

O 'tele-catch' do cinema brasileiro

Carlos Gerbase

Cineasta, Jornalista e Professor do Curso de Especialização em Produção Cinematográfica da FAMECOS/PUCRS.

No seu livro *Cinema Brasileiro: Propostas para uma História*, editado em 1979, Jean-Claude Bernardet afirma que "o cinema brasileiro não existe mais. Existem cinemas brasileiros." Ele anuncia o fim da aliança entre realizadores "culturais" e "comerciais" contra o produto estrangeiro e vaticina "uma politização crescente do meio cinematográfico", com uma conseqüente radicalização das contradições do setor. É bom lembrar que, no final dos anos 70, a Embrafilme funciona a todo vapor, financiando filmes de uma forma bastante peculiar: se houver espectadores e lucro, ótimo para o realizador; se houver cadeiras vazias e prejuízo, azar da Embrafilme e dos contribuintes.

O que mudou de 79 para 97, além da inversão dos algarismos? Muito, se considerarmos todos os episódios que envolveram a relação entre o cinema brasileiro e o Estado, passando pelo vácuo da era Collor; e quase nada, se atentarmos para a luta que vemos hoje nas páginas dos jornais e nos gabinetes do

poder. Os "cinemas brasileiros" anunciados por Bernardet multi-plicaram-se, ganharam matizes variadas, germinaram novas gerações de técnicos e realizadores e, conforme o predito, espalharam suas contradições em cada fotograma projetado.

Mas ficou uma certeza, que não é teórica, e sim resultado da interessante experiência levada a cabo pelos cientistas Collor e Ipojuca: se o cinema brasileiro for atirado ao oceano do mercado audiovisual, sem salva-vidas, ao sabor das mais perfeitas e surfáveis ondas neoliberais, ele afunda e desaparece. E pior: o público na praia não sente saudades. Esta certeza é responsável pelo crescente e diversificado arsenal de leis e programas de incentivo ao cinema brasileiro, criados pela União (Lei Rouanet e Lei do Audiovisual), pelos estados (concursos de vários tipos) e pelos municípios (com destaque para a Lei Mendonça, em São Paulo, e o Fumproarte, em Porto Alegre).

O que se debate hoje não é a necessidade ou não de proteção, e sim a forma como esta proteção é exercida, que tipo de mecanismo seleciona os filmes e que espécie de controle o poder público deve exercer sobre o realizador incentivado. É uma discussão complexa, que envolve desde variáveis geográficas até a consciência da diversidade dos produtos audiovisuais

(um incentivo que funciona para um longa-metragem ficcional pode não funcionar para um curta ou um documentário). Este debate tem pelo menos dois pólos evidentes.

De um lado, está o quase monolítico bloco dos defensores intransigentes da Lei do Audiovisual, responsável pelo recente processo de capitalização do cinema brasileiro através de renúncia fiscal. O governo não faz qualquer julgamento do mérito cultural do filme e o empresário investidor não corre qualquer risco. Acabou-se a tutela do governo. Acabaram-se as comissões de seleção. O que vale agora é a capacidade do realizador "vender" seu projeto diretamente para a empresa pagadora de impostos. O porta-voz mais evidente deste grupo é o cineasta e jornalista Arnaldo Jabor, que espalha suas idéias no jornal *Folha de São Paulo*.

Do outro lado, espalhados em trincheiras esparsas, estão os defensores de um modelo menos neoliberal, que leve em conta, de alguma maneira, a qualidade do filme (ou de qualquer outro produto) que deseje receber incentivos fiscais. Estes apresentam a Lei Rouanet como um mecanismo mais sofisticado de relação entre o realizador da obra e seu financiador. A empresa, além de descontar de seu imposto, é obrigada a colocar dinheiro próprio, assumindo assim um risco e sendo obrigada a selecionar um projeto pelos seus méritos intrínsecos. O porta-voz mais ativo deste grupo é o consultor de marketing Yacoff Sarkovas, que escreveu artigo sobre as leis culturais no *Jornal do Brasil*.

Sarkovas não é cineasta. Jabor não faz filmes há alguns anos (acabou o dinheiro, acabaram-se os filmes). É interessante notar que a luta dos "cinemas brasileiros" é explicitada por não-cineastas. Sarkovas diz que a Lei do Audiovisual é um mecanismo "perdulário, irresponsável e ilusionista" (*Jornal do Brasil*, 26/4/97). Jabor diz que os inimigos da Lei do Audiovisual são "cafetões que vivem à custa do mecenato picareta que eles chamam de marketing cultural, despachantes malandros de artistas desamparados" (*Folha de São Paulo*, 29/4/97). Sarkovas coloca o dedo na ferida: "Abordadas por um número de propostas superior aos tetos de dedução fiscal, as

empresas passam a realizar leilões: o produtor cinematográfico que oferecer a maior taxa de recompra do certificado leva." Jabor coloca um band-aid e troça do choro dos "defensores da cultura 'portuguesa', aquela visão arcaica que acha que artista tem que ser fraquinho, protegido, fora do mercado, amparado pelo Estado apenas com verbas de mecenato."

Assistir a esta briga é interessante. Mas entrar nela, de qualquer dos lados, é muito perigoso. Prefiro tentar compreender o que está atrás dessa briga. Sarkovas teve seus interesses comerciais, até então regidos pela Lei Rouanet, perturbados pela entrada em cena de uma nova lei, mais atraente para os investidores. Sarkovas quer a volta de seu poder de barganha junto aos empresários. Jabor deseja a extinção de intermediários como Sarkovas e a consolidação da "renascença" do cinema brasileiro que "veio em poucos meses". Jabor diz que "estamos em pleno caminho do sucesso." Nessa briga, quem entrar desavisado vai sair quebrado.

Jabor é o pior cego: aquele que finge não ver. O "pleno caminho do sucesso" está sendo pavimentado por novos intermediários, que não precisam saber nada de marketing cultural. Eles precisam apenas conhecer os departamentos financeiros da empresa investidora e combinar como se dará o "negócio" entre as partes, que envolve dinheiro público (renúncia fiscal), mas é acertado secretamente, seja por uma recompra dos certificados, seja pela simples devolução de parte do investimento. É fácil. Basta superiorizar o filme. Nisso o cinema brasileiro tem mestrado e doutorado, obtidos na Universidade Embrafilme. Jabor não é ingênuo. Sabe que a picaretagem acontece. Jabor provavelmente pensa como Fernando Henrique e o PSDB: no Brasil, para se chegar ao bem comum, é preciso fazer alguns acordos com Antônio Carlos Magalhães e o PFL. É preciso fazer de conta que esse dinheiro roubado do bem comum (o Tesouro Nacional) não existe, ou que foi Robin Hood que o roubou para distribuir aos pobres cineastas brasileiros. Robin Hood dá voltas no caixão. E a doce Marian está fazendo vídeo pornô para sobreviver.

"É fundamental, então, a noção de que o cinema, de que a cultura brasileira, têm de ser preservados,



porque nós, os intelectuais e os criadores de cinema, formamos a consciência nacional, nós somos a nação. Uma nação é o que ela pensa, o que o seu povo pensa” (Arnaldo Jabor, jornal *Opinião*, 3/10/75). Estas palavras são bastante esclarecedoras. Jabor, na época, já identificava a si próprio com o povo brasileiro. A “voz surda das ruas” já ensaiava seus primeiros gritos roucos, nas gargantas dos intelectuais (Fernando Henrique) e dos criadores de cinema (Arnaldo Jabor). A megalomania sempre foi o primeiro passo para o fascismo. Na época, Jabor não tinha nada contra a Embrafilme. Pelo contrário. Dizia que “a Embrafilme deverá aprofundar este processo vital de um povo se pensando”. Jabor teve filmes produzidos pelo “Estado como mamãe e não como estimulador de indústrias”. Jabor aproveitou enquanto pôde. Quando não pôde mais, tornou-se jornalista.

Sarkovas, por sua vez, vive em outro país. Ele escreve: “O marketing cultural provocou o aumento na quantidade e na qualidade das atividades culturais no país. Basta ver a incrível oferta de eventos patrocinados por marcas nos anúncios dos jornais.” Sarkovas deve viver na Suíça. Mas, mesmo que não vivesse, seu próprio texto revela a fragilidade de sua posição. Ele fala numa “incrível oferta de eventos”. Eventos, e não produtos. Porque, desde a Lei Sarney (paraíso da picaretagem cultural), os empresários sempre preferiram colocar dinheiro em “acontecimentos” (festivais, mostras, encontros) do que em produtos. O melhor exemplo dessa fase foi o *Prêmio Lei Sarney*, sediado no Rio Grande do Sul. “Grandes artistas” do eixo Rio-São Paulo vinham a Porto Alegre, recebiam uma estatueta em noite de gala no Theatro São Pedro, dormiam no Plaza San Rafael e depois voltavam para suas casas. Tudo pago com o dinheiro do contribuinte. Cultura é isso aí.

Então, quem vence a luta dos cinemas brasileiros? Ninguém. Ou os dois. Dá no mesmo. Como sempre, os interesses em jogo pouco têm a ver com os filmes e com o público. Ninguém discute uma reserva de mercado que funcione. Ninguém discute uma aproximação entre as TVs e o cinema. Ninguém discute uma maneira de acabar com a picaretagem, esporte nacional que existirá sempre que existirem leis baseadas em renúncia fiscal. Ninguém discute

como a Secretaria do Audiovisual analisa orçamentos e roteiros dos projetos que recebe e aprova. E, o mais importante de tudo, ninguém discute como enfrentar o domínio da distribuição estrangeira no Brasil, que certamente já definiu qual é o crescimento tolerável do produto nacional nas suas telas.

O neoculturalismo de Jabor e o retroculturalismo de Sarkovas continuarão em seu “tele-catch” cheio de lances previamente combinados. Doce marmelada que recheia os sonhos de cineastas ansiosos por verbas para seus filmes. E, enquanto o distinto público se delicia com o falso espetáculo, os espertalhões de sempre – cineastas acostumados a não pagar suas contas, produtores acostumados a mentir nos orçamentos, empresários acostumados a roubar dinheiro público, marqueteiros acostumados a corromper para vender seus projetos – na sombra dos camarins, dividem seu lucro e contam piadas sobre este País tão triste .