passou a atuar no mercado após o lançamento-teste do filme *O auto da compadecida*. A Globo intensificou a sua atividade cinematográfica nos últimos anos através de co-produções de filmes inéditos ou baseados em produtos da sua grade de programação realizados por outros produtores, mas com a sua supervisão e sempre obtendo um bom resultado nas bilheterias. Outros programas e séries de sucesso que tiveram, ou vão ter, as suas versões para a tela grande O programa humorístico *Casseta e Planeta* já gravou dois filmes, *A taça do mundo é nossa* (2003) e *Seus problemas acabaram*, (2006), *Os normais* virou filme em 2003 e *A grande família* tem previsão para chegar ao cinema ainda no final deste ano.

No período em que a produção cinematográfica nacional esteve estagnada, uma nova geração de realizadores audiovisuais iniciou a carreira na televisão, ou trabalhando com

¹³⁹ <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/asp1610200295.htm>. Acesso em 14 de outubro de 2006.

¹⁴⁰ http://intercom.org.br/papers/congresso2003/nucleos_np07.shtml. Acesso em 12 de outubro de 2006.

publicidade, videoclipes e curtas-metragens. Quando esses profissionais começaram a produzir longa-metragens, levaram para as telas as características do meio em que fizeram o seu aprendizado. O purismo, outrora existente, de misturar captação em suporte digital com película caiu por terra e o fazer cinema no Brasil tornou-se mais amplo e mais democrático. Com a possibilidade de utilização de equipamentos digitais bem mais acessíveis do que as câmeras cinematográficas, a atividade se multiplicou e diversificou, ocupando novos espaços e criando parâmetros tão qualmente novos. A intertextualidade encontra-se presente em vários filmes do período, trazendo e levando do digital para o cinema e misturando conceitos de televisão que vão sendo experimentados em outras janelas. A divisão entre as linguagens hoje em dia experimenta uma linha tênue e frágil.

Esse trânsito de profissionais pelo cinema e pela televisão tem como consequência a troca de informações, ou seja, experimentam-se na televisão formas estéticas e de produção que pertencem ao cinema e vice-versa. É como se uma linguagem fertilizasse a outra, tornando-a híbrida. Outro fator que possibilita a inter-relação entre os meios é a crescente utilização de uma nova tecnologia de captação e processamento de som e imagem digital, a HD – High Definition. Com uma qualidade bastante boa, equiparando-se com a captação em película, este formato digital passou a ser utilizado tanto pelo cinema como pela televisão.

Atualmente, em algum estágio de sua realização, praticamente todos os filmes passam por algum tipo de intervenção digital. Isto pode acontecer na captação, na manipulação da fotografia através da telecinagem, na montagem dos filmes em softwares, na colocação de efeitos especiais, no tratamento de imagens captadas em outros formatos, na modificação do formato de exibição e a agilização do processo de finalização. O uso do digital interfere no orçamento da produção (por ser mais barato na etapa de captação e as vezes mais caro na finalização, se comparado com o processo em película), nas escolhas estéticas e no resultado final, possibilitando a criação de produtos até então impensados.

Este hibridismo está presente na ficção e no documentário, sendo que para este último, o uso de equipamentos mais leves e mais ágeis, e a possibilidade de captar em digital transferindo posteriormente o resultado para película, o que diminui consideravelmente o custo da produção, foi responsável por um boom do gênero, alcançando pela primeira vez na história do audiovisual brasileiro um lugar de destaque nas salas de exibição.

O formato foi redescoberto no Brasil e em todo o mundo em meados dos anos 90, conseguiu espaço nas salas de exibição e obteve bom retorno de público. Entre 1995 e 2004 pouco mais de 40 documentários de longa-metragem foram passaram pelo circuito comercial brasileiro. Filmes de baixo orçamento, quando comparados com obras de ficção, conseguiram, em alguns casos, um bom espaço no mercado de exibição. Os temas e os estilos são variados entre obras com preocupação social, temáticas abstratas e biografias. O cineasta Eduardo Coutinho, diretor do filme *Cabra Marcado para Morrer*¹⁴¹, 1984, um dos mais importantes filmes da história do cinema brasileiro, é um dos documentaristas com maior produção neste período de redescoberta. Coutinho dirigiu obras como *Santo forte* (1998), *Babilônia 2000* (2000), *Edifício Master* (2002) e *Peões* (2004). Nos títulos ainda temos o belíssimo *Janela da alma* (2002) de João Jardim e Walter Carvalho, *Nós que aqui estamos por nós esperamos* (1999), de Marcelo Masagão feito totalmente com imagens de arquivo, e os filmes de João Moreira Salles, *Notícias de uma guerra particular* (1999), *Nelson Freire* (2003), e *Entreatos* (2004).

Um caso especial: o ônibus 174

Um bom exemplo da intertextualidade entre suportes e estilos é o filme *Ônibus 174*, de José Padilha, realizado em 2002, sobre um evento que se desenvolveu em torno do seqüestro de um ônibus no bairro Jardim Botânico, no Rio de Janeiro, em 12 de junho de 2000. Este evento resultou na morte de duas pessoas: uma refém assassinada diante das câmeras da televisão que registravam a ocorrência e o seqüestrador, morto por sufocamento dentro de uma viatura policial, no trajeto do local do crime até a delegacia, onde não havia câmeras para registrar.

Com imagens captadas por emissoras de televisão durante o seqüestro, imagens em película produzidas exclusivamente, imagens de arquivo e das câmeras da CET RIO - Companhia de Engenharia de Trânsito do Rio de Janeiro -, depoimentos gravados em estúdio, ao ar livre e em duas cadeias e material iconográfico, o filme cerca o acontecimento por todos os lados.

¹⁴¹História de um filme interrompido e dos que participaram dele como atores. O filme era uma narrativa semidocumental da vida de João Pedro Teixeira, líder camponês da Paraíba assassinado em 1962. Interrompido em 64 e recomeçado dezessete anos depois, o novo filme recolheu os depoimentos dos camponeses que trabalharam nas primeiras filmagens como atores. A história das Ligas Camponesas de Galiléia e de Sapé e a vida de João Pedro através das palavras de sua viúva, Elizabeth Teixeira, que conta sua odisséia pessoal nesses 20 anos, assim como a de seus filhos, separados dela desde dezembro de 1964.

Disponível em: <http://www.itsalltrue.com.br/2000/iat2000_retrobrasil_02.htm>. Acesso em: 15 de outubro de 2006.

O filme, conta paralelamente à ocorrência, a história do seqüestrador, Sandro Rosa do Nascimento, um rapaz de 21 anos que assistiu ao assassinato da mãe quando era bem pequeno, caiu nas ruas do Rio e foi um dos sobreviventes da chacina da Candelária, crime que ocorreu na madrugada de 23 de julho de 1993, no centro do Rio, onde sete meninos e um jovem, todos moradores de rua, foram assassinados a tiros por policiais em vingança ao apedrejamento de um carro da corporação.

Padilha procura dar uma releitura da tragédia nas entrevistas que faz, percorrendo com parentes, conhecidos e autoridades a vida de seu protagonista, o seqüestrador. Ao dar a mesma veracidade às entrevistas que faz e ao material registrado pela CET-RIO, por exemplo, o diretor recorre aos diversos olhares que se fixaram naquele momento e suas respectivas parcialidades, misturando todos e dando uma visão de vários ângulos para que o espectador decida o que aconteceu de verdade.

Uma das imagens mais chocantes é uma cena, captada por uma equipe de televisão que mostra um cidadão atravessando calmamente, de bicicleta, no meio do cerco ao ônibus montado pela polícia. Esta imagem de arquivo foi montada no filme logo após um depoimento de um integrante da polícia, que afirmava estar a área completamente cercada e segura pelas equipes responsáveis.

Ônibus fala de um determinado episódio e de um determinado menino, mas consegue retratar com veracidade o Brasil contemporâneo, a invisibilidade de todos estes meninos que sobrevivem na rua e que, de tão comuns passam a ser quase nada frente aos olhos dos transeuntes.

O filme fala também do espetáculo midiático que se criou e da participação da imprensa na condução do caso: enquanto as câmeras de TV estivessem ali transmitindo o fato para o mundo e algumas ficaram ao vivo durante as cinco horas que durou o seqüestro, a situação estaria estagnada. Sandro falava para 100 milhões de espectadores e, pensava que não seria alvejado diante da multidão.

A televisão registrou, mas isto não significa que ela tenha colocado no ar tudo o que se passou. Sabe-se que mesmo com o final da censura militar, as emissoras ainda permanecem com uma censura interna, respeitando a grade de horários, os patrocinadores e a qualidade ética e estética (a Globo não exhibe imagens sujas nem repórteres resfolegantes como faz o SBT em

telejornais sensacionalistas). O filme então faz o que a TV não fez, reflete sobre o evento com uma liberdade maior do que delimita o uso das imagens.

O filme fez poucos espectadores no Brasil, uma média de 150 mil, comparando com *Xuxa e os Duendes* (2001), dirigido por Paulo Sérgio de Almeida e Rogério Gomes, co-produção da Rede Globo que passou de 2.500.000, segundo dados da versão eletrônica da revista Forbes Brasil¹⁴².

As imagens captadas pelas emissoras de televisão estavam em suporte digital, com um tratamento jornalístico, o que não é a mesma coisa que um tratamento cinematográfico. Para o cinegrafista de televisão, o importante é a urgência do fato, é o registro imediato da ação mais importante que está acontecendo na frente das câmeras. Para o registro do cinema o importante é o olhar sobre o fato e, neste caso, o diretor acaba olhando sobre o fato registrado por outra mídia, no caso, a TV. Este filme é então é um retrato do retrato que a mídia fez sobre um triste evento. Triste, mas verossímil.

Afinal, o que é o cinema brasileiro hoje?

Segundo a Ancine – Agência Nacional de Cinema, o órgão oficial de fomento, regulação e fiscalização das indústrias cinematográfica e videofonográfica, dotada de autonomia administrativa e financeira, criada em 6 de setembro de 2001, através da Medida Provisória 2228 e formada como uma agência independente na forma de autarquia especial, vinculada ao Ministério da Cultura no dia 13 de outubro de 2003 – o que define a obra audiovisual brasileira é:

- Artigo 1º, inciso V: obra cinematográfica e videofonográfica brasileira: aquela que atende a um dos seguintes requisitos:
 - a) ser produzida por empresa produtora brasileira registrada na ANCINE, observado o disposto no parágrafo único, e ser de autoria de brasileiros e dirigida por diretor brasileiro ou estrangeiro residente no País há mais de cinco anos, utilizando para sua produção, no mínimo, dois terços de artistas e técnicos brasileiros ou residentes no Brasil há mais de cinco anos;
 - b) ser realizada por empresa produtora brasileira registrada na ANCINE, em associação com empresas de outros países com os quais o Brasil mantenha acordo de co-produção cinematográfica e em consonância com os mesmos.¹⁴³

¹⁴² <http://forbesbrasil.uol.com.br/edicoes/117/artigo10257-1.asp> . Acesso em 12 de outubro de 2006.

¹⁴³ <http://www.portaltributario.com.br/legislacao/mp2228-1.htm>. Acesso em 10 de outubro de 2006.

Mas afinal, o que define um filme brasileiro? *Ônibus 174* é um filme brasileiro contemporâneo que emprega variados suportes de captação, um tratamento tecnológico diferenciado, porém usual hoje em dia e uma temática que nos é presente: a violência urbana com a qual nos deparamos diariamente. Mas se formos pensar assim, *Xuxa e os duendes* também é um filme brasileiro, assim como o é *Carandiru*, Hector Babenco, 2003¹⁴⁴, *Cidade de Deus* e *Maria, a mãe do filho de Deus*¹⁴⁵, Moacyr Góes, 2003, estrelado pelo Padre Marcelo Rossi, só para citar exemplos conhecidos. Cada um deles aborda, no seu estilo, temáticas nacionais, cores nacionais, rostos e retratos de um Brasil que existe e que é múltiplo e variado, assim como a confluência das mídias trata o cinema atual.

O cinema brasileiro está passando por uma fase marcada por uma nova realidade técnica com a crescente inter-relação entre cinema e televisão e com o aumento do uso do formato digital. O produto audiovisual brasileiro é hoje em dia, uma grande mistura de outros produtos e linguagens que se mesclam e que interferem uns nos outros e isto não é novidade. Questões de estilo, linguagem e hibridismo entre as mídias se desdobram em implicações estéticas, narrativas e culturais que precisam ser mais bem discutidas e definidas.

Nos anos 30, 40 e 50, o rádio fornecia subsídios para o cinema, assim como desde seu início, a imprensa fartou de idéias a produção cinematográfica e depois televisiva. O importante é saber aproveitar o que a intertextualidade das mídias e a acessibilidade à tecnologia nos trás: um número maior de profissionais ingressando na área audiovisual e um número bem mais expressivo de janelas de exibição.

O cinema nacional sempre buscou ser original ao retratar um país marcado por contradições e uma enorme diversidade cultural. Essa diversidade, ou multiplicidade, também faz

¹⁴⁴ Um médico decide fazer um trabalho de prevenção a Aids no Carandiru, o maior presídio da América Latina. A realidade atrás das grades é degradante, com instalações precárias e superlotação. As consultas vão além das enfermidades e os presos passam a contar histórias de vida, fazendo com que o médico perceba que há doses de organização e solidariedade dentro daquele caos. O cotidiano dos presos é narrado até o massacre que marcou a história da Casa de Detenção, em 1992. Baseado no livro *Estação Carandiru*, de Dráuzio Varella. Selecionado para a competição oficial do Festival de Cannes de 2003

http://www1.folha.uol.com.br/folha/especial/2003/festivaldorior/sinopses-mostra_cine_brasil.shtml Acesso em 12 de outubro de 2006.

¹⁴⁵ Num povoado pobre do interior do Brasil, Maria Auxiliadora, 24 anos, carregando uma expressão angustiada, não tem com quem deixar Joana, e pede ao padre para tomar conta da sua filha, pois precisa ir ao posto médico buscar o resultado do exame da menina. A criança está com suspeita de uma enfermidade muito grave. Joana ainda insiste em ir com ela. Mas o padre a convence a ficar contando-lhe a história de uma mãe que se devotou ao filho. A partir desse momento o padre começa a contar para Joana a história de Maria e sua vida com Jesus. Joana passa a imaginar a história nos locais do povoado onde mora, pois são as únicas referências visuais que ela possui.

http://www2.uol.com.br/revistadecinema/edicao42/em_cartaz/index.shtml Acesso em 12 de outubro de 2006.

parte da produção cinematográfica e esta característica deve ser respeitada e estudada, porque é a chave para o fortalecimento da nossa cinematografia.

Bibliografia:

BUTCHER, Pedro. **Cinema brasileiro hoje**. São Paulo: Publifolha, 2005.

FIGUEIRÔA, Alexandre. **Notícias de uma guerra particular**. Disponível em: <http://intercom.org.br/papers/congresso2003/nucleos_np07.shtml>. Acesso em: 4 setembro de 2004.

ORICCHIO, Luiz Zanin. **Cinema de novo: um balanço crítico da Retomada**. São Paulo: Estação liberdade, 2003.

RODRIGO, Márcio. **Após quase meio século de atividades e sucessos, Daniel filho sai da TV, volta ao teatro e comanda a Globo Filmes**. Disponível em <http://forbesbrasil.uol.com.br/edicoes/117/artigo10257-1.asp>. Acesso em 12 de outubro de 2004.

<http://www.itsalltrue.com.br>

<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br>

<http://www2.uol.com.br/revistadecinema>

Carlota Joaquina, Referencial de Mercado para a Retomada do Cinema Brasileiro - Estratégias de Produção, Distribuição e Exibição

Renato Márcio Martins de Campos¹⁴⁶

Carlota Joaquina, Referencial de Mercado para a Retomada do Cinema Brasileiro - Estratégias de Produção, Distribuição e Exibição

1 Explicando a Retomada do Cinema Brasileiro

O que vem a ser este processo que se convencionou chamar de Retomada do Cinema Brasileiro? Quais suas características? Quais linhas aproximam as produções fílmicas deste período para que possam ser englobadas num mesmo movimento?

A palavra retomada é caracterizada por um certo grau de repetição (prefixo re) e pelo verbo tomar (+ada), o qual transparece o sentido de aquisição, de adquirir algo ou mesmo de recuperar. Neste sentido, o retomar do cinema brasileiro teria o significado: tomar novamente; reaver; recobrar; recuperar. Cabe a pergunta: retomar o que?

Em termos mercadológicos o cinema brasileiro está muito distante dos representativos 30% de participação de mercado conquistados na época da Embrafilme. Portanto, não se trata de uma retomada do mercado por parte dos filmes nacionais.

Em termos de produção não se vislumbra a possibilidade de construção de grandes estúdios como na época da Vera Cruz ou da Atlântida. Neste sentido, não se trata de uma retomada das produções industriais.

O que se convencionou chamar de Retomada do Cinema Brasileiro tem muita proximidade do sentido de se continuar algo interrompido, principalmente em termos de produção cinematográfica, uma vez que o fechamento da Embrafilme, durante o governo Collor, causou uma brusca interrupção destas produções. As produções cinematográficas nacionais são retomadas a partir das possibilidades abertas pelo Prêmio Resgate do Cinema Brasileiro, lançado já no governo de Itamar Franco, e podem ser circunscritas entre os anos de 1994 e 1998.

¹⁴⁶ Mestre em Comunicação e Mercado pela Faculdade Cásper Líbero. Docente e Pesquisador Prof. MSc. da Universidade de Ribeirão Preto – Unaerp/Centro Universitário de Araraquara – Uniará

Deve-se atentar para o fato que o processo de retomada se restringiu ao aspecto produções fílmicas, interrompidas até então. Mesmo porque o paradigma de se produzir sob a égide de uma grande empresa de capital misto, como a Embrafilme, foi abandonado. Tratou-se de adotar o esquema de captação via leis de incentivo, o que proporcionou uma aproximação entre produtores de cinema e empresariado nacional.

Busca-se neste trabalho o referencial de mercado para o cinema da retomada, dentre os filmes produzidos, qual película marcou esta recente fase do cinema nacional em termos de mercado. Utilizando-se da metodologia de estudo de caso e as ferramentas de marketing de guerra estabelecidas por Al Ries e Jack Trout verificou-se no filme *Carlota Joaquina* (1995), de Carla Camurati, uma representatividade em termos de mercado. As características *sui generis* desta obra em termos de produção, distribuição e exibição; bem como a penetração de mercado conseguida pela jovem diretora, serão analisadas a seguir.

2 Carlota Joaquina, A Princesa do Brasil e um Referencial de Mercado

Conta-se nas aulas de História que Carlota Joaquina teria batido a poeira do sapato ao embarcar para Portugal. Apesar de sua aversão às terras tupiniquins, *Carlota Joaquina*, entrou para a história do cinema brasileiro da retomada como uma das maiores bilheterias deste período (1.286.000 espectadores). Marco de uma época em que o cinema nacional estava reduzido à nulidade este filme de Carla Camurati, na verdade seu primeiro longa-metragem, serviu como prova da capacidade competitiva do cinema nacional e, também, como um aceno à sociedade de que o cinema brasileiro ainda não fora sepultado.

Por se tratar se um período especial da cinematografia do Brasil: o fechamento do “ciclo da Embrafilme”¹⁴⁷ e surgimento do que se convencionou chamar retomada. *Carlota Joaquina* apresentou algumas características peculiares quanto à produção, distribuição e exibição, ou seja, durante seu ciclo de vida enquanto produção fílmica. Tornando-se, por vários anos, referencial de mercado para esta época do cinema brasileiro.

¹⁴⁷ Campos, 2004.

2.1 A Produção de Carlota Joaquina

Algumas características na produção do filme *Carlota Joaquina* foram determinadas pelas peculiaridades de um período de transição de modelos e possibilidades de produção cinematográfica no Brasil. Deixava-se de lado todo um aparato estatal como a Embrafilme e passava-se a estimular a busca de recursos através da captação junto a empresas. Uma tentativa de se aproximar as verbas publicitárias destas à produção cultural do país. O filme *Carlota Joaquina* trabalhou muito bem próximo desta realidade uma vez que captou recursos junto aos departamentos de marketing de várias empresas, utilizando-se de verbas governamentais apenas através do Prêmio Resgate do Cinema Brasileiro (já citado). Carla Camurati evidencia este processo:

Carlota não estava dentro de nenhuma lei de incentivo, foi feito somente com dinheiro de publicidade das empresas. O que ele teve foi o Prêmio Resgate do Cinema Brasileiro, que o governo Itamar Franco na época estabeleceu, obtendo uma verba para o roteiro no valor de R\$ 100 mil. Os outros R\$ 400 mil foram cedidos por empresas¹⁴⁸.

Bianca de Felippes evidencia mais aspectos da captação e produção do filme *Carlota Joaquina*:

A gente nunca usou a Lei do Audiovisual. *Carlota* a gente não tinha lei nenhuma de incentivo, a gente foi nas empresas pelo marketing e tal. *A Serva Padrona* a gente tinha a Lei Rouanet, eram valores pequenos e a gente conseguiu captar tudo pela Rouanet. *Copacabana* também, a gente conseguiu tudo pela Lei Rouanet, algumas coisas com recursos próprios, sem incentivo de lei e, enfim, muito trabalho. *Carlota Joaquina* foi através do marketing e muitos apoios. O cartaz de *Carlota Joaquina* tem noventa e oito apoios de empresas, as quais deram material, deram mídia e coisas que vão abatendo custos, então a gente consegue muito apoio, abate muito custo das produções e vai conseguindo, desta forma, a realização dos projetos. Por exemplo: quando tem logomarca é permuta, quando tem tipo, Maratur, Banco do Brasil; isto aí é verba. A Transbrasil, por exemplo, deu passagem para o Maranhão, para filmar, só que era uma quantidade grande, então entrou como patrocinadora¹⁴⁹.

Neste depoimento percebe-se que a captação apenas através de verbas publicitárias tornou-se algo de extrema dificuldade. Tanto que as demais produções de Carla Camurati (*La Serva Padrona* e *Copacabana*) já passaram a utilizar o sistema de incentivo via Lei Rouanet. O que demonstra a dificuldade de captar verbas destinadas à publicidade das empresas sem uma contrapartida do governo, no caso isenções fiscais. Mesmo para uma atriz de renome e bem

¹⁴⁸ Camurati apud Nagib, 2002: 146.

¹⁴⁹ Felippes, 2002.

conceituada como Carla Camurati, com um sucesso de bilheteria como Carlota Joaquina no currículo, não foi possível repetir o feito de sua primeira produção em longa-metragem.

O que se imaginou, talvez ludicamente, era que as empresas passariam a destinar verbas para incentivos culturais do mesmo modo como desenvolvem campanhas publicitárias. O patrocínio à cultura tem realmente um valor para a estratégia de marketing de várias empresas, principalmente se levar em conta o conceito de marketing social e empresa cidadã. Porém há uma distorção ao se utilizar as leis de incentivo: não é a empresa em si que está patrocinando a produção cinematográfica, mas sim e indiretamente o próprio Estado através da renúncia fiscal. Sérgio Muniz, em entrevista ao autor, menciona:

Olha, o Estado, o Ministério, a Prefeitura. Quem está dando dinheiro para fazer filme não é a Volkswagen, é o Estado, porque está deixando de pagar imposto de renda, não está se fazendo benemerência nenhuma. É o Estado, isso nunca foi aproveitado. Outra coisa é que com frequência a decisão de se dar ou não esse dinheiro, cabe a um indivíduo que é diretor de marketing na empresa, que não entende nada de cultura. O indivíduo que é marketeiro, ele está só pensando a relação custo-benefício, onde vai aparecer o nome dele, de repente o filme é muito violento, não pega bem para a empresa enfim. Essas duas coisas elas são ingredientes que complicam a lei de incentivo¹⁵⁰.

Apesar de Carlota Joaquina não ter se utilizado de verbas advindas das leis de incentivo à cultura. A proximidade com os departamentos de marketing de noventa e oito empresas, como citou Bianca de Felippes possibilitou a experiência de se buscar fazer cultura no Brasil através do marketing societal.

2.2 O Processo de Distribuição: Estratégias de Guerrilha

A estratégia adotada na distribuição de Carlota Joaquina demonstrou as ricas possibilidades de atuação do cinema nacional frente ao cinema estrangeiro dominante. Demonstrou uma saída criativa para se evitar a restrição do filme nacional ao estreito circuito de arte, ao mesmo tempo em que evitou o atrelamento do filme a alguma grande distribuidora norte-americana. Mais que isso, adotou um posicionamento onde se eliminou a figura do distribuidor, o que abriu a possibilidade de se negociar diretamente com os circuitos exibidores ou mesmo exibições alternativas.

A gente primeiro tenta fazer um produto pensando em que mercado ele vai atingir, que tipo de público. Na época do *Carlota Joaquina*, a gente tinha um filme histórico. A gente direcionou muito para o segmento da escola, o Projeto Escola, e o filme teve uma

¹⁵⁰ Muniz, 2002.

ótima repercussão com o público em geral. A gente focou muito em Projeto Escola, a gente fez muito público em escola, no Brasil inteiro. A escola ia para o cinema. No caso, a gente faz projetos não muito caros, com orçamentos até bem abaixo do mercado, visando um produto que possa se pagar, depois com o nosso mercado. Sem pensar em mercado externo porque a gente ainda não tem uma coisa... Claro que algumas pessoas, Walter Salles, já tem um mercado externo bacana, já assegurado. Como a gente não tem isso, a gente sempre pensa num produto que possa se pagar aqui dentro. Outra coisa que a gente pensa é na parte de distribuição que foi o “X” da questão na época do *Carlota Joaquina*. A gente não via ninguém com possibilidade de, depois de tanto esforço de fazer um filme, poder colocar este filme no mercado. Então a gente resolveu fazer a gente mesmo a distribuição. E aí a gente saiu pelo Brasil, eu e a Carla com o filme. Divulgando nos Estados, conseguindo um apoio aqui, outro acolá. Ai a gente conseguiu atingir o Brasil inteiro. A gente ficou em cartaz em quase 300 cinemas no Brasil inteiro, fizemos quase 1,5 milhão de espectadores. Depois vendemos muito bem no vídeo. Fizemos mais de 40 Festivais Internacionais e o filme até hoje roda¹⁵¹.

Neste depoimento de Bianca de Felippes, participante direta no processo de distribuição de *Carlota Joaquina*, juntamente com Carla Camurati; pode-se evidenciar algumas importantes características do fato em questão: 1. a busca por segmentos de mercado específicos; 2. a preocupação com a questão do retorno financeiro; e 3. a própria oportunidade encontrada no processo de distribuição. Tais questões serão discutidas separadamente.

2.3 Mercado-Alvo: Escola

A identificação de segmentos de mercado com necessidades e desejos latentes e a possibilidade de atendê-los leva a empresa, em qualquer área de atuação de mercado, a prática da seleção de mercados-alvo. Para Kotler no marketing de mercado-alvo: “o vendedor distingue os principais segmentos de mercado, orienta-se para um ou mais desses segmentos e desenvolve produtos e programas de marketing sob medida para cada um deles”¹⁵².

Al Ries e Jack Trout desenvolveram o conceito de marketing de guerra, na visão destes autores o processo de “segmentação é tirar pedaços do terreno”¹⁵³. Conquistar o campo de batalha aos poucos retirando do inimigo que domina o mercado fatias do espaço que este ocupa.

Carlota Joaquina, filme de gênero histórico, obteve no âmbito escolar um mercado-alvo específico. Ao abordar a vinda da família real portuguesa para o Brasil através de uma caricatura do processo e um foco na personagem *Carlota Joaquina*, a esposa de Dom João VI. Carla Camurati pôde focar esforços no Projeto Escola, como evidenciou Bianca de Felippes

¹⁵¹ Felippes, 2002.

¹⁵² Kotler, 1996: 235.

¹⁵³ Ries, 1986: 37.

anteriormente. As salas de exibição contariam então com possibilidades de exibição alternativas para atender este público escolar. Horários muitas vezes alternativos aos das exibições normais, e melhor, com público garantido. Camurati comenta este aspecto:

O Carlota quando parou de ser exibido em 95 tinha 1,280 milhões de espectadores. O filme está em Projeto Escola até hoje, é solicitado cópia, é um filme que foi vendido para a TV aberta, foi vendido para fora e é impressionante: faz quatro anos e ele é questão de vestibular. O que eu acho que Carlota teve de vantagem, e nisso é legal, é que ele não fica velho, não é datado, entende. A linguagem dele, o assunto, você tem sempre uma geração que vai ser legal ver e utilizar aquilo. O que ele faz? Ele desperta você para o pitoresco da história, diferente daquela tradicional de simplesmente ensinar¹⁵⁴.

As possibilidades de utilização da obra cinematográfica no espaço escolar são grandes, principalmente em se tratando de um gênero histórico como o Carlota Joaquina. Carla Camurati menciona a possibilidade de utilização por vários anos seguidos, ao abordar a questão das gerações que podem vivenciar a experiência da vinda da família real para o Brasil de uma forma leve e descontraída. Uma forma de aprendizado que leve em consideração o entretenimento, o aprender com prazer e não uma produção pesada e extenuante como um documentário. Carlota Joaquina e seu vínculo com o Projeto Escola possibilitou um posicionamento importante no mercado, gerando uma das maiores bilheterias da retomada e aproximando interesses historicamente antagônicos: produção x exibição.

2.4 Retorno Financeiro para as Obras Cinematográficas

A não exigência de um retorno sobre investimentos no âmbito cultural, e, principalmente, às produções cinematográficas provoca um distanciamento da questão de mercado. Provoca o aparecimento de um cinema de autor onde o capital necessário à produção morre em si. Não retorna ao processo para se formar algo próximo do industrial, para capitalizar o setor. Neste sentido, fracassos de bilheteria seriam minimizados em suas conseqüências pois o dinheiro do incentivo cultural serviria apenas para produção em si, não se importando com os outros fatores preponderantes. Na visão de Amylton de Almeida:

O cinema só vai começar a funcionar mesmo quando houver produtor. Porque, mais que o Estado, é uma produtora que tem de viabilizar o filme financeiramente, comercializar bem o filme. Temos poucas cabeças que pensam como produtor, ou como pensam produtores ingleses, americanos, holandeses, que vêm o filme não só como uma peça

¹⁵⁴ Camurati, 2001: 13

de arte, mas como um produto industrial mesmo, termina um, começa outro, numa produção em série. Nós não pensamos assim¹⁵⁵.

Ora, Bianca de Felippes menciona a necessidade de se produzir pensando no mercado que se vai atingir. A própria distribuição estratégica de Carlota Joaquina evidencia este posicionamento de preocupação com o mercado e com o retorno sobre o investimento; enfim, em fazer o filme render. A própria formação da Copacabana Filmes, por Carla Camurati e Bianca de Felippes, também é outro fator que demonstra o viés de mercado. Não que os filmes de Carla Camurati sejam extremamente comerciais, mas já demonstram um posicionamento de mercado muito distinto. Ao ser questionada sobre os caminhos possíveis para o filme nacional e a busca de públicos específicos, Bianca de Felippes, argumenta:

A gente não é perfeito, cada um arruma seu caminho. Este foi o caminho que a gente arrumou. A gente é super pequenininho, uma produtora super pequena com recursos...

O cinema da retomada está passando por um redimensionamento, mas os recursos sempre tem é o trabalho que a gente tem. Neste sentido, tem nenhum grande investidor atrás. A gente faz também com as formas que a gente tem. Acho que não tem receita, cada um usa o seu. Tem gente que gosta de lançar o filme com 200 cópias, por anúncio na Globo, que é um outro tipo de mercado, outra maneira de trabalhar, não é que estética diferente e que nossa, não que eu ache que seja a certa¹⁵⁶.

Eu posso falar assim, muito genericamente, e dizer: o que na verdade, o forte do cinema, o que é o forte do cinema? Esses chamados grandes cineastas? Barreto, Nelson Pereira dos Santos, gente que quer incentivos, querem uma grana para fazer o filme, esse cinema para mim está acabando, inclusive está acabando do ponto de vista estético. A Taffina Barreto teve dois fracassos absurdos, não vingou, não teve público. Por outro lado, tem toda uma estética nova e que não usa tanto dinheiro, que está surgindo, também tem isso. Por isso que eu digo: tem o cinemão que sempre pensou essa articulação com grandes capitais e tem um outro cinema que está aparecendo que não necessariamente precisa de tanto capital, que está tendo público, que tem uma estética diferente e que talvez pense uma política cinematográfica que não vise apenas formas de arrancar dinheiro do Estado para fazer qualquer coisa. Por que qual é o ponto pesado nesse tipo de reivindicação? Para quem você vai dar o dinheiro, sempre foi assim¹⁵⁷.

Sérgio Muniz explica o fato em termos quantitativos:

Tem um tipo de produção que hoje em dia não está tendo muito mais espaço e acho que não vai ter mais vez, são as grandes produções, para o cinema brasileiro. No cinema internacional isso é filme para baixo de independente, mas enfim, filmes que tenham

¹⁵⁵ Almeida apud Nagib, 2002: 30.

¹⁵⁶ Felippes, 2002.

¹⁵⁷ Simis, 2002.

orçamento muito alto necessitam ser distribuídos com uma promoção muito grande, que custa caro, e para dar certo precisa ter muita cópia, quer dizer que se montou uma série de gastos que não são só da produção, custam no orçamento, etc. Que não estão pegando mais tão bem, a coisa mais recente é *Paixão Jacobina*, do Barreto. Atores da Globo, a maior parte e não rendeu o que deveria ou o que pretendiam que rendesse. O Cacá Diegues faz um filme de 6 ou 7 milhões, está fazendo; significa que para recuperar o gasto de produção com esse filme, teria que render... para empatar, teria que render 28 milhões de bilheteria, fora o gasto com o lançamento e a promoção do lançamento. Isso em termos de espectadores significa que teria que ter 2 milhões ou mais de espectadores. Pode ser que tenha, pode ser que não tenha. Como cinema... o filme é um produto que não é feito em linha de produção, você tem filmes que tem excelente recepção da crítica, vão muito bem nos festivais, os produtores e distribuidores confiam que vai ser um sucesso e é um fracasso. Até filmes que começam timidamente, não sei se vai dar bilheteria, de repente para o tamanho do filme cresce muito. Um exemplo típico disso é *Como Nascem os Anjos*, o filme foi muito bem em Gramado, foi muito bem em Brasília, a crítica aplaudiu, olha, esse filme vai emplacar. Lançaram 50 cópias, foi um desastre; cada cópia está custando algo como 3 mil reais. Mas vamos colocar, não sei se foram 50 cópias, mas a 3 mil, são 150 mil. Para poder recuperar este dinheiro tem-se que faturar um milhão. E tem *O Pequeno Dicionário Amoroso*, (Sandra Werneck) ela faz um filme, é um filme classe média urbana, uma historinha de fácil consumo. Começou no Rio num fim de semana com duas cópias, foi um estouro, de repente, no outro fim de semana estava com 5 cópias e no outro com 10. Os filmes que estão tendo mais resultado, com exceção de *Cidade de Deus*, *Central do Brasil*; mas *O Invasor*, do Beto Brant; e outros, são filmes de baixo orçamento. Um filme como o do Beto Brant custou menos que 500 mil reais e o filme do Cacá custou 7 milhões, então isso é mais ou menos a diferença¹⁵⁸.

Percebe-se, portanto, a preocupação com o mercado, com a distribuição e com as possibilidades de retorno sobre investimento nos filmes de Carla Camurati. Desde a produção focada em públicos específicos, passando pela distribuição, até a exibição do filme, seja sob a forma de película para cinema ou sob outros formatos adequados a outras tecnologias de reprodução.

2.5 Distribuição: Oportunidade de Mercado

A fórmula estratégica adotada por Carla Camurati ao produzir e distribuir seu primeiro longa-metragem, Carlota Joaquina, desencadeou um movimento de guerrilha dentro do cenário mercadológico do cinema brasileiro. Guerrilha por focar atenção a um público específico na conjuntura nacional: a escola e a necessidade de aprendizado da História do Brasil. Esperar que os norte-americanos tivessem interesse neste tipo de produção seria uma espera eterna, condenada à morte por inanição.

Al Ries assim define um movimento estratégico de guerrilha: “Uma tática clássica de guerrilha é encontrar um segmento suficientemente grande para ser rentável para a guerrilha, mas

¹⁵⁸ Muniz, 2002.

muito pequeno para ser tentado para o líder”¹⁵⁹. Carlota Joaquina, enquanto produção fílmica abriu espaço ao cinema brasileiro às produções de gênero histórico ou, até mesmo, escolar ou educativo. Não que este seja um novo segmento, mas a forma como Carlota Joaquina foi posicionado no mercado gerou um novo conceito entre os consumidores. “É preciso haver algum elemento de novidade ou exclusividade. O cliente em perspectiva deve colocar você em uma nova categoria”¹⁶⁰. Este elemento novo, a retomada do cinema nacional, deixou rastros aos seguidores: Triste Fim de Policarpo Quaresma, Memórias Póstumas de Braz Cubas, Canudos, For All – O Trampolim da Vitória, entre outros ligados ou próximos ao segmento escola.

Uma outra característica do movimento de guerrilha em marketing é a defesa do nicho conquistado. Isto se faria com os outros lançamentos de Carla Camurati. Por mais díspares que pareçam os outros dois longas de Camurati: *La Serva Padrona* (1998) e *Copacabana* (2001) também se direcionaram ao Projeto Escola. Porém, por se tratar de uma ópera e de um filme sobre a velhice, a terceira idade; muito distantes do gênero histórico de sua primeira produção de sucesso; as produções subseqüentes ao Carlota Joaquina não propiciaram grande presença no mercado, mas satisfizeram a questão de rentabilidade para a pequena empresa guerrilheira.

André Sala, gerente nacional de vendas da Columbia TriStar Buena Vista do Brasil, em entrevista ao autor, tece os seguintes comentários sobre as estratégias de distribuição de Carla Camurati em Carlota Joaquina:

Realmente, isso é até antes de eu ter entrado no mercado da distribuição, mas é uma coisa até de guerrilha mesmo. Quer dizer, ela assumiu isso, ela foi de lugar em lugar, divulgando, distribuindo, trabalhando muito e eu acho que na verdade é um dos grandes marcos da retomada. Além de ser um filme excepcional e o que ela conseguiu fazer em termos de distribuir o seu próprio filme¹⁶¹.

Sérgio Muniz expressa este movimento de guerrilha mercadológica em termos numéricos:

O caso do filme da Camurati, Carlota Joaquina, ela produziu e os exibidores não queriam distribuir, ficou uma coisa meio complicada. Então o que ela fez, ela colocou o filme embaixo do braço e foi percorrendo o país inteiro com o filme embaixo do braço, resultado: foi bem recebido pelo público e ela com esta operação eliminou a figura do distribuidor, ficou com a parte do distribuidor. No frígir dos ovos ficou assim: o ingresso custava R\$ 10; 5% fica para o exibidor, que não paga nada, não paga anúncio de televisão, tudo quem paga é o produtor; e 50% líquido, 25% fica para o distribuidor e 25% para o produtor; o que a Carla fez? Ela ficou com os 50%. Além de ter sido um

¹⁵⁹ Ries, 1986: 42.

¹⁶⁰ Idem: 67.

¹⁶¹ Sala, 2003.

sucesso ela duplicou a sua margem de lucro, não de lucro, mas ficou com uma parte maior do que normalmente o produtor ficaria¹⁶².

Percebe-se que a ameaça de mercado advinda da questão distribuição-exibição foi transformada, através de uma ação de guerrilha, em oportunidade mercadológica. Tal fato está longe de acontecer novamente, tanto que a própria Carla Camurati optou em centralizar esforços através de sua empresa, a Copacabana Filmes, um movimento independente como o acontecido com o Carlota Joaquina encontraria grandes obstáculos pela própria presença de grandes distribuidoras exercendo papéis próximos como se verifica a seguir.

3 Ameaças e Oportunidades de Mercado para os Filmes Brasileiros

Se por um lado encontra-se uma extrema dificuldade em se executar um processo de distribuição em termos de guerrilha como o efetuado com o filme Carlota Joaquina, por outro se percebe um certo grau de facilitação no que diz respeito à distribuição dos filmes nacionais. Não que o afunilamento do processo de distribuição-exibição tenha deixado de existir, a dominação de mercado exercida pelo filme estrangeiro ainda continua preponderante no cenário mercadológico brasileiro. Porém algumas alternativas são possíveis aos cineastas: o órgão de distribuição criado pela prefeitura do Rio de Janeiro – Riofilmes; a própria participação de distribuidoras internacionais aqui estabelecidas – Columbia Tristar Buena Vista do Brasil; a possibilidade de exibições alternativas.

A distribuição através da Riofilmes, que também pode exercer o papel de co-produtora, é evidenciada por Carlos Mendes:

A gente não produz filmes, a gente distribui, o objetivo maior na empresa é distribuir o filme, fazê-los chegar aos cinemas. Agora, a gente também co-produz, a gente tem uma carteira de co-produção que é... eu não estou bem certo, mas me parece que é 180 mil reais, a gente entra como co-produtores. E a gente tem também uma carteira de finalização, que ai neste caso... a gente pode ser co-produtor do filme e ao mesmo tempo finalizar. Então neste caso, a gente vê que tem uma verba para o filme também, que eu não sei precisar o quanto neste momento, mas que essa verba a gente estaria auxiliando o filme para fazer mensagens, fazer cópias, produção... via prefeitura. Ai depois da finalização, que a gente vem justamente com o lançamento, ai a gente vai mais uma vez, na estratégia de lançamento que é a fase final do filme. A gente vai fazer as cópias do filme, tanto em película quanto em Betacam, que seria a cópia para trailer, é feito também um trailer em película que são os exibidos nos cinemas. Depois disso a gente parte para a produção: todas as peças gráficas do filme: cartaz, o banner, os postais, às vezes a gente não faz o postal, mas tem que fazer o press-book, e dependendo da verba que o filme tiver, a gente investe em busdoor ou outdoor, mobiliário urbano. Então a gente tem vários meios para divulgar, a partir daí, esta verba a gente tem também para

¹⁶² Muniz, 2002.

colocar na mídia de rádio, de jornal, quando é o caso de um filme que tem uma verba maior, a gente chega a fazer televisão. Mas nada assim de TV aberta, porque por exemplo, a gente fazer um anúncio para colocar numa TV Globo é caríssimo. Então com uma verba menor, a gente consegue colocar num canal à cabo, uma coisa mais direcionada, Canal Brasil, Sony, GNT, por ai. Mesmo passando no cinema, para o público daquele filme. Esse é todo o trabalho do meu departamento, a gente parte para fazer a pré-estréia. Quando, também dependendo da verba, a gente faz um coquetel na pré-estréia, isto é, a partir daí você gera uma mídia gratuita. Geralmente contratam um divulgador, que é um assessor de imprensa para fazer a divulgação do filme, então ele vai gerar notícias na mídia, fazer esta pré-estréia a respeito do próprio filme, ele vai entrar em contato com revistas, TVs, fazer a cobertura da pré-estréia, então tem toda esta produção. A gente não faz só o marketing, mas tem toda esta parte da produção que a gente tem que fazer mesmo¹⁶³.

Ao que se percebe a Riofilmes desenvolve todo um aparato de marketing e de assessoria de imprensa para garantir um pouco de espaço e visibilidade aos filmes nacionais por ela distribuídos. Mesmo com o desenvolvimento de todas estas estratégias de comunicação, muitas vezes o filme nacional fica restrito aos circuitos de arte:

Geralmente os filmes são exibidos nos circuitos de arte: no circuito Estação Botafogo, no Espaço Unibanco. Alguns filmes, dependendo, entram, às vezes, no Cinemark, UCI, nos grandes grupos. Mas geralmente o espaço que ele entra é no Espaço Unibanco que é um circuito de filmes independentes, de arte. São Paulo também, a mesma coisa. Belo Horizonte, Porto Alegre, Recife, são mais em cinemas do filme de arte, não é muito no cinemão, de filme comercial, porque não tem uma penetração¹⁶⁴.

A possibilidade de se distribuir um filme nacional através das grandes distribuidoras estrangeiras aqui estabelecidas também ocorre. Há um certo interesse pelos filmes infantis, principalmente os da Xuxa e os filmes do Renato Aragão. Filmes estes garantia de bilheteria e, portanto, distribuídos por estas empresas. Um outro foco de interesse é a possibilidade de desconto no imposto de renda, via leis de incentivo, no processo de distribuição de filmes nacionais. André Sala também evidencia os procedimentos peculiares adotados na divulgação dos filmes nacionais:

A gente define, por exemplo, eu vou te citar o caso de *Deus é Brasileiro*. A gente tinha um filme sensacional, a gente precisava mostrar, o cuidado que você tem que ter, hoje, ainda infelizmente, na minha opinião, tem-se um certo receio do público. O que mais me incomoda nisso tudo? Cinema Nacional não é gênero. Acho que hoje na locadora não existe mais, antigamente você tinha aventura, comédia, romance, nacional. Cinema nacional não é gênero, o cinema brasileiro tem comédia, tem aventura, tem romance, tem infantil, tem de tudo. Então o que a gente faz nesse trabalho de mostrar o filme e desenvolver ações pelo Brasil é justamente para mostrar isso, quer dizer, mostrar a qualidade daquilo que a gente está lançando, mostrar o potencial do filme que a gente

¹⁶³ Mendes, 2002.

¹⁶⁴ Idem.

tem e sentir também a reação das pessoas ao redor do país. Então por exemplo, *Deus é Brasileiro*, a gente fez primeiro... Se não me engano foram quatro semanas antes do lançamento, a gente fez, entre aspas, uma tournée pelo nordeste. Fizemos uma pré-estréia de lançamento em Recife... Quando a gente fala isso, vai para lá diretor, elenco, produtor e uma equipe de apoio da distribuidora para fazer uma pré-estréia, convidar os jornalistas, convidar formadores de opinião, convidar parceiros promocionais e tudo gira em torno dessa presença do diretor e do elenco lá com essa pré-estréia e, eventualmente, uma coletiva de imprensa; um trabalho com as parcerias rádio e televisão, internet locais. Ai você consegue regionalizar mesmo a sua distribuição, porque com isso você vai ter os jornais de Recife falando sobre o filme, você vai ter internet local divulgando o filme, quer dizer, você trabalha regionalmente. Essa é uma coisa que você acaba tendo por você ter o diretor disponível, o elenco disponível, o filme com antecedência. Você pode fazer esse trabalho com cinema brasileiro, você acaba ganhando com isso, você regionaliza, as pessoas estão lá. Há aquele respeito, eles vieram até aqui, estão nos mostrando o filme com antecedência, então você acaba tendo um resultado muito bom. A gente está fazendo isso agora com *Carandiru*, está acontecendo agora, nesse momento eles já estão viajando, nordeste, para divulgar *Carandiru*, que a gente lança em 11 de Abril¹⁶⁵.

É dado ao lançamento de um filme nacional um tratamento especial, primeiro pela própria preocupação em se gerar uma empatia com o público. Acostumado ao que vem de fora. Segundo, por se disponibilizar pessoal da produção do filme, elenco e diretor *in loco* para o referido lançamento. Esta ação chamada por André Sala de regionalização está muito próxima das ações implementadas por Carla Camurati no processo de distribuição de *Carlota Joaquina*. Tire-se, portanto, daí a dificuldade de se montar as mesmas táticas de guerrilha adotadas por Camurati: os líderes de mercado já ocuparam este espaço.

Por fim, os filmes nacionais também dispõem de outros canais de distribuição-exibição, mais restritos, porém eficazes no processo, que são: mostras e festivais; projeções organizadas por entidades a exemplo do SESC; e também, o BR em Movimento, o qual se destaca por desenvolver projeções alternativas de filmes nacionais buscando públicos específicos.

4 Considerações Finais

A realidade de mercado para os filmes brasileiros na atualidade é bem diversa de meados da década de noventa. Grandes produções alcançaram sucesso de mercado como *Central do Brasil*; *Deus é Brasileiro*; *O Auto da Compadecida*; *Lisbela e o Prisioneiro*; *Cidade de Deus* e *Carandiru*.

¹⁶⁵ Idem.

Em termos de estratégia de mercado estes filmes apresentam as seguintes características, distintas ou não: a associação com grandes distribuidoras norte-americanas e a participação da Globo Filmes. O referencial é o seguinte: as grandes empresas ligadas ao setor ocuparam este nicho de mercado e estão desenvolvendo planos de marketing para comercialização de alguns títulos nacionais, próximos ao modo como são desenvolvidos os mesmos planejamentos para os títulos internacionais.

A validade de se atuar desta forma com os filmes brasileiros é comprovada pela presença de mercado próxima a 10% conquistada no fechamento do ano de 2003. Porém, fecha-se o cerco aos independentes, aos pequenos: estratégias de guerrilha como a empreendida por Carla Camurati, como apresentado neste estudo de caso, com o filme Carlota Joaquina torna-se impensável atualmente.

Neste sentido, propõe-se um ponto de partida, uma gênese para o que foi denominado pela mídia de Cinema Brasileiro da Retomada: o filme Carlota Joaquina, como referencial de mercado que, em meados da década de noventa, pôde comprovar que o cinema brasileiro ainda tinha e tem fôlego.

Referências Bibliográficas

AMANCIO, Tunico. **Artes e Manhas da Embrafilme**: Cinema Estatal Brasileiro em Sua Época de Ouro (1977-1981). Niterói: EdUFF, 2000.

CAMPOS, Renato Márcio Martins de. **História do Cinema Brasileiro**: Os Ciclos de Produção Mais Próximos ao Mercado. Florianópolis. In: Anais II Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho, 2004. 1 cd-rom.

CAMURATI, Carla de Andrade. O Estilo Operístico de Contar Histórias. São Paulo. **Revista de Cinema**, Ano I, n. 11, p. 10-16, Mar., 2001. Entrevista concedida a Mariana Rodrigues e Fabrício Pinto.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia Científica**. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

FELIPPES, Bianca de. **Experiências no Cinema da Retomada**. Rio de Janeiro, 2002. Entrevista concedida a Renato Márcio Martins de Campos. 1 cassete sonoro.

FINGUERUT, Silva. **Cinema Brasileiro**: 90 Anos. Fundação Roberto Marinho, 1986.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. São Paulo: Atlas, 1996.

MENDES, Carlos. **Sobre a Riofilmes**. Rio de Janeiro, 2002. Entrevista concedida a Renato Márcio Martins de Campos. 1 cassete sonoro.

MUNIZ, Sérgio. **Panorama do Cinema Brasileiro da Retomada**. São Paulo, 2003. Entrevista concedida a Renato Márcio Martins de Campos. 1 cassete sonoro.

NAGIB, Lúcia. **O Cinema da Retomada**: Depoimentos de 90 Cineastas dos Anos 90. Ed. 34, São Paulo, 2002.

RIES, Al e TROUT, Jack. **Marketing de Guerra**. São Paulo: McGraw-Hill, 1986.

SALA, André. **Processos de Distribuição**. São Paulo, 2003. Entrevista concedida a Renato Márcio Martins de Campos. 1 cassete sonoro.

SIMIS, Anita. **Estado e Cinema no Brasil**. São Paulo: Annablume, 1996 (Selo Universidade; 51).

_____. **Cinema Brasileiro**. São Paulo, 2002. Entrevista concedida a Renato Márcio Martins de Campos. 1 cassete sonoro.

O Cinema na Amazonia & A Amazonia no Cinema *

Selda Vale da Costa **

“Entre o pitoresco e o dramático,
o cinema na Amazonia foi um ato de heroísmo”

Pedro Veriano, 2006.

A primeira sessão de cinema

Eldorado dos aventureiros, celeiro do mundo capitalista, inferno verde dos naturalistas e paraíso perdido dos poetas, a Amazônia foi cantada e decantada, romântica e cientificamente, por viajantes e estudiosos, por artistas e políticos de todas as épocas. Foi louvada, amaldiçoada e chorada em verso e prosa. Percorrida, penetrada, pisada e mal interpretada por “quadrilhas” de turistas. Todos vieram conhecer a Amazonia, seu grande rio e sua misteriosa floresta. E, logo, também, as luzes cinematográficas nela vieram refletir-se, tentando capturar seus segredos, mitos e almas.

A chegada do cinematógrafo a Manaus, entretanto, em 11 de abril de 1897, não rebulçou a cidade, como era de se esperar. O novo invento dos irmãos Lumière passou quase despercebido. Ao ser-lhe atribuído o status de “arte nobre”, fazendo-o penetrar pelo recém-inaugurado templo cultural da elite manauara - o Teatro Amazonas - o cinema desencontrou-se de seu público predileto, as camadas populares, que lotavam as praças e cafés dos centros urbanos para ver o maravilhoso aparelho das “figuras que se mexem”. O local escolhido e os preços proibitivos afastaram o grande público para outros centros de diversões mais atrativos e menos dispendiosos. A elite que foi ao Teatro Amazonas tampouco se agradou daquele novo divertimento.

* Artigo parcialmente extraído do livro: *Eldorado das Ilusões*. Cinema e Sociedade. Manaus: 1897-1935. (Dissertação de Mestrado em Ciências Sociais (Antropologia), PUCSP) e do artigo Cinema no Amazonas (2005), em parceria com Narciso Lobo.

** Antropóloga, professora e pesquisadora da Universidade Federal do Amazonas.

Em pleno apogeu do “ciclo da borracha”, Manaus deliciava-se com requintados gostos artístico-culturais. A elite do “ouro negro” vivia o sonho do esplendor das companhias de ópera e de *ballets* clássicos, franceses e italianos, que chegavam com exclusividade ao antigo “porto de lenha” nas margens do Rio Negro.

A antiga Cidade da Barra ganhara os noticiários do velho mundo e era destaque nas páginas de conceituadas revistas européias¹⁶⁶. Falava-se de um novo Eldorado, que convidava a aventuras fantásticas. Manaus, pouco a pouco, enchia-se de uma massa de passantes que cruzavam, apressados, as novas avenidas surgidas com os recentes aterros dos igarapés. Bondes a vapor, rapidamente substituídos pelos modernos elétricos, desfilavam pelas novas pontes de ferro inglesas. Línguas estranhas cruzavam-se pelo novo serviço telefônico. Um armazém para embarque e desembarque não mais dava conta das centenas de passageiros e volumes de carga que entravam e saíam diariamente da cidade pelas dezesseis companhias de navegação a vapor.

Em 1897, Manaus contava, além do imponente e majestoso Teatro Amazonas, com alguns pequenos teatros, como o Éden, muitos centros de diversões, clubes carnavalescos e esportivos, associações lítero-musicais e os novos clubes noturnos, alguns deles cabarés camuflados. Circos pululavam pelas amplas e arborizadas praças da cidade. O povo gostava de ir às corridas de touros no Coliseu Amazonense, ao carrossel de cavalinhos no Recreio Ajuricaba e aos arraiais no Pobre Diabo. Aos domingos, os passeios de bonde eram o divertimento de todas as famílias. (DAOU, 2000)

A borracha havia transformado Manaus. A aldeia decadente de 1850 desabrochava e transformara-se na efervescente metrópole dos trópicos. E para abrilhantar ainda mais as noites alegres da nova elite boêmia, a 16 de outubro de 1896 havia sido inaugurada a iluminação elétrica no centro de Manaus, cuja luz parece ter demorado a sobrepôr-se ao brilho da lua: “*Nada podemos ainda dizer a respeito deste serviço, porque sendo de luar a noite de inauguração, pouco ou quase nenhuma diferença notamos entre a claridade que apresentava a luz elétrica nas*

¹⁶⁶ [Destaca-se a] pitoresca povoação de Manáos, como vestígio da civilização que vai arroteando, dia a dia, tanto a espessura das florestas virgens como a aridez dos desertos. As longínquas regiões do Amazonas deixam de ser um mito, para serem simplesmente um vastíssimo campo aberto à indústria e à atividade do homem, abrindo o cofre dos seus tesouros opulentíssimos às crescentes necessidades da raça humana. *O Occidente*, vol. II, Lisboa, 15.09.1879, p. 141.

ruas em que ela apareceu e a que ostentava a lua nas demais ruas onde a luz elétrica não chegou”. Amazonas, 17.10.1896, p. 1.

No final da década de 90, Manaus era outra. Dos 3.640 habitantes em 1848, pulara para 45.000, em 1897. As rendas de exportação da borracha enchiam os cofres públicos e o governo se esmerava em criar as melhores condições para transformá-la em uma cidade moderna, o novo *habitat* do capital estrangeiro: mandou escritores e políticos como propagandistas à Europa, trouxe fotógrafos que registraram a cidade em álbuns que percorreram as capitais européias, metamorfoseou-a aos gostos estrangeiros. Manaus despiu-se de suas vestes indígenas, abandonou sua água de moringa por água de Vichy, trocou perfumes de flores e raízes silvestres por sofisticados frasquinhos parisienses, desprezou seus aluás e o saboroso guaraná por *bourbons* franceses e pelo *schopp* alemão.

Enfim, o cenário estava pronto para abrir o espaço à “modernidade”, que se instala, sem retorno.

A elite divertia-se: temporadas líricas no Teatro Amazonas, saraus artístico-musicais e etílicos no Club Internacional e no Ideal Club, jogos e bebidas no Hotel Casina, alta prostituição na Pensão da Mulata e em outros cabarés... Para o divertimento da plebe havia touradas, carrosséis, cabarés de última categoria, arraiais, passeios de bondes, circos e espetáculos teatrais em hotéis-pardieiros...

O fausto da borracha, com suas noites brilhantes e sons alegres, não era capaz, entretanto, de esconder a miséria e a fome que rondava a periferia da cidade. Funcionários sem vencimentos, crimes, roubos, mendicância escancarada, crianças perambulando pelas ruas, o outro lado triste e sujo do rosto de Manaus vinha estampado nas páginas policiais dos jornais, enquanto na primeira folha louvava-se a “calma”, a “ordem” e a “tranqüilidade pública” da capital. (DIAS, 1999).

Nesse clima de esplendor, riqueza e miséria, o cinema chegou a Manaus, tímida e desastrosamente. Com um simples anúncio na primeira página do jornal *O Imparcial* no dia 11 de abril de 1897, sua estréia deixou muito a desejar, conforme informa o mesmo jornal, no dia 13:

Sábado tivemos no Teatro Amazonas uma exibição do Cinematographo. O aparelho devido a fato que ignoramos não trabalhou com perfeição, pelo que o seu exibidor não repetiu o divertimento no domingo.

Quem foi o empresário, ambulante certamente, que trouxe o cinematógrafo? Que “photographias animadas” teriam composto o programa dessa primeira exibição? Por que não houve outras sessões? Que aparelho cinematográfico teria sido utilizado? Perguntas que os periódicos de 1896/97, exaustivamente folheados, não respondem satisfatoriamente.

Os ancestrais do cinematógrafo em Manaus

A ausência de comentários nos jornais, a falta de entusiasmo em relação ao novo invento talvez possa ser explicada por se pensar tratar-se das mesmas “vistas”, “quadros dissolventes”, que desde 1857, ou antes mesmo, vinham aparecendo nos teatrinhos de Manaus.

Segundo o jornal *Estrella do Amazonas*, já em 1857 o “sr. Silva” teria aparecido com um *cosmorama*, aparelho que seria novamente apresentado em novembro e dezembro de 1862, de empresário desconhecido:

Novo Cosmorama com muitas bonitas vistas

A 500 Rs. a entrada

Quinta-feira, 20 de Novembro de 1862, na rua Formosa, casa onde morou o sr. Alferes Galvão, professor de música.

Vistas

Vista da Praça do Palácio e do Porto do Maranhão; Dita de Savóia no Inverno; Dita da Tomada e Incêndio de Sebastopol; Dita da Grande Cidade de Roma; Dita de uma caçada em Fontainebleau; Dita da retirada da caçada em dita; Dita da entrada de S. M. a rainha da Inglaterra em Paris; Dita de J. J. Rousseau dando uma lição de botânica a Ermeville.

Ao todo, foram 88 vistas, oito por sessão, imagens do estrangeiro, com exceção da Praça do Palácio e do Porto do Maranhão.

O *Polyorama*, um dos tantos ancestrais do cinematógrafo, esteve por Manaus em 1861, em agosto e setembro:

O abaixo assinado comunica ao respeitável público que vai dar algumas representações de *polyorama*, as quais se dividirão em quatro, a saber: na 1ª, 2ª e 3ª noites, apresentará vistas novas e na 4ª repetirá todas aquelas, para que as famílias que não vierem a principio apreciem a todas.

Convida, pois, aos Exmos. Srs. chefes de família para que se dignem concorrer a este divertimento para, depois de concluídas as vistas, o abaixo assinado continuar as representações para o povo.

A casa destinada para este fim é n'uma das salas contíguas à casa comercial do Ilmo. Sr. Major Francisco Antonio Monteiro Tapajós.

Em 1870, no dia 15 de fevereiro, estreou outro *Polyorama*, de F. Cardoso, no Teatro Phenix:

Está aberta uma assinatura de cinco soirées de *Polyorama* sujeitas ao abatimento de 5% a favor dos assinantes. Cada soirée constará de 40 quadros que interessam à história, à mitologia, às cenas da vida no que esta pode oferecer de ridículo ao riso e à galhofa. A par da instrução, este gênero de divertimento proporciona uma distração honesta e decente. Todo o trabalho se opera sob os princípios gerais da ótica; e porque o teatro não oferece o espaço necessário à ação dos aparelhos, haverá todo o cuidado para conservar a ilusão aos espectadores. Os srs. que desejarem subscrever, tenham a bondade de fazê-lo à rua Brasileira, em casa do sr. Emílio Bastos. Manáos, 10 de fevereiro de 1870. F. Cardoso. (AMAZONAS, 1870, p.2.)

Em 1878, no Teatro Beneficente, houve a apresentação de *quadros dissolventes*, pelo sr. Loureiro, e números de *prestidigitação*, pelo sr. Ramos (AMAZONAS, 1878). Os cosmoramas continuaram a aparecer por Manaus até 1901, em plena era do cinematógrafo.

Em 1897, houve ainda a apresentação de um novo invento que combinava luz, imagem, cor e som: o *Vitascope*, de Thomas A. Edison, cuja apresentação pública mundial havia sido no *Koster & Bial's Music-Hall*, de Nova York, em 23 de abril de 1896. O *Vitascope* foi trazido pela Cia de Variedades Edna & Wood, que se apresentou no Teatro Amazonas de 10 a 22 de agosto de 1897¹⁶⁷. Entretanto, a experiência parece ter sido mais uma vez desastrosa:

[...] por não serem ainda fixas, tremeram muito as vistas, e haver uma grande demora nas mudanças de um quadro para o seguinte, tornou-se uma cacetada. No Pará fizeram melhores experiências; não só eram fixas as figuras como também tinham as cores naturais. (AMAZONAS, 1897, p. 3).

O sr Wood com esses aparelhos estraga completamente os seus espetáculos, pois só servem de cacetear os espectadores [...] O fonógrafo que anteontem funcionou traz-nos a lembrança de um instrumento, cujas vibrações parecem ser produzidas por meio de raspadelas. (AMAZONAS, 1897, p. 3).

¹⁶⁷ Em Belém, segundo Pedro Veriano (1999, 2006) o *Vitascope* chegou antes, em 29 de dezembro de 1896, no Theatro da Paz. O *Biographo*, outra invenção da Casa Edison, aparece por lá em outubro de 1903. Já o *Cinematographo* foi visto um pouco depois, em outubro de 1905.

O cinema chegou e desapareceu misteriosamente. Quem pensaria nessa altura que o cinema viria a tornar-se o soberano dos espetáculos, a quase suplantar o teatro, a música, os circos e as touradas?

Os vendedores de ilusões

O *cinematographo* só voltaria a iluminar as telas de Manaus em setembro de 1900, no Hotel América, considerado um bordel, e sem programação publicada nos jornais, apenas referindo-se a um aparelho do sr. Parente. Seria o Nicola Parente, o pioneiro do cinema no Pará? (VERIANO, 1999; 2006). Mais uma vez, mereceu pouco crédito da incipiente crítica jornalística, ganhando pouco público, que preferia divertir-se no Polytheama, na Av. Eduardo Ribeiro, onde as corridas de cavalinhos, a banda de música e as bebidas tornavam alegres as noites manauaras:

Em 17 de março de 1901 surgiu pela primeira vez nos jornais um programa de cinema! Constava a sessão de 25 fitas, ou “quadros”, distribuídas em cinco “actos”, e o prazer do público tinha sua razão: eram os filmes de Georges Méliès, encantando com suas mágicas e trucagens. Era o verdadeiro cinema-espetáculo, opondo-se ao cinema-realidade, ou simples documentação do movimento humano. As *vistas* apresentadas nesse dia foram: *Raio X, Amazonas guerreiras, Os dois banqueiros, Um mágico, Mudança extravagante, O homem canhão, A cigana pedinte, Amor interrompido, O pesadelo, O beijo acanhado, Primeira noite de noivado, Vagabundo mágico, Um pintor modelo, Um rapaz na árvore, Dança de fogo, Cavaleiro misterioso, Fausto e Margarida, Desgraça do ciclista, O homem de quatro cabeças, Cabritos amestrados, Prazo enganado, Três jacarés, Um gendarme roubado, As meninas acrobatas e Ensaio de dança.* (*Amazonas*, 17.03.1901, p. 2).

“Essa falta de arte e de artistas, nesta boa Manaus, fazem-me ficar completamente doente...”, lamentava-se o “Zeca”, do jornal *Amazonas*, em 09 de maio de 2001. Puro exagero, já que Manaus vivia o auge do fausto. A reclamação do articulista referia-se, entretanto, aos artistas e à produção artística locais, realmente quase inexistentes. Manaus era um verdadeiro “saloon”, aberto noite e dia. No novo ambiente de cumplicidades políticas, de dubiedades morais, de consumo desenfreado, a cultura e a arte não podiam ter significado diferente. Arte e cultura amarradas ao gosto e moda da Europa. Tudo era importado: do feijão ao arroz, do vinho às roupas, das companhias teatrais à música e à literatura. A produção artística local parecia algo completamente impossível ao pensamento reinante e os que nela se aventuravam, ou copiavam mediocrementemente os autores estrangeiros ou incensavam os “feitos heróicos” dos governantes e sua “corte” de funcionários parasitas. Na área cinematográfica, as coisas foram um pouco diferentes.

Nesse ano, ainda, Manaus conhece outro parente próximo do cinematógrafo, o *Biographo* de Edison. Provavelmente, tratava-se de um aparelho da *American Biograph*, concebido por Lauste e Dickson, que de 1901 a 1905 estaria apresentando-se também no Rio de Janeiro, no Cassino Nacional e na Maison Moderne (ARAÚJO, 1985).

Seja qual tenha sido o aparelho utilizado, aberto o caminho com os cinematógrafos anteriores, o público ficou satisfeito.

Durante todo o ano de 1902 não há referências nos jornais a qualquer empresário ambulante com seu cinematógrafo. As casas teatrais procuravam melhorar a sua aparência arquitetônica para receber condignamente as inúmeras companhias estrangeiras, pois o Teatro Amazonas já era insuficiente para acolher a todas.

Mas, em dezembro de 1902, chega a Imperial Companhia Japoneza Kudara, procedente de Belém, que trouxe como novidades a duração das fitas, 20 minutos, e os novos aparelhos, o *projektor Molteni “L’Aster”* e o *Catoptricon de Farragut*. Projeções elétricas com a máquina Molteni haviam sido realizadas no Rio de Janeiro em fevereiro de 1898, com imagens da guerra de Canudos (ARAÚJO, 1985, p.41). A Cia Kudara deu apenas cinco espetáculos e logo seguiu para o sul do país.

O ano de 1903 foi silencioso em relação ao cinema, apenas, em novembro, a Companhia de Arte Ítalo-Brasileira, de Arlindo A. da Costa, vinda do Maranhão, (MOREIRA NETO, 1979), trouxe para o Teatro Amazonas as imagens ou figuras em movimento.

O cinema fala e canta!

1904: finalmente o *cinema falante*! E quem o introduz é a Empresa Eduard Hervet, que iniciou sua turnê pelo Brasil apresentando-se no Teatro Amazonas, de 18 de março a 05 de abril, com o *Cinematographo Fallante Lumière*. Foi a primeira vez que os jornais fizeram referência explícita ao inventor do cinema. A Empresa Hervet tornar-se-ia a empresa ambulante melhor estruturada, retornando a Manaus por diversas vezes: 1906 (abril, novembro e dezembro), 1907 (janeiro, maio e junho), 1908 (junho a setembro, e dezembro) e 1909 (janeiro e fevereiro).

Tanta propaganda sobre o *Cinematographo Fallante* e nada do programa quando ele estreou, a 22 de março! Mas no dia 26, num sábado, é anunciado: “o artista parisiense Galipaux

em uma cena de conversação telefônica”. E mais: *A Exposição de Paris em 1900*, *Banho casual* (cômica), *A morte do aeronauta brasileiro Severo*, *Um carnaval em Nice*, *Robinson Crusóé*, *O binóculo d’avó*, etc. O cinematógrafo falante voltará somente em abril de 1906, ainda com a Empresa Hervet e ainda no Teatro Amazonas. Em todos os seis espetáculos que a Empresa ofereceu há fitas cantadas por famosos artistas parisienses: 11 de abril, o cantor Mercadier, do Cassino de Paris, na canção “*Bonsoir, madame la lune*”; dia 14: “*La femme est un jouet*”, cantada por Mercadier; dia 15: “*La Venus du Luxembourg*”, por Polin; dia 17: “*Selon la saison*”, e dia 18, “*Bonsoir, madame la lune*”, cantadas por Mercadier, último espetáculo da temporada.

Antes que a Empresa Hervet retornasse a Manaus, em dezembro de 1906, outro cinematógrafo falante se apresentará, de 13 a 25 de novembro, no Polytheama, casa de diversões que foi alçada a teatro, na mesma avenida de Eduardo Ribeiro, canto com a rua 24 de Maio. São cantadas na tela: *Fausto*, *A filha do regimento*, *Maxixe*, *Carmen*, *A balança automática*, *Ave-Maria de Gounod*, *Barbeiro de Sevilha*, *Duo de cornetins*, *Estudantina*, *Solo de violino*, *Aída*, *Mignon*, *Solo de ocarina*, *España*, *Rigoletto*, *Sinos de Corneville* e *28 dias de Clarinha*.

Estava introduzido, assim, esse gênero de filmes cantantes que o Brasil viria também a produzir e que percorreram parte da primeira década para emudecerem depois de 1914. No sul, as músicas dos filmes não vinham apenas através do fonógrafo, mas eram cantadas ao vivo, atrás do palco e da tela, por artistas famosos, proeza que não foi realizada em Manaus, visto a ausência, nos jornais e revistas, de qualquer referência a esse truque artístico.

Os palácios dos sonhos

1906 representou também um marco divisor no espetáculo cinematográfico local. O cinema havia conquistado a cidade e os empresários começaram a perceber as vantagens financeiras do empreendimento, que se tornou um investimento de lucros fabulosos a partir da segunda década do século. As casas de exibição fixa serão uma realidade em 1907, com a inauguração do Casino-Teatro Julieta, que irá ocupar o espaço do Teatro Polytheama e do Teatro Amazonas.

A necessidade de um local permanente e apropriado à exibição cinematográfica em Manaus manifestou-se a partir de 1907. O monopólio da produção, distribuição e exibição, em 1909, criará as condições para o crescimento da indústria do cinema, com salas fixas de exibição.

Em Manaus, até cerca de 1910, o cinema passeou por hotéis e confeitarias, feiras e arraiais, circos e cafés-concertos, teatros de variedades e, por vezes, em pleno espaço aberto, nas praças públicas. É verdade que desde seu aparecimento instalou-se no Teatro Amazonas, que o acolheu até o fim do período ambulante. Entretanto, a partir de 1908, com a crise financeira que se aproximava a passos rápidos, o Teatro Amazonas já não suportaria o alto custo das grandes companhias estrangeiras, e apenas ocasionalmente abriria suas portas para receber uma ou outra empresa teatral nacional, muito raramente o cinema.

A inauguração do *Casino Julieta*, a 21 de maio de 1907, introduziu mudanças importantes na exibição cinematográfica. Construído como teatro, desejado como café-cantante, o Julieta acabou por transformar-se na primeira sala de projeção fixa da cidade, onde o cinema construiu seu ninho para não mais levantar vôo.

Recinto amplo, com cerca de 1.500 lugares, o Julieta irá funcionar diariamente, só interrompendo seu movimento por ocasião das reformas arquitetônicas no prédio e da troca de empresários, principalmente em 1912, quando se transforma no *Cinema-Theatro Alcazar* e, em 1938, no amplamente conhecido e de saudosa memória, o querido *Cine Guarany*, derrubado em 1986. (COSTA; LOBO, 1983).

A construção do Julieta estimulou o aparecimento de salas com programação contínua e permanente. O cinema que aí se instalou, em moldes empresariais modernos, acabou por aniquilar as empresas ambulantes. Dois nomes foram responsáveis pela renovação cinematográfica em Manaus nesse período: Carlos Alberto Toscano Batalha - com a Empresa Luso-Amazonense, gerenciou o Teatro Julieta e deu nova dinâmica aos espetáculos noturnos - e Raimundo Nonato da Silva Fontenelle. Este, em sociedade com seu irmão, o dentista e poeta Jonas da Silva, criou a Empresa Fontenelle & Cia, em 1907, que se constituiu em verdadeiro truste da exibição cinematográfica até os anos 30, arrendando salas - Alcazar e Odeon - e construindo outras - Polytheama e Popular - que chegaram até os anos 80. De 1936 até 70, a Empresa Fontenelle dividiu seu império apenas com outra empresa, A. Bernardino & Cia Ltda.

Em 1908, foi inaugurada uma nova sala especificamente de cinema, o *Salão Amazonas*, que, apesar de durar apenas sete meses, marcou sua passagem pela cidade pelos preços reduzidos, ingressos grátis às crianças e pela qualidade das exibições diárias.

A crise da borracha, com a baixa dos preços e a concorrência da Malásia, ainda não alterara o ritmo frenético da cidade. Novas casas de diversões foram aparecendo, dividindo com os cinemas os espetáculos noturnos. Em 1909, mais três salas fixas surgem: o *Recreio Amazonense*, o *Cinema Avenida* e o *Teatro Alhambra*.

O Teatro Alhambra, apesar de ostentar denominação já em desuso para uma sala cinematográfica, funcionou com todas as características de um moderno cinema, de dezembro de 1909 à metade de 1913. Exibiu filmes brasileiros e amazonenses e iniciou *soirées* infantis das 7 às 8 da noite.

Em 1912, apareceram quatro novas salas: o *Cinema Rio Branco*, o *Polytheama*, o *Cinema Olympia* e o *Cinema Rio Negro*. Em 1913, o *Odeon*. Construção luxuosa, salões de espera artisticamente decorados, bares com *buffet* requintado, grandes orquestras, os novos cinemas são verdadeiros palácios dos sonhos! Destes, apenas o Julieta (Alcazar, depois Cine Guarany), o Polytheama e o Odeon conseguiram varar os tempos, bons e ruins, e chegar aos anos 70, gerenciados pela Empresa Fontenelle & Cia.

O Polytheama e o Alcazar, após o encerramento do Rio Branco, imperaram sozinhos nas noites manauaras, até o surgimento da “pérola” da Avenida, o Odeon, em fevereiro de 1913, uma casa construída exclusivamente para cinema, pois nem palco possuía.

Eclode a guerra na Europa, a Amazônia havia perdido o mercado internacional da borracha. O sonho havia acabado... As ilusões do Eldorado eram apressadamente encaixotadas com os bens salvos milagrosamente pelas famílias, que corriam para o cais, abandonando a região. Os que ficaram encolheram-se em sua impotência e refugiaram-se no sonho do passado. O imaginário transformou-se no único espaço possível. A realidade cotidiana irreversivelmente seguiu seu curso, sem conseguir, entretanto, abafar totalmente as ilusões.

Os cinemas entraram na guerra, também, servindo de espaço para reuniões e campanhas para angariar fundos para as famílias das vítimas. Os filmes transformaram-se em jornal vivo dos acontecimentos.

Na década de 20, além dos cinemas já consolidados, comercial e popularmente - Alcazar, Polytheama e Odeon - surgiram outras salas com presença marcante por longos anos, o *Cine-Teatro Manaus*, o *Cine Popular* e o *Cine Glória*.

Em dezembro de 1921, criação dos padres salesianos, surge o primeiro cineclube da cidade, o Cine-Teatro Manaus, no Colégio Dom Bosco. Nos anos 40, o Cine Manaus é desativado, mas deixou o gosto pela sétima arte, pois nos anos 60 outro cineclube do colégio agitou a geração de jovens sob a direção de Márcio Souza, Djalma Limongi Batista e Felipe Lindoso.

O Cinema Popular, inaugurado em 1926, no Alto de Nazaré, foi o primeiro cinema fora do centro da cidade. O Popular chegou aos anos 70, transformou-se depois no Cine-Pop, exibindo filmes em 16 mm. O prédio alberga hoje uma drogaria. Em 1928, nova sala na periferia da cidade é criada, o Cine Glória, no bairro do mesmo nome. Tem projeção nos anos 50, quando exhibe também filmes em 16mm. Fez concorrência ao Cine Íris, em 1929, no bairro de São Raimundo, que durou alguns meses. Nos anos 40, os padres holandeses da paróquia de São Raimundo arrendaram uma pequena sala da igreja à empresa exibidora A. Bernardino, que nela explorou o Cine Paroquial, por alguns anos. O número de cinemas em bairros foi crescendo no fim da década de 20. Apareceram, em 1928, o Ideal-Cine, no bairro dos Tócos (atual Aparecida), que fecha nos anos 70, o Cine Natureza, em 1927, e o Cine Amazonas, em 1929, ambos na Vila Municipal, com pouca duração.

A partir dos anos 40, novas salas são construídas, algumas luxuosas e que percorrem os anos, outras, mais simples e de pouca duração: o Cine Éden, em 1946, na rua Jônatas Pedrosa, ao lado da casa de Silvino Santos, que se transforma, nos anos 70, no belo *Cine Veneza*. Depois, em *Cine-Teatro Guarany*, fechando em 1989. Atualmente é prédio de igreja evangélica. O Cine Vitória, em 1950, no bairro dos Educandos. Foi vendido em 1973 e transformado em supermercado. O Cine Ypiranga, em 1960, no bairro da Cachoeirinha. No final dos anos 70 era muito concorrido, visto os demais cinemas terem sido fechados. Em 1983 é vendido e atualmente é uma loja de eletrodomésticos. O Cine Palace, em 1966, no Boulevard Amazonas. Em junho de 1973 deixa de funcionar, é transformado em supermercado, hoje também fechado.

Nos fins dos anos 70 surgem as pequenas salas em shoppings: o Studio Center, com programação exclusiva de filmes de sexo explícito. Nos anos 90, surgem as 06 salas do Cinema Amazonas, no Shopping Center Amazonas. Mais tarde, as 08 salas da Tvlandia Mall e as outras 08 salas do Studio 5 Festival Mall, ao todo 22 salas, hoje em funcionamento.

Fins dos anos 80, pequenos empresários, cinéfilos apaixonados, criam várias salas que vão se fechando uma atrás da outra, não chegando ao novo milênio: Cinema 2 (Cine Cantinflas depois), Cinema Novo, CineQua Non. Cine Chaplin, Cine Oscarito, Cine Grande Otelo, Cine Carmem Miranda e Cine Renato Aragão.

Produzindo fitas

Nas primeiras décadas do século XX, a região foi percorrida por dezenas de exibidores ambulantes de empresas famosas como a Pathé-Frères e a Gaumont, que realizaram tomadas da selva e do cotidiano das cidades amazônicas, ao mesmo tempo em que estimularam o aparecimento de inúmeras salas fixas de projeção pelos rios do Acre, Roraima e Rondônia atuais. A produção amazonense, entretanto, inicia-se apenas em outubro de 1907: *Praça e igreja da Matriz, Praça de São Sebastião com a estátua e o Teatro, A procissão de N. S. de Conceição, Visita ao matadouro de Manáos, Obras da Manáos Harbour e A frente da intendência no dia da posse do coronel Affonso de Carvalho.*

Numa sociedade altamente estimulada ao consumo de produtos estrangeiros e deslumbrada com os filmes que chegavam da Europa e dos Estados Unidos, foi possível ainda assim produzir cinema no Amazonas. E a produção foi significativa, se considerarmos as condições físicas, técnicas e principalmente culturais da região. De 1907, quando surgiram os anúncios das primeiras filmagens, até 1935, mais de vinte títulos, excluindo-se a produção de Silvino Santos e de estrangeiros, dão conta do objeto de interesse da câmera cinematográfica.

Nos primeiros anos do *cinematographo*, os caçadores de imagens foram, na sua maioria, estrangeiros - operadores dos laboratórios dos irmãos Lumière, da fábrica Pathé Films e de outras empresas européias. Se estrangeiros foram os primeiros operadores, para o estrangeiro eram também destinadas as primeiras imagens: “...as cenas da vida amazonense e de outros Estados serão depois enviadas ao estrangeiro para uma propaganda do Brasil”. (Amazonas, 20.09.1907), afirmava a Empresa Fontenelle & Cia, responsável pelas primeiras tomadas cinematográficas.

Raimundo Fontenelle da Silva era homem viajado, empresário bem sucedido. Em suas constantes viagens à Europa e aos Estados Unidos contratava filmes, trupes de artistas e

companhias de variedades para seus cinemas e teatros. Além disso, buscava interessar a aplicação de capitais estrangeiros na região.

A propaganda da região, seus rios, florestas, flora e fauna foram o objetivo das primeiras filmagens. Operadores da casa Raleigh & Robert, rivais de Pathé na França, vieram descobrir o rio das Amazonas, filmando, entre outros, *De Belém a Manaus*, *A passagem da linha equatorial a bordo do vapor alemão Rio Negro* e *Uma viagem no rio Amazonas*, todos filmes *naturais*, exibidos em 1912.

Com a crise da borracha amazonense no mercado mundial, os empresários locais elaboraram projetos políticos e planos econômicos e passaram, inclusive, a utilizar o cinema como meio de divulgação de seus interesses. Para isso, contam com o apoio do governo de Alcântara Bacellar, que propõe, com empresários locais, em 1917, a criação de uma seção cinematográfica, a Amazônia Cine-Film e contrata o pioneiro Silvino Santos como cinegrafista. A Amazônia Cine-Film transformou-se no porta-voz visual do governo e da classe empresarial ligada à Associação Comercial, da qual alguns sócios eram dirigentes. Elaborou a imagem de progresso e recuperação da economia da região em filmes de curta-metragem como *O Horto Florestal*, *Festa da bandeira* e *Manaus e seus arredores*.

O interesse da Amazônia Cine-Film, entretanto, era a realização de um longa-metragem que mostrasse “*lá fora o que é este colosso amazônico em todos os seus pormenores e fazer a maior e melhor propaganda inteligente desta região*”. (A *Capital*, 11.05.1918). O filme seria *Amazonas, o maior rio do mundo*, idealizado e realizado por Silvino Santos, que levou dois anos percorrendo o território amazônico. O filme consumiu todo o capital da empresa e não chegou a ser exibido, pois os negativos foram roubados e levados para Londres, onde foram vendidos a empresas de turismo!

No rastro propagandista do governo seguiram as demais produções no Amazonas, tanto as da firma Asensi & Cia como as de J. G. Araújo & Cia Ltda. A primeira produziu o longa-metragem *Ouro branco*, em 1918, trazendo o cinegrafista de Rondon, major Thomaz Reis, para filmar o Ji-Paraná e as imensas propriedades da empresa no rio Madeira. A firma J. G. Araújo, tendo Silvino Santos e Agesilau de Araújo como realizadores, documentou em mais de dez filmes as riquezas e potencialidades econômicas dos produtos extrativos e as possibilidades da região.

A propaganda foi o maior alvo do olhar cinematográfico amazonense ao ponto de praticamente impedir a realização de filmes de ficção. Mas estes existiram! Pouco expressivos e, ironicamente, também para propaganda ou “reclame” das produtoras cinematográficas, pois pretendiam mostrar a qualidade das imagens de suas máquinas e a habilidade técnica de seus operadores: *Um naufrágio à força*, *Amores de seu Romão com a sua cara metade* (“film cômico amazonense de reclame...”), todos de 1916, mas sem a informação dos realizadores e das empresas que os produziram.

O gênero documentário prestou-se melhor aos interesses econômicos no Amazonas. A ficção exigia na época uma tradição de produção teatral e literária, que não existia em Manaus. A região com seus encantos e mistérios parece ter sido por si só suficiente para alimentar a produção de filmes, sendo ela mesma uma ficção que, transposta para a tela, ampliava e desenvolvia seus mitos e ilusões. O desconhecido “hinterland”, os “exóticos” povos indígenas e o misterioso mundo selvagem eram capazes de criar no imaginário dos espectadores mundos de ilusões e fantasias, imagens surpreendentes, carregadas de magia e encantamento, que provocavam espanto e admiração e levavam os espectadores a viajar por caminhos que a própria ficção não alcançava. Os filmes recriaram o mito do Eldorado e do Éden terrestre, ao mesmo tempo em que reforçavam imagens de um admirável mundo novo, um paraíso que se julgava perdido: “*É aquele, certo, o novo Eden, se houve dois Edens na terra!... esse Eden existe e está até bem perto de nós... Esse paraíso terrestre fica situado no próprio território brasileiro e é o Amazonas!*” descobria, espantado e entusiasmado, o repórter de um jornal carioca, em 1923, após a exibição de *No paiz das amazonas*, de Silvino Santos

Tal era a quantidade de imagens sobre o mundo interiorano amazônico que, ao ser exibido *Manaus, cidade risonha*, em 1926, produzido pelo jornal *O Libertador*, o repórter local, aliviado, comentava:

“Não é só jacarés e pirarucus, balateiros e seringueiros. É tudo que a civilização pode exigir, por mais exigente que ela seja. Repertório minucioso de tudo que Manaus tem de mais chic e útil, o que qualquer cidade modelo deve ou possa ter... o fausto de nossa elite bela ... o foot-ball e o turf ... Visto em qualquer parte do mundo, colocamos em relevo que deve ter a capital do Estado longínquo do extremo-norte, tão injustiçado pelos que o conhecem através de informações dos que chegam, contando aventuras e se dizendo “heróis” por terem voltado sãos e salvos, como se fossem exploradores de ínvios desertos, povoados de feras...”

A Peia, 16.05.1926.

Além da produção cinematográfica realizada por capitais locais, a região foi filmada nas três primeiras décadas por estrangeiros. Os jornais da época registraram a passagem por terras amazônicas de expedições e comissões científicas e culturais, acompanhadas por cinegrafistas, que documentaram os trabalhos técnicos e captaram imagens de povos indígenas, os cursos dos grandes rios e as riquezas florestais e minerais, imagens que é necessário recuperar e trazer de volta ao Brasil e à Amazônia. Nos anos 30, produtoras nacionais, principalmente a Fan-Film, de Líbero Luxardo e Alexandre Wulfes, visitaram a região, trazendo na bagagem filmes como *A restauração do Pará* e *O Círio em Belém no ano de 1934*,¹⁶⁸ e produziram inúmeros curtas-metragens, especificamente após a promulgação da lei de obrigatoriedade da exibição do complemento brasileiro nas sessões de cinema, a conhecida “lei dos 100 metros”, de 1932. (Ver OLIVEIRA, 2004)

Se a ficção não esteve nos objetivos dos empresários amazonenses, não escapou, entretanto, ao interesse dos produtores estrangeiros. A Amazônia e seu estranho mundo foram motivo de vários filmes realizados em estúdios norte-americanos: monstros pré-históricos, aventuras inacreditáveis, caçadas perigosas, formigas, aranhas e piranhas gigantes, índios canibais e estranhas pirâmides escondendo os tesouros do rei Salomão, e até ardentes romances, tiveram como cenário imaginário as terras tropicais ao norte do Brasil. O cinema foi o criador e divulgador dos mais loucos e absurdos mitos sobre a Amazônia.

O cinema em Manaus constituiu-se ao longo das três primeiras décadas do século em elemento lúdico, empreendimento comercial e componente criador do imaginário coletivo. De simples divertimento, ingênuo e artesanal, os filmes transformaram-se gradativamente em mercadorias rendosas do poderoso comércio exibidor. Cafés, confeitarias e pequenos teatros de variedades cederam seus espaços a luxuosas salas e o público foi transportado para o mundo encantado da tela. Na memória dos antigos permaneceu a magia das primeiras imagens; nos periódicos ficaram fixadas as impressões dos espectadores, negativas algumas, de puro deleite a maioria.

¹⁶⁸ O vizinho Estado do Pará foi uma grande fonte dos filmes brasileiros exibidos em Manaus, o que atesta a rica produção paraense. Em 1929, *A conquista da Guyana brasileira*, produzido pela firma J. Estanilau & Cia., de Belém, recebeu em Manaus aplausos e recomendações para ser exibido em todos os colégios da capital.

Silvino Santos, o pioneiro

Com apenas 14 anos, Silvino Santos, nascido em Portugal, em 29 de novembro de 1886, saiu de sua terra, em 1899, estabelecendo-se em Belém do Pará, transferindo-se, mais tarde, em 1910, para Manaus, onde começou trabalhando como fotógrafo. Logo foi atraído pelo cinema, por caminhos contraditórios e transversos: J. C. Arana, um dos maiores acionistas da Peruvian Amazon Rubber Company, acusado de promover massacres contra povos indígenas da região, vinha sendo processado pelas cortes de justiça de Londres e precisava apresentar material que mostrasse a sua “verdade”. Essa “verdade” não teria melhor suporte do que o cinema, mostrando a “realidade”. Em Manaus, convidou o fotógrafo Silvino Santos para a empreitada. Antes, porém, ele teria que aprender a utilizar essa nova tecnologia. Foi mandado a Paris para estagiar nos estúdios da Pathé-Frères e nos laboratórios Lumière e, em 1913, realiza o documentário sobre a empresa no Putumayo.

Filmar a Amazônia naquele tempo era realmente um trabalho de pioneiro. As condições técnicas eram precárias - o cinema mal começava a dar os primeiros passos, estava ainda na infância industrial; percorrer longos territórios afastados dos centros urbanos era empreendimento para loucos aventureiros. Manaus e seus arredores haviam sido já filmados por cinegrafistas estrangeiros; o interior da Amazônia começava a ser fixado na câmera do major Thomaz Reis, da Comissão Rondon, mas a obra a que Silvino se propôs realizar era algo inédito no cinema da Amazônia.

Sua obra representa um longo e complexo mosaico da vida amazônica, um testemunho valioso à história cultural da região e do país. O acervo cinematográfico, composto por oito longas-metragens - *Putumayo*; *Amazonas, o maior rio do mundo*; *No paiz das amazonas*; *Terra encantada*; *No rastro do Eldorado* (primeiro filme brasileiro a usar tomadas aéreas, em 1924); *Miss Portugal*; *Terra portuguesa* e *Santa Maria da Vila Amazônia* -, cinco documentários de média-metragem - *Cenas amazônicas* (Iquitos, 1917); *Matches de foot-ball entre amazonenses e paraenses* (1918); *Manaus e seus arredores* (1919); *A visita do embaixador japonês a Manaus* (1926) e *Chegada e estadia em Manaus do dr. Washington Luís* (1926) e 83 curtas-metragens, entre estes vários “domésticos” sobre a família de J. G. Araújo, além de milhares de imagens fotográficas em negativo de vidro, constitui um manancial precioso para a compreensão da vida da região.

Silvino nunca filmou preocupado com estéticas acadêmicas ou segundo as orientações desta ou daquela escola. Tinha a aventura e vivência no sangue e a poesia nos olhos, transposta para as lentes de sua câmera. A qualidade de suas imagens é fruto de sua longa experiência com a fotografia, por isso seu cinema aproxima-se de um Flaherty ou do documentarismo canadense. Mas o lúdico, o jogo das imagens também está presente em seus filmes, com trucagens e fusões tão ao gosto do grande mestre, o mago Méliès.

“No paiz das amazonas” (1922), seu trabalho principal, destinado a divulgar o Estado durante as festividades comemorativas do centenário da Independência, no Rio de Janeiro, e merecedor da Medalha de Ouro daquele evento, é o primeiro longa-metragem inteiramente rodado no Amazonas e o mais expressivo documento visual da Amazônia dos anos 20. As filmagens datam de 1920 a 1922 e abrangem Manaus, Maués, Manacapuru, o rio Madeira e o rio Purus no Amazonas, Rondônia e Roraima atuais, então pertencentes administrativamente ao Amazonas. Beleza e técnica aliam-se para oferecer uma visão deslumbrante da região, castigada pela crise da borracha. *No paiz das amazonas* é um filme amplamente revelador, ideologicamente ocultador, tecnicamente perfeito, obra-prima de um artista genial identificado com as idéias e a dinâmica de seu tempo.

Com o declínio da borracha e dos negócios de seu patrão, Silvino viveu muitos anos na obscuridade, sendo redescoberto, em 1969, por ocasião de I Festival Norte de Cinema Brasileiro, realizado em Manaus. Tal festival na verdade era resultado de forte agitação cultural iniciada com a década de 1960, marcada por intensas discussões nos campos da política e das artes. Esse movimento nascia do cineclubismo, onde os grandes diretores eram revelados e objeto de polêmicas, suscitando novos candidatos a cineastas.(COSTA e LOBO, 2005) Em Manaus, surgem Normandy Litaif, com “Carniça”, premiado durante o I Festival de Cinema Amador do Amazonas (1966), Ivens Lima, com “Harmonia dos Contrates”, que rivalizou com o trabalho de Litaif, e Almir Pereira, com “Claustro Escuro”, todos em 1966, em 16mm, e que nunca mais fizeram uso da câmera. Nos dois Festivais começaram a pontificar também os jovens cineclubistas do Grupo de Estudos Cinematográficos, Felipe Lindoso, Roberto Kahané, Raimundo Feitosa, Aldísio Filgueiras, Djalma Batista e Domingos Demasi. O cineclubismo estimulou também a produção de uma revista de cinema, “Cinéfilo” (1966-68), do crítico José Gaspar. Márcio Souza, um dos teóricos do que ele denominou de “Cinema amazônico”, adaptou o romance “A Selva”, de Ferreira de Castro, para o cinema (1972). O grande projeto, a essa

altura, sob a liderança do cinéfilo Joaquim Marinho, era criar um pólo de cinema em Manaus, estabelecendo aqui uma indústria capaz de atrair financiamentos no rastro dos primeiros anos da Zona Franca de Manaus. Esse projeto cultural não foi adiante, mas nos anos 70 -90, a produção de alguns documentários e filmes ficcionais tem a co-participação do Estado, através de incentivos financeiros e logísticos. Filmes como o longa “Ajuricaba, o rebelde da Amazônia” (1976), do carioca Osvaldo Caldeira, ou o premiado “Mater Dolorosa. In Memoriam II ” (1979) do amazonense Roberto Evangelista e “O Cineasta da Selva” (1997) e “Bocage, o triunfo do amor”, ambos de 1997, dos amazonenses Aurélio Michiles e Djalma L. Batista respectivamente, são exemplos dessa parceria bem armada.

Em 1987, o governo promoveu ainda o 1º Festival Internacional de Cinema Amazônico e, em 2001, criou a Amazon Film Commission, que produziu frutos como “Tainá I e II”. A partir de 2004, realiza o Amazonas Film Festival.

Em 2002, surge a primeira ONG de cinema no Amazonas: a Amazonas Filmes Digitais – AMFILD, que realiza o Festival UM Amazonas e, em 2003, o Festival Amazonas Filmes Curta Brasil

Nos últimos anos, uma produção amazônica de documentários e curta metragens de ficção vem aparecendo como resultado de algumas iniciativas governamentais e de projetos particulares. Festivais como “Um Amazonas”, “Curta Quatro”, ambos realizados pelo Movimento AmaCine de Junior Rodrigues, incentivam a produção em Manaus e no interior do Estado. Resultado dessa efervescência é a realização do longa “Sete palmos de terra e um caixão”, de Izis Negreiros e Carlos Garcia, lançado em Manaus na noite de 23 de setembro de 2006.

Buscar subverter o fluxo que fez da Amazônia um celeiro de imagens, levadas e usadas em outros lugares, sem o retorno a seus protagonistas, estabelecer um diálogo com o resto do país e com os países pan-amazônicos, discutir a representação da Amazônia no cinema e sensibilizar futuros realizadores de filme etnográfico, o lugar ideal do encontro de olhares, da troca de experiências, do diálogo, é um dos principais objetivos da I Mostra Amazônica do Filme Etnográfico, evento inédito na região, a realizar-se em Manaus, de 01 a 07 de dezembro de 2006, uma realização do Núcleo de Antropologia Visual da Universidade Federal do Amazonas.

Considerações finais

A região se prestou, no início, muito mais a um cinema documentalista que ficcional, produzindo filmes de cunho propagandístico, uma bem sucedida relação entre turismo e imagem; quase sempre um cinema fantástico, às vezes etnográfico, que acabou mais por encobrir que revelar a realidade amazônica. Mesmo Glauber Rocha não escapou a essa atração quando, a convite do governo militar, filmou com seu olhar visionário “Amazonas, Amazonas” (1966).

Nem só do fantástico, porém, viveu o cinema na região. Um outro olhar revelou uma realidade oculta, um mundo em transformação. A voz da Amazônia dos anos 70 é de lamento, agonia. As imagens expõem verdadeiras chagas: o massacre de povos milenares, a devastação da paisagem, a destruição de antigos modos de vida, racionais e harmônicos, o fim de uma relação amorosa entre homem e natureza. Uma luta renhida entre o mito do Brasil Grande e Moderno contra o Verde e o Imaginário.

Do embate, homens como Chico Mendes e povos como os Yanomami revelaram-se aos olhos das câmeras cinematográficas. Suas lutas e seus feitos abrem a passagem para o Terceiro Milênio, que pode anunciar-se mais generoso porque mais solidário, mais sábio porque mais dialógico. Os povos amazônicos, destinados a morrer como os demais seres vivos da floresta, hoje são vozes e figuras firmes, que empunham eles mesmos as máquinas de capturar as almas e filmam seus irmãos, seus parentes, povos da luta e dos banquetes, revelando o verde verdade, seus sofrimentos e esperanças, desvelando essa mata/mater dolorosa, que chora por seus filhos, como chorou a árvore da fortuna para alimentar os sonhos e as fantasias do Eldorado.

Uma certa produção realizada nas últimas décadas permite-nos viajar por um rio de imagens, por muitos pouco navegado, imagens que apresentam a diversidade de visões sobre a Amazônia. Dos pioneiros cinegrafistas que documentaram o *hinterland* e os povos indígenas – Silvino Santos, Thomaz Reis, Roquette-Pinto, Lévis-Strauss, Noel Nutels, Heinz Forthman, entre outros – aos atuais cineastas do vídeo nas aldeias – Vincent Carelli, Dominique Gallois, Vírgina Valadão e Kasiripinã Waiãpi -, passando pelas corajosas e denunciadoras filmagens de Jorge Bodansky, Murilo Santos, Hermano Penna e Aurélio Michiles, descortina-se um mundo de imagens que iluminam a rica complexidade humana e ecológica da região e nos conduzem a portos de saberes que poderão vir a restabelecer um diálogo antigo, mas há muito interrompido,

entre natureza e humanidade, a tecer novas redes de comunicação e a construir um novo encantamento do mundo.

REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, Vicente de Paula. *A bela época do cinema brasileiro*. 2 ed. São Paulo: Perspectiva, 1985.
- COSTA, Selda Vale da; LOBO, Narciso Júlio. *Hoje tem Guarany*. São Paulo: Edições dos Autores, 1983.
- COSTA, Selda Vale da; LOBO, Narciso Júlio. *No rastro de Silvino Santos*. Manaus: Edições do Governo do Estado, 1987.
- COSTA, Selda Vale da. *Eldorado das Ilusões*. Cinema e sociedade. Manaus:1897-1935. Manaus: EDUA, 1997.
- COSTA, Selda Vale da. *Visões da Amazônia*. Catálogo de Mostra de Cinema e Vídeo (16 a 21 mar.1999). Rio de Janeiro: Fiocruz/CCBB, 1999, p.8-10.
- COSTA, Selda Vale da *et alli* .O cinema na Amazônia. *Revista Historia, Ciências, Saúde*, v.VI (Suplemento), Fiocruz, set. 2000, p.1073-1123.
- COSTA, Selda Vale da; LOBO, Narciso Júlio. Cinema no Amazonas. *Estudos Avançados*, USP, 19 (53), jan/abr., 2005, p. 295-298.
- DIAS, Edinea Mascarenhas. *A ilusão do fausto*. Manaus -1890-1920. Manaus: Valer, 1999.
- DAOU, Ana Maria. *A Belle Époque amazônica*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2000.
- LOBO, Narciso Júlio. *A tônica da descontinuidade*. Cinema e política na década de 60. Manaus: Edua, 1994.
- MOREIRA NETO, Euclides Barbosa. *Primórdios do cinema em São Luís*. São Luís: Cineclubes Uirá/Univ. do Maranhão, 1977.
- OLIVEIRA, Relivaldo Pinho de.(org). *Cinema na Amazônia: textos sobre exibição, produção e filmes*. Belém: UFPA/CNPq, 2004.
- VERIANO, Pedro. *Cinema no tucupi*. Belém: Secult, 1999.
- VERIANO, Pedro. *Fazendo fitas*. Memórias do cinema paraense. Belém: EDUFPA, 2006.

Aventura no Mar Dulce

Aurélio Michiles¹⁶⁹

A projeção da luz e das ondas sucede a projeção de
armas do passado como a flecha e a lança

Paul Virilio, in Guerra e Cinema

I

Entre junho de 2004 e novembro de 2005 vivenciei experiências no Amazonas que me provocaram reflexões sobre os paradoxos e os paradigmas que marcam o imaginário da Amazônia. Convido-os para compartilhar comigo deste investigar labiríntico entre rios e igarapés do lugar que trago comigo feito uma pele.

Primeiro foi a experiência da realização de um documentário institucional na região do rio Solimões. A nossa pequena equipe integrou-se a uma outra, esta tinha como objetivo avaliar o impacto socioambiental da implantação do Gasoduto Coari-Manaus, um projeto que atravessará quase quinhentos quilômetros da selva amazônica e em vários trechos ele estará submerso nas águas dos rios. Foram 37 dias de permanentes descobertas, perante aos fatos que testemunhamos.

A população humana na Amazônia, como todos sabem, é rarefeita. Elas se espalham numa área que possui o maior reservatório de água doce existente no planeta; organizam-se em núcleos quase invisíveis à paisagem, diria mesmo em populações virtuais. Mas o palpável é a paisagem aquática. É água que não acaba mais. Tudo bóia. Aqui e ali uma casinha solitária, fica-se a imaginar quem a habita? E o que faz?

Numa reunião com líderes dessas comunidades, eles, ao tomarem conhecimento que por ali passaria um duto com gás, monitorado vinte e quatro horas por um sensor de “banda larga”, aqueles furtivos moradores, simplesmente reivindicaram que as autoridades aproveitassem essa

¹⁶⁹ Cineasta e pesquisador.

tecnologia de ponta e disponibilizasse a internet em suas comunidades, ou seja, eles queriam integrar-se à rede planetária da infovia e desta maneira comunicar-se com o mundo exterior, dando visibilidade a sua existência. Este episódio nos fez lembrar o pensamento do filósofo francês Paul Virilio quando ele recentemente afirmou que “a informação se tornou um elemento determinante do real, que produz, fabrica o real. Estamos diante da possibilidade de uma guerra ao real, e não somente contra os homens, as nações. Cada individuo começa a se perguntar o que é ou não real”. (1)

Qualquer aventureiro que por ali navegue sente-se tocado pelo sentimento atávico dos humanos, quem sabe um dia queira uma casa no campo, na curva de um igarapé ou a beira mar...Mas como diz Calderon de La Barca, "la vida es sueño". (2) Referindo-se à arcaica visão das nossas fantasias platônicas. A Amazônia tem sido objeto dessas fantasias, sobre ela temos depositado todos nossos desafios para permanecermos habitando no planeta Terra - mais platonicamente do que realisticamente.

Depois que realizei a viagem para documentação do gasoduto Coari-Manaus, passaram-se um ano e, aquela mesma paisagem aquática havia se transformado numa visão de apocalipse: os jornais publicaram as fotos de um jacaré morto boiando a deriva e de um canoieiro remando num rio coberto de milhares de peixes mortos. Essas imagens, sem dúvida nenhuma, nos atingiu existencialmente. Afinal, o nosso imaginário amazônico tem a água como soberana, ali “os rios comandam a vida” (3).

A proteína vem dos peixes, também vêm às sabedorias que regem o universo simbólico das infinitudes dos possíveis na memória indígena-cabocla. Os deuses, os mitos, as crenças e a comunicação do ciclo da vida sobre e sob as águas, aonde a “capacidade de viajar pelo fundo dos rios é a que distingue os pajés mais poderosos” (4). O mito da “cobra-grande”, por exemplo é uma afirmação simbólica do falo, portanto as águas são por onde navega produz a iniciação, a origem, a gênese – a água dos rios é o sêmen da vida.

Diante dessas informações o que fica como conflito é, senão, aquele mesmo confronto entre o ancestral e o contemporâneo, o antigo e o moderno, o artesanal e o digital, não como forças que se antepõem as compreensões das nossas indagações diante das incertezas, mas ao contrario, algo que possibilite compreender o presente. Nós, pobres mortais diante da força da

natureza, sempre incorremos nos mesmos erros, penso eu, que deva ser uma questão relacionada a nossa origem de espécie. Sempre desejamos devorar e ser devorado. Depois inventamos a panacéia, a utopia e o resto para nos reintegrarmos ao ciclo da vida, enquanto celebramos o macabro ritual à morte e ao extermínio.

II

BASEADO EM FATOS REAIS

A segunda experiência está relacionada a minha participação no 2º Mundial do Filme de Aventura - AMAZONAS FILM FESTIVAL, em novembro de 2006. A paisagem desta vez, por incrível que poderia parecer, encontrava-se radicalmente ao contrario, diria mesmo que me encontrava diante do inusitado, na medida que toda a paisagem aquática encontrava-se desértica, quer dizer, rios e lagos encontravam-se secos e até mesmo o Rio Negro, este que margeia a cidade de Manaus, encontrava-se em um arremedo que ele costuma ser – um rio generoso e caudaloso.

Cheguei em Manaus (outubro) logo após o feriado que celebra a fundação da cidade. Antes que o século XIX chegasse ao fim, o Estado do Amazonas conheceu a riqueza através de uma única planta do seu Banco Genético: a seringueira - a borracha. E antes que o século XX, também chegasse ao fim, a capital amazonense passou a contar com 1.100.000 habitantes com um incremento populacional de 6% ao ano e transformou-se numa das mais populosas cidades brasileiras. Uma consequência direta causada pela oferta de trabalho no Pólo Industrial de Manaus onde estão instaladas centenas de indústrias; somente o setor de “duas rodas” (Honda, Yamaha, Harley-Davidson, entre outras) é responsável por 18% do faturamento global da Zona Franca, perdendo apenas para o segmento eletroeletrônico (Nokia), que responde por 55%.

A riqueza produzida nesse pólo industrial faz do Amazonas um dos maiores PIB do país, mas como de resto, é a concentração desta riqueza que sangra a beleza da paisagem.

Caso nos percamos na selva que circunda a cidade de Manaus, o incauto visitante em busca de aventuras poderá encontrar lugares como Cidade Nova, Jesus-Me-Deu, São José da Barra, Cidade de Deus, Monte das Oliveiras, Novo Israel, são invasões na sua periferia que se intensificam e ocupam as margens dos igarapés, agravando a bacia hídrica do Município de Manaus. Como consequência, igarapés e cursos de água têm sido poluídos, assoreados e

obstruídos tanto pela derrubada da vegetação de grande porte quanto pela presença de grande quantidade de lixo, resultante da construção de moradias nas margens desses igarapés ou erguidos entre os caminhos na selva recém derrubada.

Essas populações desesperançadas vindas do Pará e do Maranhão vão se aglomerando, criando situações de confronto e formando uma atmosfera de rejeições e preconceitos que se alastra pelos seguimentos mais diversos do tecido social amazonense. A tradicional rivalidade entre amazonenses e paraenses, em decorrência da competição e auto-afirmação dos tempos da Província do Grão-Pará, hoje se transformou numa ação meramente preconceituosa. Em qualquer lugar, seja num táxi, bar, restaurante ou reunião familiar à diversão é contar piadas de "paraense". Toda intolerância se movimenta numa cega ignorância. As imagens que discriminam os outros são fabricadas pelo próprio igual - "o inferno são os outros" (5). Esses sinais trocados teem provocado energia negativa, explosiva, demolidora.

III

NO EMARANHADO DE MEGAPIXELS

A população recém chegada em áreas de expansão da capital amazonense, poderá a vir se tornar uma ameaça semelhante àquela que aconteceu na França, em novembro de 2005? Nos quinze dias daquela revolta resultou em mais de sete mil carros, dezenas de escolas, liceus, ginásios esportivos, centros de recolhimento de impostos, delegacias incendiadas em várias localidades do país. É muito provável que essa revolta não se repita em Manaus, mas pode-se identificar o bafo do vendaval sobre a aldeia global, expandindo novas fronteira-sem-fronteiras. Sim, exatamente aquelas reivindicações feitas pelos comunitários ao longo do gasoduto Coari-Manaus; a internet e os conteúdos produzidos nos portáteis, como celulares 3G, computadores de mão, o Vídeo iPod, os videoblogs, portais, orkuts, YouTube e tudo mais que está transformando o modo de viver no planeta.

Ainda restrito a uma minoria, inclusive nos países ricos e uma realidade desconhecida de grande parte da população nos países pobres, os portáteis com capacidade de reprodução de vídeo se configuram como um meio de comunicação múltipla e imediata. Portanto, aquela reivindicação das populações que habitam ao longo do trajeto do gasoduto Coari-Manaus, demonstra no quanto estão antenados com essas novidades.

Em Manaus já se pode notar essa tendência através do movimento de jovens amazonenses, oriundos da classe média produzindo vídeos-digitais de UM MINUTO. Assistir vários, alguns deles comove por revelarem as idiossincrasias do seu cotidiano sob um olhar singular, recorrendo ao sarcasmo e a auto-ironia diante das suas limitações - violência urbana, prostituição infantil, preconceito racial, regional e as quase irrecusáveis influências estrangeiras.

Diante desses fatos, podemos afirmar que o Cinema consolidou o imaginário do século XX, mas é a internet que está disseminando a circulação da informação, ao mesmo tempo em que colabora por renovar a noção de propriedade privada, seja patrimonial, intelectual ou autoral. E também uma outra noção de fronteiras política, geográfica e cultural. Neste sentido, podemos afirmar que a geopolítica do mundo, hoje, é invisível como são as "redes" subversivas que atormentam os exércitos regulares e de ocupação. Um assunto recorrente em qualquer roda seja dos politicamente corretos, como dos tradicionais políticos e empresários é a "pirataria" ou "a biopirataria" quando se refere a biodiversidade da floresta amazônica, mas qual pirataria que eles tanto denunciam e temem? Afinal, toda a riqueza desde a antiguidade, faz parte da aventura formadora da acumulação de capitais. A riqueza baseada no saque, no roubo praticado e estimulado pelos impérios dos portugueses, espanhóis, franceses, holandeses e britânicos, estes até hoje, têm como heróis alguns desses aventureiros, por exemplo, sir Francis Drake, Henry Morgan, "Barba Negra". Esses antigos piratas, assim como "o capital", não tem pátria.

Não podemos deixar de lembrar que a (e) história desses piratas sempre foi louvada na indústria de entretenimento de Hollywood no gênero de filmes de Aventuras - a fantasia da coragem, arrivismo, pilhagem faz sucesso até hoje. Mas voltando a nossa reflexão inicial, não sejamos hipócritas, quando o assunto é "pirataria", qual é mesmo o real significado financeiro e jurídico dos "paraísos fiscais"? Não é uma espécie de esconderijo dos piratas? Esse refúgio dos "neo-bucaneiros" não seria a gênese da ilegalidade do capital?

Nos meados do século XIX na Amazônia, o império britânico numa articulada ação de espionagem e pirataria, contrabandeou milhares de sementes da seringueira a serem adaptadas e cultivadas num território onde estivesse sob o seu controle militar - o sudeste asiático. E desta maneira quebraram a exclusividade da produção do látex nos seringais da selva amazônica, mas

por outro lado consolidaram o monopólio no plantio, cultivo e coleta do látex em seringais cultivados.

Quase sempre recebo mensagens que trazem os mais diversos assuntos, ao menos um deles eu consigo identificar quando trazem a marca da dissimulação, aquelas que fazem denúncias contra a destruição da Floresta Amazônica. Em geral elas não fazem distinção entre Amazônia - a região e o Estado do Amazonas, o Pará e o Acre, Roraima do Amapá, Rondônia do Mato Grosso. Essas mensagens "denunciam a ocupação" da Amazônia pelos norte-americanos, inclusive já estariam difundindo em suas escolas um mapa geográfico indicando-a como território anexado. Uma outra mensagem (esta me repugna) aquela que afirma categoricamente existir soldados norte-americanos armados no território Waimiri-Atroari, na rodovia BR-174 que liga Manaus a Venezuela, inclusive aos brasileiros é solicitada identificação de passaporte.

Todas essas informações só servem para confundir e desviar a atenção para uma reflexão mais objetiva e esclarecedora sobre a Amazônia. As pessoas que recebem e acabam endossando com seus nomes essas "mensagem-manifesto" sequer dão ao trabalho de ir ao mapa da América do Sul, localizar o Brasil, depois a Amazônia, em seguida o Amazonas, a capital Manaus, a rodovia que faz a ligação com a Venezuela.

Caso fizessem esse tipo de consulta ou mesmo acessassem o site dos índios Waimiri-Atroari veriam que tudo isso é mentira. O território indígena fica quase duzentos quilômetros de Manaus. Sugiro primeiro enviar mensagem-reposta ao provedor da lista, muitos indicam telefones. Logo se constata que eles não existem, as mensagens são devolvidas ou os telefones não correspondem e assim por diante.

A existência desta rodovia interliga o Pólo Industrial de Manaus, através da rodovia BR 174, que sai de Manaus, passa por Boa Vista (Roraima) até a Venezuela e, de lá, para os países limítrofes, Caribe, Panamá e todos os países das Américas Central e do Norte, permitindo também o desenvolvimento de projetos agroindustriais para atender os mercados externo e interno. Assim, como possibilitou que os índios Waimiri-Atroari tivessem acesso à tecnologia áudio-visual e produzirem seus próprios documentários, desta forma eles mantem um fluxo de imagens fortalecendo e reafirmando sua auto-imagem.

III

- QUEM BEBEU A ÁGUA QUE ESTAVA AQUI?

Naqueles dias de Amazonas Film Festival, a cruel verdade foi a devastadora paisagem dos rios e lagos secos. Isso não quer dizer que estejamos no fim do mundo ou assistindo ao fim da Amazônia, apenas a natureza implacavelmente voltou-se para si, reciclando a força geradora da vida na região.

Por outro lado, os festivais de cinema espalhados pelo planeta não se difere deste, além de viabilizar o acesso aos filmes realizados por cineastas dos vários continentes, a maioria jamais será exibido no circuito distribuidor oficial, mas também cria condições para aqueles jovens realizadores amazonenses dos vídeos - Um Minuto - se misturarem anonimamente entre as celebridades nacionais e internacionais. Eles se cruzam sem conhecer uns aos outros, talvez esta seja a única "aventura" a ser vivida. Eles seguem a tendência dos cineastas - internauta do mundo inteiro que procuram tanto nas câmeras digitais como na infovia sua janela onde possam filmar e exibirem às suas histórias.

O fenômeno dos deslocamentos de populações através do planeta não é recente, é sim, uma recorrência da prática expansionista e formadora de culturas. Estamos presenciando neste novo século esse fenômeno mundial, através das imagens populações inteiras utilizando todos os meios para sair de um lugar para outro.

Os visitantes (nacionais e estrangeiros) do Amazonas Film Festival, desconhecem a realidade das populações periféricas da grande Manaus, mas era comum escutá-los fazendo comentários sobre a revolta na França e a crescente violência dos manifestantes.

IV

A BATALHA NA SELVA

Ao fazer comentários sobre a revolta das populações periféricas na França, alguém lembrou o filme "A Batalha de Argel" (6), mas logo foi descartado, "esta é uma outra revolta", está localizado no coração da metrópole, está em Paris, as ações são midiáticas, espetaculares, incêndios de prédios, automóveis e seus líderes são invisíveis.

É lembrada a tradicional violência da polícia e a aparente "cordialidade" dos franceses. Imediatamente recordo-me do personagem Coronel Mathieu (inspirado no coronel Massu, o carrasco de Argel) no filme A Batalha de Argel e a seqüência da sua entrada triunfal para solucionar a revolta no bairro popular de Argel - Casbah. O coronel Mathieu é elegante, fuma cigarros como fosse um artista de cinema, tipo Jean Gabin.

Mas o filme que me veio à memória foi o documentário "Lês Escadrons de la Mort - L'École Française", de Marie-Monique Robin (7), que mostra os oficiais franceses como instrutores de tortura e da nova tática e estratégia: descrita no livro "La Guerre Moderne" (1961), do coronel francês Roger Trinquier - o eufemismo para os confrontos experimentados pelo Exército de Ocupação da França, no período pós-derrota na guerra da Indochina e durante a guerra da Argélia. Ele repensa o modo de agir dos dois lados do conflito: a Frente de Libertação Nacional Argelino e o exército francês. Enquanto que o exército usava técnicas de tortura e eliminava o maior número possível de rebeldes, a FLN desenvolvia técnicas não-convencionais de combate, baseadas na guerrilha e no terrorismo urbano.

Não só esse livro se tornou num manual indispensável para os oficiais franceses, como também foram instrutores na "Escola das Américas" (Panamá) ou "Escolas de Assassinos"; treinaram os oficiais norte-americanos em suas tradicionais instituições militares para os combates que enfrentariam na guerra do Vietnã.

Por tudo isso esse filme-documentário não me saía da memória, sim, porque ele revela que nos anos setenta, estes instrutores, especialistas em interrogar, torturar e assassinar estiveram em Manaus (CIGS - Centro de Instrução de Guerra na Selva). E foi aí, nesta instituição brasileira e amazônica onde, orientados por aqueles oficiais norte-americanos e franceses que os militares sul-americanos colocaram em prática a Operação Condor - a execução física da oposição legal ou clandestina contra as ditaduras que haviam se instalado por quase 100% da América do Sul.

A história deste envolvimento compartilhado de políticos e oficiais franceses com o governo norte-americano na modernização do combate a guerra moderna - a guerrilha, é mostrado neste documentário "Lês Escadrons de la Mort - L'École Française", onde o General Contreras, o chefe da repressão de extermínio na ditadura de Pinochet, sem nenhuma cerimônia ou constrangimento revela esses fatos.

V

ÁGUA POUCA, MEU LUCRO PRIMEIRO

Enquanto continuávamos a comentar sobre a rebelião na França, aguardando o aviso para embarcarmos, espiávamos a inusitada paisagem seca daquele mundo aquático, de repente alguém gritou, apontando para a barranca, como houvesse feito a descoberta de uma antiga inscrição. Ali estavam, no paredão de pedra, as marcas sucessivas da enchente do Rio Negro. Diante daquele registro factual, todos foram unânimes em considerar, diante da marca de 2004, ela foi muito modesta comparando com os outros anos, então, é natural que a seca deste ano (2005) seja uma conseqüência. Mesmo assim, estávamos ali, onde desde que nos entendemos como gente, é um lugar retido em nossa memória ancestral como a "pátria d'água" e como pouco de água havia, logo, todos sob perplexidades indagavam-se o que realmente está acontecendo com o Planeta Terra?

O passeio de barco que nos levaria a margem direita do Rio Negro, onde está instalado um "Hotel de Selva", nas épocas da cheia faz-se em dez minutos, naquele momento, excepcionalmente, em plena estiagem, nós levaríamos 45 minutos.

Havia feito este passeio dias antes, o nível das águas do Rio Negro encontrava-se mais baixo, tivemos que utilizar embarcações menores, cujos motores instalados na popa da canoa levantava lama e os peixes pulavam para dentro, a cena daqueles pequenos peixes buscando oxigênio, levava-os lançarem-se desesperadamente para fora do rio, caindo dentro das canoas, aparentemente parecia ser mais uma divertida aventura amazônica.

Enquanto fazíamos a travessia do Rio Negro, o grupo dava continuidade aos comentários sobre as agressões que o meio ambiente vem sofrendo ao longo dos tempos, cada uma das pessoas relatava suas experiências e conhecimento pessoal, cada uma delas havia testemunhado as mutações trágicas da paisagem do planeta. Por exemplo, a maneira como a água doce é utilizada, particularmente na agricultura. Em alguns lugares, os recursos hídricos são usados em excesso, não dando tempo para que eles se renovem. Em outros lugares, o desperdício em uma área priva o seu uso em outros lugares, levando a diminuição da produção agrícola e a perda de empregos e trabalho.

O que isso tem haver com as águas do Mar Aral, Mar Morto, Rio Amarelo, Rio São Francisco e do Rio Negro?

Um dos passageiros contou que viu o que restou do Mar Aral, situado entre o Uzbequistão e o Cazaquistão, era o quarto maior mar interior da Terra, com 66.1 mil quilômetros quadrados. O desvio da água desses dois rios para os projetos de irrigação das plantações de algodão, realizados pelo então governo da ex-União Soviética, consumiu e secou 90% da água que chegava ao Aral. O resultado foi desastroso: 27 mil km² secaram e o que era fundo do mar transformou-se em deserto.

Os relatos testemunhas se sucediam e eles não eram nada otimistas. Em 2004, eu mesmo, durante o Festival de Cinema de Jerusalém, fui conhecer o Mar Morto, tirar a célebre foto, lendo um livro boiando sobre as águas. Amigos cineastas israelenses contaram-nos que em 50 anos, o mar Morto perdeu um terço da sua superfície, em grande parte por causa da exploração excessiva de seu afluente, única fonte de água doce da região.

Em seguida, uma outra pessoa que participava do passeio e da conversa, lembrou que na China, o Rio Amarelo, está superexplorado. Após fluir ininterruptamente por milhares de anos, este berço da civilização chinesa está secando, ele está deixando de chegar ao mar durante cerca de 20 dias. Cursos de água estão se exaurindo e rios e lagos desaparecendo.

É o preço pago por um país que busca desesperadamente o crescimento econômico.

Um geógrafo gaúcho, de 28 anos e que acompanhava uma jovem atriz brasileira, diz que acaba de retornar do Ártico, e comenta que o degelo acelerou-se tanto que a calota polar chegou ao menor tamanho dos últimos cem anos. Ainda acrescentou, segundo as últimas pesquisas se descobriu um aumento perigoso da acidez da água no Norte da costa Antártica e das regiões subárticas do Pacífico. Por trás de ambos, o mesmo vilão: o aquecimento global causado pela emissão de gases na atmosfera.

Enquanto ele faz seus comentários, não consigo esquecer as imagens daqueles pequenos peixes do Rio Negro pulando para dentro das nossas canoas motorizadas, enquanto os viajantes num gesto contínuo devolviam-os as águas do rio. Com certeza esse gesto de generosidade e

complacência com eles, revelava que não conseguiremos vislumbrar o futuro sem eles. Nós e os outros animais estamos tentando sobreviver de qualquer jeito.

E foi refletindo sobre essa sobrevivência que levei Antonio, meu filho de três anos, que inclusive se encontrava naquela travessia a canoa, para conhecer o Museu de Ciências Naturais da Amazônia. Foi uma visita impactante, ali estavam ao alcance dos nossos olhos e das mãos, os animais minúsculos e gigantescos, estranhos, bizarros e exóticos.

Ao sair do Museu o relógio urbano marcava a temperatura: 42 graus. Antonio pede pra ir para qualquer lugar que tenha ar condicionado. Fiquei pensando que talvez aquelas espécies fossem as últimas e o Antonio assim como a sua geração, quando adultos, não os veriam jamais (vivos), mas somente ali, num museu. Ao contrário de quando eu era criança, em Manaus, imaginava o ano 2000 como uma data mágica, sequer passava pela minha cabeça que um dia a floresta, a fauna e flora amazônica poderiam acabar. Acreditava religiosamente que não haveria mais injustiças, a vida seria automatizada e estaríamos existindo somente para curtir o lazer, enquanto os robôs realizavam o trabalho pesado. E agora o que vejo (por todos os lugares do Planeta) é a paisagem ameaçada, as florestas, os desertos, as cidades, os rios, lagos e quedas d'água .

Podemos citar alguns casos que expuseram o embate contra a concepção simplória de crescer, desenvolver e progredirmos a qualquer preço em troca da perda irremediável do nosso patrimônio natural.

O que fica como desafio é compreendermos o lado perverso desta realidade que da cidade de Manaus por conta de problemas que deixam meio milhão de pessoas sem água ou com abastecimento intermitente, a Prefeitura de Manaus decretar estado de calamidade pública, como aconteceu recentemente, agosto deste ano-2006. A cidade é uma das poucas no Brasil a ter privatizado o abastecimento. Sob denúncias dos moradores que afirmam morar em comunidade na qual há 16 anos não há água em torneiras. Poços improvisados, nem sempre próximos às moradias, são utilizados pelos moradores.

O relato que fizemos sobre a seca, é apenas a visão espetacular dos desafios que os habitantes da Amazônia se defrontam, atualmente somamos mais de vinte milhões de moradores,

fazendo movimento contrario a sua demografia tradicional (espalhada) concentram-se, formando núcleo urbanos, onde a produção de dejetos é um flagrante do desleixo da urbanização brasileira.

A questão da Amazônia não é uma questão exclusiva dos amazônicos, ela não é a origem e nem o seu fim. Mas poderá através da sua espetacular paisagem ameaçada e degradada abrir os olhos daqueles que apenas a vêem como um sonho platônico de um desejo paradisíaco. Uma confusão aonde megapixels produzido por uma sociedade que tem feito relações simultâneas entre as pessoas, sociedades, tribos e indivíduos, mas tem se mostrado incapaz para responder aos seus desafios de preservação da própria espécie.

Neste sentido, as imagens que tem sido produzida através dos vários meios e formatos, apenas tem servido para testemunhar a nossa fragilidade e a agressividade quase senil diante da verdade-imaginação. O mundo aquático da Amazônia é emblemático como o próprio espelho aonde o mito de narciso mergulhou derradeiramente diante da sua cega contemplação egocêntrica por uma auto-imagem,mas uma vez venceu “la vida es sueño”.

Essa apologia aquática da amazônica quase sempre esconde a agonia da solidão do caboclo, seu desamparo e exclusão - em velocidade de banda larga - em relação aos bens naturais em sua volta. No limite, essa solidão é cruel e não se refere apenas a ele. As últimas informações sobre o mapa da ocupação humana no planeta Terra, revelam que finalmente conseguimos cercar os campos sob o domínio das cidades. Hoje o homem explora 83% da Terra, restam apenas 17% do planeta para a vida selvagem e a maior parte encontra-se aqui na Floresta Amazônica.

Um dia o meu avô materno, o Mestre Joaquim, que veio para o Amazonas fugindo da seca, diante da exuberância que ali encontrou, não se conteve:

"- Meu neto, nunca esqueça: quem planta uma planta, poderá vir a passear numa floresta".

Fade in.

Referências bibliográficas:

Guerra e Cinema, Virilio, Paul. Trad. Paulo Roberto Pires. Escrita editorial, SP, 1993.

Calderon de La Barca (1600-1681), La vida es sueño (teatro), um excepcional drama sobre a liberdade do homem e os limites impostos pela ética social e as razões do estado.

O rio comanda a vida: uma interpretação da Amazônia, Leandro, Tocantins. José Olympio, RJ, 1983.

Santos e Visagens, Galvão, Eduardo. Editora Nacional: Brasília; INL, 1976.

Huis-Clos (Entre quatro Paredes - teatro), Sartre, Jean-Paul (1905-1980), 1945.

A batalha de Argel (La Battaglia di Algeri), 117 minutos, dir. Gillo Pontecorvo, Italia/Argélia, 1965.

Les escadrons de la mort (L'École Française), 60 minutos, dir. Marie-Monique Robin, França, 2003.

Crime Delicado, de Beto Brant: cinema brasileiro sem vergonha

Laura Loguercio Cánepa*

Ficha Técnica do filme:

Título Original: Crime Delicado

Gênero: Drama

Tempo de Duração: 87 minutos

Ano de Lançamento (Brasil): 2005

Estúdio: Drama Filmes / MG Ricca / Lumière / Estúdios Mega / Locall

Direção: Beto Brant

Roteiro: Marçal Aquino, Marco Ricca, Beto Brant, Maurício Paroni de Castro e Luís F.

Carvalho Filho, baseado em livro de Sérgio Sant'anna

Produção: Bianca Villar, Renato Ciasca e Marco Ricca

Música: Caco Faria e Álvaro Fernando

Fotografia: Walter Carvalho

Desenho de Produção: André Montenegro

Direção de Arte: Marcos Pedroso

Figurino: Joana Porto

Edição: Willem Dias

O cineasta paulista Beto Brant, de 42 anos, é um dos mais expressivos realizadores da chamada “retomada do cinema brasileiro¹⁷⁰”. Após obter grande sucesso de crítica com seu

* Laura Loguercio Cánepa é jornalista, mestre em Ciências da Comunicação (ECA-USP) e doutoranda em Múltiplos Meios (UNICAMP- SP). Atualmente, coordena o Curso de Realização Audiovisual da Unisinos, RS.

longa-metragem de estréia, *Os Matadores*, de 1997, e de ser aclamado nas bilheterias e em vários festivais por seu terceiro longa de ficção, *O Invasor*, em 2002¹⁷¹, o diretor passou à rara e privilegiada condição de “autor” cujos filmes são esperados com intensa curiosidade por aqueles que acompanham o cinema brasileiro.

Até o lançamento de seu trabalho mais recente (*Crime Delicado*, 2005), porém, Brant podia ser considerado um cineasta alinhado às tendências cinematográficas em voga no cinema comercial do resto do mundo, adaptando-as à realidade tupiniquim. Afinal, seus três primeiros trabalhos em longa-metragem buscaram um diálogo com os filmes sobre o cotidiano e as relações pessoais de vários tipos de criminosos – gênero que (re)conquistou¹⁷² força no cinema contemporâneo a partir da década de 1990, especialmente após a “trilogia” *Cães de Aluguel* (*Reservoir Dogs*, EUA, 1992), *Tempo de Violência* (*Pulp Fiction*, EUA, 1995) e *Jackie Brown* (EUA, 1997), do cultuado cineasta norte-americano Quentin Tarantino.

Os Matadores, estrelado por Murilo Benício, Chico Diaz, Wolney de Assis e Adriano Stuart, ao mesmo tempo em que explora, na ficção, as relações de amizade e conflito entre três matadores de aluguel na fronteira do Brasil com o Paraguai, homenageia “meta-lingüisticamente” (a exemplo do que Tarantino fizera com John Travolta em *Tempo de Violência* e com Robert Forster em *Jackie Brown*) o veterano Adriano Stuart, ator/realizador famoso na década de 1970 e já praticamente esquecido no começo dos anos 90¹⁷³. Sua idéia de ambientar a trama numa região pouco vista no cinema brasileiro, construindo uma narrativa fragmentada ao estilo “tarantinesco” e reunindo atores consagrados da nova geração (Benício e Diaz) com um ator-símbolo da geração anterior (Stuart), foi encarada pela crítica como um saudável sopro de novidade e de

¹⁷⁰ Termo adotado desde 2002 (após o lançamento do livro *O Cinema da Retomada*, de Lúcia Nagib) para definir o cinema produzido no Brasil a partir da primeira metade da década de 1990, após a derrocada da Embrafilme.

¹⁷¹ O filme foi o grande vencedor do VI Festival de Cinema do Recife, em 2002, arrebatando seis prêmios (entre eles, o de Melhor Filme). Também em 2002, nos festivais de Brasília e de Cinema Brasileiro de Miami, arrebatou seis prêmios em cada (entre eles, o de Melhor Direção). No mesmo ano, foi eleito pelo júri do Festival de Cinema Independente de Sundance, em Park City, nos EUA, como o melhor filme latino-americano.

¹⁷² Tarantino propõe uma leitura bastante particular e irônica sobre a vida de seus “personagens de alta periculosidade”, mas é preciso lembrar que esse “gênero” tem origem no filme de *gangsters* feitos em Hollywood do começo dos anos 1930 e nos filmes “de máfia” que ganharam grande fôlego nos anos 1970 após a trilogia *O Poderoso Chefão*, de Francis Ford Coppolla.

¹⁷³ Nascido em 1944, Adriano Stuart participou como ator em filmes como *O Exorcismo Negro* (José Mojica Marins, 1974), *Sabendo usar, não vai faltar* (Francisco Ramalho Jr., 1976) e *Festa* (Ugp Giorgetti, 1989). Como diretor, esteve à frente de *O Incrível Monstro Trapalhão* e *O Cinderelo Trapalhão* (ambos de 1980) além de muitos outros filmes do grupo de comediantes no começo da década de 1980. Stuart também realizou um dos projetos mais infames da história do cinema brasileiro: o longa-metragem *Bacalhau*, de 1977, uma paródia do filme *Tubarão* (*Jaws*, 1975) de Steven Spielberg.

possibilidade de integração com o cinema de outros países – em particular, é claro, com o cinema norte-americano.

Dois anos depois, em seu segundo longa-metragem, Brant procurou uma estratégia mais ou menos semelhante. *Ação Entre Amigos* (1999), estrelado por Zecarlos Machado e Leonardo Villar, conta a história de vingança levada a cabo por quatro ex-prisioneiros do Regime Militar contra seu torturador, interpretado por Othon Bastos. Esse *plot* já havia sido explorado por Roman Polanski em *A Morte e a Donzela* (*Death and the Maiden*, 1994), fita estrelada por Sigourney Weaver, inspirada na peça teatral do dramaturgo argentino Ariel Dorfman. O filme de Brant, que não por acaso traz os astros dos “clássicos” nacionais *O Pagador de Promessas* (Villar) e *Deus e o Diabo na Terra do Sol* (Bastos) como protagonistas, teve uma carreira modesta em festivais e nas bilheterias, mas confirmou o interesse do diretor por temas ligados à marginalidade e ao crime, abrindo espaço para a politização do assunto. Essa abordagem que articula “crimes comuns” e “crimes políticos” foi retomada, aliás, por Lúcia Murat no ano passado, no filme *Quase Dois Irmãos* (2005), que propôs um novo olhar sobre o processo de violência engendrado em 20 anos de ditadura militar no Brasil¹⁷⁴.

Finalmente, em *O Invasor* (2002), que trata da entrada de um marginal na vida de uma família de classe alta paulista, Brant arriscou mais: no estilo de filmagem, abusou da câmera “intrometida”, repleta de movimentos, que se torna quase uma personagem dentro do filme. Na busca de sentidos, aproveitou uma história aparentemente comum de violência e crime para denunciar a desigualdade social no Brasil e discutir a atração que o mundo da marginalidade exerce sobre os jovens da classe alta. Na escolha do elenco, decidiu colocar diante das lentes um ator quase-estrelante, o cantor e compositor Paulo Miklos, do grupo Titãs¹⁷⁵. Transformado no personagem-título (o terrível bandido Anísio), Miklos acabou “roubando a cena” de atores experientes como Marco Ricca, Alexandre Borges e Malu Mader, recebendo prêmios em quase todos os festivais por onde o filme circulou, e tendo sido responsável, em grande medida, pelo sucesso do filme¹⁷⁶.

¹⁷⁴ O filme descreve a amizade de Miguel (menino de classe média carioca) e Jorge (criado na favela) durante mais de 40 anos. Os dois se dão bem quando crianças, encontram-se na cadeia na década de 1970 (Miguel como preso político, Jorge como preso comum) e acabam se reencontrando na década de 1990, quando a filha de Miguel se envolve com um traficante no morro comandado por Jorge.

¹⁷⁵ Miklos já havia aparecido no cinema em 1986, no longa-metragem *Areias Escaldantes*, de Francisco de Paula, junto com outros titãs e com componentes do grupo Ultraje a Rigor.

¹⁷⁶ “Ator Revelação” no Festival de Sundance 2002, “Ator Coadjuvante” e “Ator Revelação” no 31º Festival de Brasília, “Ator Revelação” nos festivais de Recife e Berlim, em 2002.

Após ser apontado em diversas listas elaboradas por pesquisadores, críticos e cinéfilos como um dos melhores filmes da retomada¹⁷⁷, *O Invasor* parecia ter assegurado o espaço de Beto Brant na linha de frente de um determinado tipo de cinema. Mas, ao lançar seu *Crime Delicado*, o cineasta surpreendeu ao público, já acostumado com seus filmes de imagens e personagens “hiperativos”, e também aos críticos, que se propunham a compreender seu trabalho dentro dessa perspectiva de cinema de gênero. Pois o digressivo e delicado filme sobre o crítico de teatro que se apaixona por uma modelo deficiente física não é apenas bem diferente dos trabalhos anteriores de Brant, mas acaba sendo, também, uma obra quase isolada no panorama que o cinema brasileiro vem apresentando em sua retomada.

Baseado no livro *Um Crime Delicado*, de Sérgio Santana, de 1995, *Crime Delicado* tem como protagonista um intelectual arrogante: Antônio (interpretado por Marco Ricca, que é também co-produtor e co-roteirista do filme), crítico teatral rigoroso e obcecado por encontrar defeitos em obras alheias, apontando-os em seus textos com enorme crueldade. Esse personagem altamente “intelectualizado” tem suas convicções estéticas e amorosas abaladas quando se apaixona por Inês (Lílian Taulib), uma moça que não tem uma das pernas e, exatamente por isso, foi escolhida como modelo-fetiche de um pintor obscuro, Campana (interpretado pelo artista mexicano Felipe Ehrenberg, que expõe, no filme, suas próprias obras “protagonizadas” pela atriz-personagem).

No contato tenso que se estabelece entre Antônio e Inês, um suposto crime acontece: após uma relação sexual ocorrida em meio a uma discussão sobre o trabalho de Campana (que Antônio julga indigno de ser considerado Arte), ela o acusa de estupro. E Antônio fica surpreso, pois, para ele, o ato havia acontecido de maneira consensual.

Enquanto acompanhamos a batalha jurídica e emocional que será estabelecida entre os dois, é que o filme de Beto Brant recria e nos devolve algo que praticamente havia desaparecido do cinema brasileiro da última década (exceto em casos de diretores que “atravessaram a fronteira” da retomada, dando continuidade a carreiras já iniciadas no cinema marginal das décadas de 1960 e 1970, como Júlio Bressane e Carlos Reichembach): um universo intelectualizado, boêmio, erótico.

¹⁷⁷ Por exemplo, em 2006, a *Revista de Cinema* <<http://www2.uol.com.br/revistadecinema>>, em sua edição de número 34, reuniu 40 críticos e pesquisadores que elegeram *O Invasor* como o melhor filme de toda a Retomada, seguido por *Cidade de Deus* (Fernando Meirelles e Kátia Lund, 2002) e *Central do Brasil* (Walter Salles, 1997).

Filme-teatro

A primeira cena de *Crime Delicado*, que se desenrola num palco durante a apresentação de uma peça, dá a senha para a estrutura do filme: de modo geral, o que veremos serão “quadros vivos”, captados com câmera fixa, como se assumissem o ponto de vista de um espectador teatral. Deste momento em diante, não esqueceremos mais de que estamos diante de uma representação exagerada e afetada do mundo que cerca Antônio Martins e sua amada Inês. Seja por olharem diretamente para a câmera, por falarem com um interlocutor inexistente, por moverem-se em cenários de luz artificial, por usarem palavras excessivamente dramáticas ou pomposas, os personagens não disfarçam que estão numa grande encenação. Esse espírito “teatral”, que se estende dos palcos observados por Antônio para as cenas cotidianas passadas em bares, vernissages e botecos, encontra seu momento mais significativo quando o filme revela o processo de trabalho do pintor Campana, que consiste em ficar nu, na cama de seu ateliê, colado ao corpo de Inês, pintando que vê a partir do ângulo permitido por cada posição íntima em que se coloca com a modelo. Enquanto acompanhamos o cuidado e a delicadeza com que o artista produz seus quadros agressivamente eróticos, a câmera de Beto Brant nos coloca diante de uma clara tentativa de encontrar um ponto de interseção entre a pintura, o teatro e o próprio cinema.

Tal hibridização de manifestações artísticas é também reforçada pela participação de diversas figuras do universo da arte e do cinema brasileiro fazendo pequenas “pontas” em *sketches* improvisadas. É do cineasta Cláudio Assis a participação mais ruidosa, num fim de noite de bar, quando interpela Antônio e diz: “Você não ama! Quem não reage, rasteja!”. No mesmo bar, Adriano Stuart confessa: “Eu erre”, e Xico Sá não consegue disfarçar sua atração por uma bela travesti que deseja se casar. Como assinala José Geraldo Couto (2006), tanto esses “quadros da vida real” quanto as cenas de peças exibidas (*Woyzeck*, *Confraria Libertina* e *Leonor de Mendonça*) nos desviam do entrecho central, mas enriquecem subterraneamente o tema da paixão como elemento de desequilíbrio.

Opondo, como bem observa Leonardo Mecchi (2006), um crítico teatral apolíneo, vigilante do Belo e da harmonia, e uma jovem modelo dionisíaca, imperfeita, Brant nos propõe a incompletude como motor da vida e da arte, fazendo um elogio a quem se expõe sem disfarces, com todos os exageros e falhas, seja nos palcos, seja nas galerias, seja nas telas, seja nos bares.

E todo esse elogio da imperfeição e do risco que dela decorre não atemoriza apenas ao neurótico personagem Antônio Martins. De certa maneira, ele também confronta uma grande

parte do que tem sido praticado no cinema brasileiro da retomada, tão preocupado em desvincular-se, por um lado, da “estética da fome” do cinema brasileiro dos anos 1960 e, por outro, da estética do “filme de sacanagem” dos anos 1970. Em sua ânsia por fazer um cinema “de padrão de qualidade internacional” (ou seja, tecnicamente bem realizado) e desligado do hermetismo do Cinema Marginal e dos compromissos políticos do Cinema Novo, o cinema da retomada se revela, freqüentemente, constrangido em relação a suas origens e tão disfuncional quanto o admirador de Inês.

Abrindo-se para tantos questionamentos sobre a arte e a representação, *Crime Delicado* também se oferece ao espectador, tanto temática quanto formalmente, com uma segunda chave de leitura, quase sempre convergente com a primeira: se, num sentido, o filme é um estudo sobre a arte, sobre quem a faz, vive em função dela, escreve sobre ela ou simplesmente gravita em torno dela, a obra de Beto Brant é, também, uma apologia à imperfeição não apenas na arte, mas em todos os campos da vida – com destaque para o sexo, que é representado na tela sem pudores, algo raro no cinema brasileiro do século 21.

Retomada do sexo?

Na história do cinema brasileiro, a discussão verborrágica, intelectualizada e transgressora sobre a vida e o sexo não é exatamente uma novidade. Apenas para citar um exemplo, lembremos dos filmes de Carlos Reichembach feitos na Boca do Lixo na década de 1970 (como *O Império do Desejo* e *A Ilha dos Prazeres Proibidos*), nos quais o experimentalismo e a pornochanchada encontraram curiosa harmonia. Nesse sentido, também é preciso recolocar a própria pornochanchada em seu devido lugar: afinal, se todo um discurso ideológico procurou relacionar o cinema erótico brasileiro à alienação decorrente do regime militar, é preciso admitir-se que aquele cinema também colocou em debate as questões da liberação sexual ocorrida no mundo inteiro a partir dos anos 60 do século XX. De certa maneira, aqueles filmes se debatiam com as novas formas de comportamento sexual, sobretudo das mulheres, heroínas e vítimas preferenciais em suas histórias.

E onde entra a novidade de Beto Brant, então? O diretor retoma essa discussão (da qual muitos ainda se envergonham) em novos parâmetros, num mundo em que a sexualidade das mulheres pode ser melhor aceita – mas não sua imperfeição, sua submissão, suas dúvidas. Por

isso, *Crime Delicado* se destaca no universo da retomada por nos mostrar que, finalmente, após anos de relativa castidade, o cinema brasileiro coloca o sexo (e sua expressão artística) em pauta novamente. E toda esta sua liberdade estrutural, imagética e temática pode desconcertar aqueles que pensavam que a retomada tinha, finalmente, nos tornado caretas.

Referências Bibliográficas

ABREU, Nuno César de. **Boca do Lixo**: cinema e classes populares. Tese de Doutorado no Curso de Pós-Graduação em Multimeios da UNICAMP, Campinas, 2002.

ARANTES, Silvana. Em *Crime Delicado*, Beto Brant espreita violência do desejo. In: **Folha Online**. Disponível em: <www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u54658.shtml>. Acesso em: 27/10/2005.

COUTO, José G. Diretor faz ode rigorosa e apaixonada à imperfeição em *Crime Delicado*. In: **Folha Online**. Disponível em: <www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u54665.shtml>. Acesso em: 27/10/2005.

MECCHI, Leonardo. Uma ou duas coisas sobre Beto Brant. In: **Cinequanon**. Disponível em: <www.cinequanon.art.br/emcartaz_detalhe.php?id=207&num=2>. Acesso em: 10/05/2006.

NAGIB, Lúcia. **O Cinema da Retomada**: 90 depoimentos de cineastas brasileiros dos anos 90. São Paulo: Editora 34, 2002.

A Tensão Realista de Lucrecia Martel¹⁷⁸

Júlia Rebouças¹⁷⁹

Quando nos deparamos com a recente produção cinematográfica da Argentina, um nome tem ganhado destaque especial. Lucrecia Martel é a diretora responsável por *O Pântano* (*La Ciénaga*) - 2001 e *A Menina Santa* (*La Niña Santa*) - 2004. Os filmes foram premiados no Festival de Berlim, de Havana, o segundo longa foi selecionado na mostra competitiva e recebeu menção especial da crítica no Festival de Cannes de 2004.

Lucrecia Martel nasceu em 1966, na cidade de Salta, na Argentina. Ainda jovem mudou-se para Buenos Aires e começou o curso de comunicação social na Universidad de Buenos Aires (UBA). Depois, cursou animação na Escola de Cine de Avellaneda. De 1987 a 1993, produziu quatro curtas-metragens: "El 56", "Piso 24", "Besos Rojos" e "Rey Muerto". Foi com "Rey Muerto" que a diretora participou do Festival "Histórias Breves" e ganhou destaque, o que a impulsionou a filmar *O Pântano*, seu primeiro longa-metragem.

Se o cinema argentino tem se destacado no contexto latino-americano pelas proposições estéticas, pelo apuro formal, por temáticas instigantes e narrativas incomuns, Lucrecia Martel certamente é um desses fortes nomes que direcionam a Argentina para uma posição de destaque no cenário internacional.

Uma das características principais identificadas em sua produção é um cinema realista, que foge de grandes questões para se dedicar às pequenezas do cotidiano. Ocupam as telas os dramas familiares, as dificuldades financeiras, um afastamento religioso, a desesperança com o futuro e a melancolia em relação ao passado. Os problemas levantados são de ordem cotidiana, quase doméstica.

Os dois filmes de Lucrecia Martel são similares nas situações de tensão que criam, como se todos estivessem num estado de potência, prestes a culminar em drásticas ações, que nunca acontecem. Suas histórias geram brechas para explosões de sexo, de violência, de culpa e erro,

¹⁷⁸ Este trabalho deriva da monografia "Sobre um sentimento de desamparo e um cinema da realidade: Breve discussão sobre o cinema argentino contemporâneo", apresentada como Trabalho de Conclusão do Curso de Comunicação Social / Jornalismo, da Universidade Federal de Pernambuco, sob orientação da Profa. Dra. Ângela Freire Prysthon, em setembro de 2006.

¹⁷⁹ Júlia Rebouças foi aluna da Universidade Federal de Pernambuco, bolsista de Iniciação Científica, do CNPq no projeto "Retratos das margens - Imagens da cidade no cinema latino-americano contemporâneo Metrôperiferias", sob orientação da Profa. Dra. Ângela Freire Prysthon, de setembro de 2005 a agosto de 2006. juliamaiar@yahoo.com.br.

mas tudo permanece sob a esfera do segredo, velado, enfiado como o olhar de Amália, em *A Menina Santa*, imóvel como a vaca que atola em *O Pântano*. Nada é dito com clareza, nem mostrado com objetividade.

Há, nas películas, um pesar por uma vida meio desesperançosa. A crise sofrida pela Argentina, nas últimas décadas, sem dúvida gerou uma melancolia coletiva, uma inércia em relação ao futuro. Estão todos desacreditados. Nos filmes, este sentimento aparece, dentre outras formas, na existência de um desamparo divino. Os milagres estão escassos. Amália, de *A Menina Santa*, procura de toda forma identificar sua missão religiosa, mas se defronta com uma confusão de sentimentos. Reza baixo todas as orações que consegue decorar, soltando uma profusão de palavras num exercício de repetição que não lhe diz muita coisa. Momi, de *O Pântano*, assiste na TV à transmissão de uma suposta aparição da Virgem, numa caixa d'água de amianto em plena periferia argentina.

O cinema de Lucrecia Martel, mais do que enfatizar temáticas centralizadoras e contundentes, se faz marcante pela forma como as narrativas são construídas e pela experimentação de aspectos estruturais dos filmes. Há, em sua filmografia, um maior risco estético, no sentido de pôr à prova elementos formais, se comparada a outros diretores argentinos contemporâneos. Lucrecia desconstrói a linearidade discursiva, entrecorta as ações por cenas diversas, de diferentes núcleos da história, ignora narradores, trilha sonora. Desenquadra as ações, deixa os diálogos incompletos, sobrepõe ruídos ambientes e falas. Sobretudo a utilização do som em suas películas é feita de maneira particular.

A diretora privilegia o som como elemento mais forte que a própria imagem e faz da voz humana e dos barulhos do ambiente as marcas estéticas do filme. Propõe, assim, uma estética sonora, em detrimento de uma estética puramente visual. Não há narrador e não há nenhuma pista que seja capaz de elucidar o mistério único de cada personagem. A utilização do áudio, por vezes, dissociado da imagem, funciona como um mecanismo de adensamento de uma tensão, de um sentimento.

Em seu cinema não há trilha sonora; ela trabalha com ruídos naturais do ambiente, mas o faz com tamanha precisão que não há no espectador qualquer impressão de vazio ou ausência sonora. Mesmo o silêncio de alguns instantes assume uma completude narrativa. Os diálogos da diretora por vezes acontecem em tom de sussurro. Em *O Pântano*, as conversas na cama, durante a sesta são todas sussurradas, os diálogos carregados de incesto entre irmãos, primos e a própria

mãe; há um tom de voz baixo também nas conversas provincianas de Mecha e Tali, quando discutem a compra do material escolar tantas vezes, sempre remoendo os mesmos argumentos e elucubrações. Muitas vezes torna-se difícil entender o que dizem, já que os sussurros são abafados por sons de televisão, latidos de cachorro ou mesmo sobrepostos por outros diálogos.

Em *A Menina Santa*, Josefina cochicha para Amália histórias envolvendo a professora e um suposto namorado, no meio da aula. Seus diálogos são sobrepostos às explicações da professora. As duas estudam juntas, em vários outros momentos do filme, e se fazem confissões, rezam, conversam num tom de voz baixo. É o desenvolver máximo de uma estética cinematográfica que privilegia o áudio. Lucrecia admite a influência que recebeu, nesse sentido do diretor Stanley Kubrick, e o seu impacto ao assistir *De Olhos Bem Fechados* (1999), que lida com instantes de quase-ação tensa, onde os sons e o silêncio exercem papel fundamental.

Rufinelli (2002) diz que *O Pântano* é uma obra-prima que ensina a escutar e obriga a ouvir. Ao assistir, puramente, o exercício de ver também não se dá de forma tradicional.

Às vezes é possível ver os personagens respirarem, tão perto deles está a câmera. A diretora tenta captar uma fisicalidade da personalidade que não sabemos ser possível existir. O corpo é entendido como um organismo complexo, sobre o qual pouco conhecemos e que, historicamente desatendemos, principalmente àquilo que se refere ao corpo feminino. Em *A Menina Santa*, diversas são as cenas em que os personagens são mostrados muito de perto, às vezes apenas recortes de seu corpo. A nuca de Jano, o pescoço de Amália, as costas de Helena, os olhos expressivos de Amália, sempre de soslaio. Os corpos também aparecem enquadrados por entre objetos. Helena emoldurada por uma janela ou refletida num espelho, como no início do filme. O olhar de Amália por detrás de um toldo, enquanto observa Jano nadar na piscina.

Perguntada, em entrevista, sobre a proximidade da câmera nos personagens, ela responde que se deve à sua miopia. Ela sempre construiu uma imagem das pessoas muito perto de si, por causa do desvio óptico. Entretanto, “por mais que nos aproximemos há sempre uma esfera de segredo”, conclui.

Segredo, desejo, ambigüidade, tensão. Há um contato entre corpos muito grande em seus filmes, há situações que todo o desejo sexual está latente, vivo, mas não se concretiza. Estica-se numa tensão permanente e permanece sob a esfera do segredo. A sexualidade está presente, é constantemente sugerida, mas não é falada pelos personagens. Como sugere Forns-Broggi, há uma expectativa do sinistro inominável e incontável que mantém o expectador suspenso.

Deflagra-se uma situação de acirramento tal que muitas coisas podem acontecer, mas que, de fato, não se realizam. Além da sexualidade velada de que já falamos, há também uma tensão de morte e tragédia muito intensa. Como um estado permanente de potência, de vir-a-ser. Lembremos de *O Pântano*, quando as crianças saem para caçar na mata, com espingardas em punho. O caçula, num dado momento, vê uma vaca atolada e a observa. Quando percebemos, ele está na mira da espingarda e encara o menino que aponta em sua direção. Uma vaca afundada na lama, crianças correndo, um menino na mira da espingarda de outro menino: toda a possibilidade de um infortúnio. A câmera volta para uma tomada geral da casa e se escuta o estampido do tiro, ao longe.

A mesma cena nos serve de ilustração para outro traço da obra de Martel, a forma como tantos dados presentes no filme estão fora da cena. Os personagens vêem e sentem coisas que não aparecem na tela, obrigando o espectador a imaginar. A diretora pontua essas ausências com sons, em grande parte dos casos. Como na cena narrada acima, que se escuta o tiro da espingarda, mas só se vê a mata ao fundo, atrás da casa em plano geral. São presenças que saem de cena, é o recurso do fora de campo.

Há um jogo de presenças-ausências, ou um jogo de indícios. Muitos cenários são compostos por objetos, animais, paisagens, ambientes, sensações, sons, tensões, onde não há um ponto de vista dominante e excludente. Todos os elementos sugerem interpretações e remetem a questões que pairam sobre as cenas, mas que não são verbalizadas. Sobretudo com palavras. Mesmo quando falamos na colocação exata de sons, não falamos de palavras elucidativas. Lucrecia, repetimos, não explica nada. Todas as razões e justificativas, todos os julgamentos ficam por conta do espectador.

Uma das sensações comuns ao terminar de assistir aos filmes de Lucrecia Martel é a de que se foi exposto a cenas de violência. Por mais que não existam seqüências ao estilo filme de guerra ou de luta, o sentimento é de esgotamento e angústia. A violência, literal, é aquela cotidiana, de uma briga numa festa, de uma discussão entre mãe e filha, de um copo que se estilhaça e faz sangrar. O resto é a violência das relações desgastadas. Do alcoolismo e do abuso sexual, da falta de comunicação, de uma tensão constante de ambientes que têm a morte e a tragédia como eminências. Também não há explicações para essa violência. Eliminam-se as respostas racionais às atitudes.

BIBLIOGRAFIA

FORNS-BROGGI, Roberto. “**La búsqueda del espectador activo (en femenino): El cine de Lucrecia Martel**”. Apresentado no 2006 Meeting of the Latin American Studies Association, San Juan, Porto Rico, 15 a 18 de Março de 2006.

KONSTANTARAKOS, Myrto. “New Argentine Cinema”. In: **Traditions in World Cinema**. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2006, pp. 130-140.

PRYSTHON, Angela. “Identidades urbanas contemporâneas: cosmopolitismo e periferia”. In: CUNHA, Paulo (org.) **Identidade(s)**. Recife: Editora Universitária da UFPE, 1999, pp.43-56.

RUFFINELLI, Jorge. “Surgen mundos, mundos desaparecen: El imaginario del milenio”. In: TOLEDO, Teresa (ed). **Utopias y realidades el cine latino-americano de los noventa**. (Made in Spanish 2001) Festival Internacional de Cine de San Sebastián, 2001.

_____. “Los bárbaros sofisticados: Continuidades y rupturas”. In: TOLEDO, Teresa (ed). **Construyendo el cine (latinoamericano)**. San Sebastián: 50º Festival Internacional de Cine – Donostia - San Sebastián, 2002.

SHOHAT, Ella. “Post-Third-Worldist Culture. Gender, Nation and the Cinema”. In: GUNERATNE, Anthony e DISSANAYAKE, Wimal (eds.). **Rethinking Third Cinema**. Londres/Nova York: Routledge, 2003. pp.51-78.

STAM, Robert. “Beyond Third Cinema. The Aesthetics of Hybridity”. In: GUNERATNE, Anthony e DISSANAYAKE, Wimal (eds.). **Rethinking Third Cinema**. Londres/Nova York: Routledge, 2003. pp. 31-48.

Volver: As Mulheres de Almodóvar

Euclides Santos Mendes¹⁸⁰

Volver: literalmente “retornar”. Um filme em tom melodramático cujo título exprime plenamente a sua força e a sua essência. *Volver* é um retorno em todos os sentidos: do passado e dos “fantasmas” que tecem o roteiro, do universo feminino na obra de Pedro Almodóvar, da atriz Carmem Maura.

Após *Fale com ela* (2001) e *A má educação* (2004), filmes centrados em personagens masculinos, Almodóvar dá voz de protagonista às mulheres. De fato, o filme privilegia tanto as personagens femininas que o espectador chega a ter a impressão de que não existem personagens masculinos no enredo.

Volver retoma temáticas de outros filmes de Almodóvar, como, por exemplo, de *Que fiz eu para merecer isso?* (1984). Contudo vai mais além, reelaborando o drama da mulher oprimida. Se Glória (Carmem Maura), em *Que fiz eu para merecer isso?*, antes de assassinar o marido opressor suporta as humilhações e se refugia nas doses quotidianas de tranquilizantes, Raimunda (Penélope Cruz), em *Volver*, mata o marido para preservar a honra, sua e da filha quase violentada. Para quem vê os dois filmes, fica evidente que Glória e Raimunda poderiam ser quase a mesma mulher.

Nos dois casos, a morte do homem/opressor significa liberação, a conquista da personalidade oprimida. Porém, se em *Que fiz eu para merecer isso?* o assassinato é a solução do conflito existencial de Glória, em *Volver* significa o retorno dos “fantasmas” que atordoam a memória e a existência de Raimunda. Assim, *Volver* coloca em cena temas fortes: homicídio, incesto, adultério, luto. Mas também dá um sinal de esperança. Após a morte do marido, Raimunda reconstrói a própria vida ao lado da filha, abre um restaurante, recomeça a cantar, mas ainda teme o passado recente e distante. Por isso, o reencontro com Irene (Carmem Maura), a mãe morta e

¹⁸⁰ euskera21@hotmail.com

enterrada numa pequena cidade da Mancha, torna-se o conflito central do filme, mas ao mesmo tempo a solução para vencer o medo do passado, porque mãe e filha possuem segredos parecidos, um já quase esquecido e o outro congelado.

Carmem Maura reaparece como um “fantasma”, o rosto envelhecido, os cabelos brancos. A surpresa não é somente para Raimunda. Para o espectador que conhece a filmografia do diretor espanhol, o ressurgir de Carmem Maura no olho de Almodóvar, passados 17 anos, é como um retorno rápido na memória a *Pepi, Luci, Bom y otras chicas del montón* (1980), ao já citado *Que fiz eu para merecer isso?*, à *Lei do desejo* (1987) e a *Mulheres à beira de um ataque de nervos* (1988).

Volver é ainda o retorno de Almodóvar à sua terra natal, La Mancha, recriada na tela com todos os tons de uma Espanha profunda, provinciana, folclórica, contraditória. O filme constitui também uma homenagem ao cinema, seja pelo aparecimento repentino de uma equipe cinematográfica que garante o sucesso do restaurante de Raimunda, seja pela aparição, na tela de uma TV, do vulto de Anna Magnani (uma das maiores atrizes da história do cinema italiano), em cena no filme *Belíssima* (1951), de Luchino Visconti.

Pela interpretação das atrizes Penélope Cruz, Carmem Maura, Blanca Portillo, Yohana Cobo, Lola Dueñas e Chus Lampreave, *Volver* venceu o prêmio pela melhor interpretação feminina no Festival de Cannes. Em um caso raro, todas as atrizes compartilharam a premiação. O filme ainda venceu o prêmio em Cannes pelo melhor roteiro.

BAUMAN, Zygmunt. **Amor líquido**: sobre a fragilidade dos laços humanos. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2004. 190 p.

Zygmunt Bauman: Sociólogo polonês nascido em 1925; iniciou sua vida acadêmica na Universidade de Varsóvia; suas obras foram censuradas tendo que emigrar; ao estabelecer-se, depois de algum tempo, na Grã-Bretanha obteve reconhecimento por sua obra.

Professor emérito de sociologia nas Universidades de Varsóvia e de Leeds, na Inglaterra, ele tem vários livros traduzidos para o português, e, os vínculos sociais no mundo atual são o tema central de suas obras.

Amor líquido constitui uma de suas obras em que são investigadas questões polêmicas da pós-modernidade e do mundo globalizado.

O tema do processo de liquefação dos laços sociais, da vida cotidiana e da sociedade contemporânea já havia sido trabalhado pelo autor em uma obra anterior *Modernidade líquida* (2001). No trabalho anterior, Bauman analisa o *derretimento* dos padrões sociais tradicionais, o declínio das instituições e a fragilidade dos novos modelos no mundo contemporâneo, que segundo ele é fluido e mutável até mesmo no referencial que as novas tecnologias portáteis emprestam à sociedade atual.

Em **Amor líquido**, o texto é redigido de forma encadeada ou, como o próprio autor coloca no início do primeiro capítulo citando Charles Baudelaire (em Walter Benjamin) “... um pequeno trabalho do qual se poderia dizer, sem injustiça, que não é cabeça nem rabo, já que tudo nele é, ao contrário, uma cabeça e um rabo, alternada e reciprocamente...” e assim poderia ser dito deste livro também “... corte em pedacinhos e vai descobrir que cada um deles tem vida própria..” (p.15).

Os temas abordados nos quatro capítulos são, portanto, encadeados, sendo ao mesmo tempo parte de um todo e autônomos, pois o discurso do autor permite que se transite por eles sem necessidade de se manter uma linearidade na leitura.

¹⁸¹ Socióloga, Mestre em História Social (UFPR), professora da Pontifícia Universidade Católica do Paraná.

1 APAIXONAR-SE E DESAPAIXONAR-SE.

O amor, assim como a morte, são acontecimentos únicos não têm história própria e pertencem a uma classe de fatos que devem sustentar-se por si mesmos; e ainda, não se pode aprender a amar e a morrer; sendo assim, o autor discorre sobre a fragilidade das experiências amorosas comuns na atualidade.

Segundo ele, o amor poderia ser confundido com uma habilidade cumulativa mas, que na verdade o que ocorre através dessa prática contínua levaria a um *desaprendizado* do amor, a uma exercida incapacidade de amar.

Partindo de inúmeras citações que incluem desde Platão até trechos de uma telenovela da BBC (*Eastenders*) o autor avalia a inclusão dos relacionamentos amorosos do mundo atual dentro de uma cultura consumista.

Procura destacar alguns pontos importantes:

- a diferença entre desejo e amor: “O amor é uma rede lançada sobre a eternidade, o desejo é um estratagema para livrar-se da faina de tecer redes” (p.25) Observa ainda que o termo desejo seja demais para caracterizar as relações atuais pois o desejo representa uma conquista e uma permanência, o termo mais apropriado seria impulso, ou, satisfação instantânea;

- o termo amor líquido vem juntar-se a seus conceitos sobre a fluidez dos relacionamentos sociais no sentido da preocupação em manter os participantes destes fluxos livres de amarras com o futuro, com o investimento de tempo e esforço num relacionamento que não traz segurança; segundo Baum o ser humano está sempre ao encalço da segurança e este dilema de assegurar o descompromisso é na verdade uma forma de se proteger contra a insegurança de relacionamentos que cada vez mais carecem de segurança na sua continuidade.

Este trecho do primeiro capítulo em que o autor tenta explicar este sentimento ambíguo talvez possa esclarecer esta questão: “Esse esforço incessante é também um trabalho de amor. O amor explode de energia criativa, que inúmeras vezes é liberada numa explosão ou fluxo contínuo de destruição.” (p.34)

- o termo afinidade, fora de moda segundo Bauman, inclui a escolha, a ponte segura do parentesco; esse tipo de relacionamento, hoje em desuso, enfraquece as redes de parentesco, na sociedade atual.

2 DENTRO E FORA DA CAIXA DE FERRAMENTAS DA SOCIABILIDADE.

Neste capítulo o autor leva a discussão dos relacionamentos amorosos para o terreno do encontro dos sexos “o ponto de partida, a origem de toda cultura”. (p.55)

A sociedade atual não produziu uma arte erótica e sim uma ciência sexual, que se evidencia na preocupação em separar a reprodução do relacionamento sexual; o relacionamento sexual é líquido, segundo Bauman, porque carece de fatores intrínsecos ao desdobramento da reprodução, que significa doação e sacrifícios dos pais com relação a um ser mais frágil: a criança (e uma perspectiva de um tempo longo);

As restrições culturalmente geradas para preservar as conexões do sexo com o amor, segurança, permanência e imortalidade, são afastadas pois a: “líquida racionalidade moderna recomenda mantos leves e condena caixas de aço” (p.65).

Desta forma, o relacionamento virtual preserva a possibilidade de se estar próximo e ao mesmo tempo manter a distância necessária para evitar o compromisso; a fluidez e a quantidade (na falta de qualidade das relações) são fatores que mantêm a rede da sociedade virtual, tendo os outros seres humanos como objeto de consumo, facilmente descartável.

3 SOBRE A DIFICULDADE DE AMAR O PRÓXIMO.

Nos dois primeiros capítulos o autor examina relacionamentos pessoais em um ambiente social, no terceiro capítulo inicia a análise dos parâmetros culturais, estruturais.

A máxima cristã *amar ao próximo como a si mesmo* é discutida, neste capítulo, pelo autor a partir de alguns questionamentos: de que forma isto seria útil ao indivíduo? Que benefícios poderia trazer?

Assim esta seria a origem da humanidade, da possibilidade de coabitação e da passagem do instinto de sobrevivência para a moralidade e a ética. O homem só pode amar ao próximo quando se sente amado, ou seja, quando tem amor próprio medido pelo amor dos outros para consigo; significaria respeitar a singularidade de cada um.

Ainda nesta linha são avaliados temas do século vinte como as guerras, a violência urbana; a distância social urbana (entre camadas sociais) cada vez mais evidente. Uma dificuldade ainda

não foi superada: pode-se viver em um ambiente virtual e globalizado (comum entre as camadas mais altas da sociedade) , as políticas, no entanto, ainda são locais.

4 CONVÍVIO DESTRUÍDO

O quarto e último capítulo poderia ser uma conclusão mas, partindo do que foi colocado no início do livro pelo autor, poderia ser um elo encadeado ao tema.

Bauman discute a questão das migrações na pós-modernidade, com ênfase na situação européia e a xenofobia crescente quando ameaçadora da individualidade e dos espaços sociais determinados pela sociedade urbana atual.

Destaca o significado da xenofobia até mesmo pelos americanos: “Assim, desprezar os imigrantes e lançar suspeitas sobre sua nobre vocação significaria atacar o próprio cerne da identidade norte-americana, e talvez fosse o golpe mortal no Sonho Americano, seu indiscutível pilar e cimento. Mas esforços têm sido feitos, por tentativa e erro, para tornar o círculo quadrado...” (p.146)

Segundo Bauman, colocar a culpa dos problemas e tribulações no elo mais frágil é tendência da humanidade; as questões que envolvem o novo imigrante, aparecem, assim, como reflexo desta ambigüidade que caracteriza as relações do mundo pós-moderno.