



O Pensamento Industrial Cinematográfico Brasileiro: Ontem e Hoje¹

Arthur Autran Franco de Sá Neto²
Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, SP

RESUMO

Este trabalho objetiva fazer uma comparação analítica entre de um lado aspectos relevantes do pensamento industrial estruturado entre as décadas de 1950 e 1980 pela corporação cinematográfica, e de outro lado as modificações e linhas de continuidade neste pensamento tal como ele se constitui a partir do fechamento da Embrafilme em 1990. Os eixos centrais do pensamento industrial investigados pelo artigo dizem respeito às perspectivas sobre o mercado no que tange à distribuição e à exibição do filme brasileiro.

PALAVRAS-CHAVE: cinema; Brasil; indústria; história; mercado.

Um novo ciclo?

A história do cinema brasileiro desde há muito é concebida por cineastas e historiadores como uma série de ciclos ou fases que se sucedem sem linhas de continuidade fortes.

Esta perspectiva marca os dois textos fundadores da historiografia do nosso cinema. No caso da *Introdução ao cinema brasileiro* (VIANY, 1959), no que pese o esforço de Alex Viany em construir uma tradição da representação do popular ao longo da história da nossa cinematografia através de filmes como *Favela dos meus amores* (Humberto Mauro, 1935), *Moleque Tião* (José Carlos Burle, 1943) e *Rio, 40 graus* (Nelson Pereira dos Santos, 1955), são mais significativas as dificuldades de permanência dos “surto regionais” em cidades como Recife ou Campinas que se estiolam em si mesmos, o desconhecimento sobre as relações de mercado nas diferentes tentativas de industrialização (Cinédia, Brasil Vita Filmes e Vera Cruz) de maneira que elas acabam frustradas ou ainda a impossibilidade de diretores continuarem na carreira cinematográfica sem muitas interrupções. Já o texto “Panorama do cinema brasileiro:

¹ Trabalho apresentado no NP de Comunicação Audiovisual do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professor do Programa de Pós-Graduação em Imagem e Som da UFSCar, e-mail: autran@ufscar.br. Este trabalho possui o financiamento da Fapesp por meio da linha de fomento “Auxílio ao Jovem Pesquisador”.



1896/1966” (GOMES, 1980) tem como fundamento para a divisão das suas diferentes “épocas” a irrupção de alguma crise na produção que coloca fim a determinado período (BERNARDET, 1995, p. 51), ao nível da construção do texto isto resulta no encapsulamento das “épocas” de maneira que cada uma pouco se relaciona com as outras – e neste sentido é significativo que Paulo Emílio reúna na mesma “época” a Vera Cruz e o Cinema Novo, indicando para o fato de que o crítico acreditava haver fortes relações entre estes dois momentos da produção.

O cineasta Eduardo Scorel em texto no qual reflete criticamente sobre os impasses da “retomada” da produção ocorrida a partir da segunda metade dos anos 1990, após a longa agonia da Embrafilme nos anos 1980 e a política de terra arrasada do governo Fernando Collor de Mello, lembra que o cinema brasileiro seria marcado pelos “ciclos”.

O que os historiadores chamam de “ciclos” nada mais é do que o intervalo de tempo, em geral relativamente curto, entre as grandes expectativas e as crises que têm pontuado a história do cinema brasileiro. É um eterno recomeçar que viveu um dos momentos de expectativas mais positivas, posteriormente frustradas, nos anos 70 e que estaria então, ainda uma vez, vencendo uma doença terminal. A reincidência desse processo deveria servir como um sinal de alerta. A lição da história indica que a euforia pode ser passageira. Afinal, as crises parecem ser um traço definidor do nosso caráter subdesenvolvido. (SCOREL, 2005, p. 14).

Ou seja, na concepção de Eduardo Scorel, como de outros cineastas, o cinema brasileiro é algo descontínuo ou, pelo menos, que possui grande dificuldade em manter linhas de continuidade de qualquer espécie – modo de produção, expressão estética, relação com o público, expressão cultural, indústria cultural, etc.

Historiadores & cineastas apresentam esta concepção de descontinuidade da história do cinema brasileiro em decorrência da dificuldade em se manter a produção de longas-metragens em níveis quantitativos considerados expressivos e da recorrente falta de acesso do produto ao mercado, tudo isto em decorrência da ação de distribuidores estrangeiros e dos exibidores que açambarcam o mercado com o filme norte-americano. Significativo deste quadro geral é o fato de que o cinema brasileiro nunca conseguiu se industrializar efetivamente, limitando-se a alguns surtos de produção.

No que pese tal quadro, se de fato a produção de longas e sua relação com o mercado é descontínua e problemática, o pensamento sobre a indústria cinematográfica brasileira apresenta notável continuidade histórica. Em trabalho anterior defendi mesmo



a hipótese de que até o fechamento da Embrafilme em 1990 – em um dos primeiros atos do presidente Fernando Collor de Mello – o pensamento industrial cumpriu sobretudo a função de alcançar e manter a unidade ideológica da corporação cinematográfica, pois quase nunca se colocou em dúvida a importância da industrialização. Acima das diferenças, a corporação encontrava-se unificada pela crença no papel fundamental da indústria, tornando-se um dos componentes ideológicos essenciais na cristalização da idéia e do discurso sobre o que é e o que deveria ser o cinema brasileiro.

Efetivamente o pensamento industrial foi imposto por determinados setores da corporação ao seu conjunto em um processo lento, porém contínuo, que se estendeu da década de 1920 até a de 1980, determinando a referida unificação. Se em um primeiro momento o papel de vanguarda coube a Adhemar Gonzaga e Pedro Lima, posteriormente poder-se-ia relacionar entre outros destacados ideólogos Humberto Mauro, Edgard Roquette-Pinto, Moacyr Fenelon, Alex Vianny, Nelson Pereira dos Santos, B. J. Duarte, Cavalheiro Lima, Mario Civelli, Flávio Tambellini, Paulo Emílio Salles Gomes, Gustavo Dahl, Carlos Diegues, Glauber Rocha e Luiz Carlos Barreto (AUTRAN, 2004, p. 234-235).

Neste texto proponho verificar se atualmente o pensamento industrial da corporação cinematográfica mantém vínculos com o ideário anterior a 1990. Haveria o impacto do fechamento da Embrafilme representado um elemento de ruptura ao nível das idéias? Ou elas continuam as mesmas? Ou ainda, apresentam mudanças parciais diante do contexto da globalização?

A distribuição: onde começa o inferno

O mercado cinematográfico não é algo natural e nem se constituiu ao acaso. Ele foi conformado como um produto da indústria, neste sentido trata-se de um sistema estruturado a partir dos interesses das *majors* (CRETON, 1997, p. 20). Se até a I Guerra Mundial produtores franceses, italianos, dinamarqueses e norte-americanos disputavam o mercado internacional, com o conflito estes últimos tomam conta do negócio cinematográfico. Segundo André Gatti:

As grandes produtoras-distribuidoras buscaram a internacionalização e a penetração, em larga escala, nos mercados externos para financiar suas atividades produtivas e aumentar seus lucros, diminuindo os riscos e eliminando a concorrência. Com a finalidade de buscar uma inserção econômica global, as produtoras-distribuidoras criaram empresas especializadas em exportar filmes. (GATTI, 2007, p. 24).

No caso do Brasil o que ocorreu foi a ação das distribuidoras norte-americanas em associação com o exibidor brasileiro de maneira a tornar amplamente predominante o produto importado e resultando no alijamento do produto nacional do mercado ainda na década de 1910. Dentre vários exemplos de como o mercado brasileiro foi moldado pela indústria, para além da imposição de determinados tipos de produtos, pode-se mencionar a criação da “linha de exibição” – estratégia de circulação do filme pela qual ele estreava em uma sala com ingresso mais caro e daí passava para as salas mais baratas – bem como de modernas estratégias de *marketing* para a divulgação das fitas (GATTI, 2007, p. 54-55).

Nos anos 1950, especialmente em decorrência da experiência da Vera Cruz, fica claro que para além de grandes capitais, estúdios, equipamentos de ponta, técnicos de primeira linha e artistas talentosos, fazia-se necessário buscar articular melhor a produção com a distribuição, posto que este último setor se encontrava dominado pelo capital estrangeiro e constitui-se no elo central que permite o acesso do filme ao mercado. Duas foram as principais respostas à questão da distribuição: a formação de uma distribuidora única de filmes brasileiros ou a associação com as distribuidoras norte-americanas.

Ainda no I Congresso Nacional do Cinema Brasileiro, realizado no Rio de Janeiro em 1952 o crítico e cineasta Alex Viany apresenta uma tese intitulada “Distribuidora única para os filmes brasileiros”. Em texto publicado em 1954, o mesmo Viany afirma que a distribuição é um “problema fundamental” e defende a criação da distribuidora única de filmes brasileiros financiada pelos produtores cinematográficos e com fiscalização do Estado. Na mesma época, o crítico ataca o fato de a Vera Cruz entregar a distribuição dos seus filmes para empresas estrangeiras. Em 1961 surge o projeto assinado pelo cineasta César Mêmolo, pelo exibidor José Borba Vita, pelos críticos Almeida Salles e Rubem Biáfara de constituição de uma distribuidora única para os filmes brasileiros bancada pelo estado de São Paulo, ou seja, uma distribuidora estatal. Trata-se do prenúncio do foi colocado em prática pela Embrafilme (AUTRAN, 2004, p. 179-183).

De outro lado havia aqueles que acreditavam na possibilidade de induzir as distribuidoras estrangeiras a trabalhar com o filme brasileiro. O GEICINE (Grupo Executivo da Indústria Cinematográfica), órgão governamental que tinha à sua frente o



crítico, produtor e diretor Flávio Tambellini, apresentou em 1961 proposta na qual se previa a obrigatoriedade de toda distribuidora instalada no Brasil operar com pelo menos um filme nacional para cada dez estrangeiros, bem como facultar ao distribuidor estrangeiro produzir ou co-produzir filmes no Brasil por meio da utilização de até 1/3 do imposto de consumo devido. Buscava-se assim formar um fundo de capitais para a produção e as fitas daí resultantes teriam idealmente possibilidades no mercado em virtude do interesse dos distribuidores – os quais participariam da produção e deveriam cumprir a legislação. Estas propostas, entretanto, nunca foram colocadas em prática. Quando muito, o que se conseguiu em 1962 foi que as distribuidoras estrangeiras tivessem a possibilidade legal de investir na produção 40% do imposto sobre a sua remessa de lucro, mas houve pouco interesse por tal possibilidade até 1966, quando por conta da criação do INC (Instituto Nacional de Cinema) altera-se a lei destinando a este órgão os montantes que não fossem utilizados pelas empresas (AUTRAN, 2004, p. 114-116). Fica claro que somente diante da inevitabilidade da utilização de recursos financeiros na produção, as distribuidoras estrangeiras passaram a investir³.

Foi o primeiro viés que se impôs historicamente no cinema brasileiro, em especial a partir de 1975, quando a distribuidora da Embrafilme adquire porte significativo, processo que ocorre no bojo de grandes mudanças na política cinematográfica estatal. É neste momento que o grupo egresso ou ligado ao Cinema Novo adquire grande poder na empresa, fato que pode ser constatado pelas indicações de Roberto Farias para dirigir a Embrafilme e de Gustavo Dahl para ficar à frente do setor de distribuição. Em um texto clássico do pensamento industrial cinematográfico, Gustavo Dahl defende a ação da Embrafilme no campo da distribuição por possibilitar que a produção ocupasse o mercado. Isto seria fundamental, pois segundo o cineasta:

Para que o país tenha um cinema que fale a sua língua é indispensável que ele conheça o terreno onde essa linguagem vai-se exercitar. Esse terreno é realmente o seu mercado. Nesse sentido explícito, é válido dizer que “mercado é cultura”, ou seja, que o mercado cinematográfico brasileiro é, objetivamente, a forma mais simples da cultura cinematográfica brasileira. (DAHL, 1977, p. 127).

³ Com a criação da Embrafilme em 1969 a legislação foi novamente alterada e as distribuidoras ficaram impedidas de investir na produção via parte do imposto devido sobre a remessa de lucro (JOHNSON, 1987, p. 97).

No entanto, a crise que solapou o cinema brasileiro nos anos 1980 atingiu evidentemente a Embrafilme e sua distribuidora. Conforme mencionei, em 1990 a empresa foi extinta, mas já então ela havia deixado de cumprir um papel efetivo de apoio ao cinema brasileiro.

Após o advento da Lei do Audiovisual em 1993 e do subsequente aumento da produção de longas-metragens, a corporação cinematográfica voltou a se defrontar com a questão do mercado, em especial no que tange à distribuição. Em depoimento colhido em 1999, a diretora Eliane Caffê entende que a questão da distribuição e da exibição é central para o cinema brasileiro, seu filme *Kenoma* – distribuído pela Riofilme – fora lançado apenas com três cópias.

É uma loucura! São R\$ 1,7 milhão investidos num filme; eu passo três, quatro anos trabalhando, e o filme é lançado com três cópias num território enorme como o do Brasil. É quase como enterrá-lo num cemitério! E isso é uma contradição. (NAGIB, 2002, p. 136).

Em depoimento também colhido em 1999, Lírío Ferreira é outro cineasta que aponta a distribuição como um “problema crônico” do cinema brasileiro e afirma que a Riofilme “é a única possibilidade clara de distribuição de filmes nacionais” (NAGIB, 2002, p. 141).

A menção à Riofilme nestes e em muitos outros depoimentos e entrevistas de cineastas não é casual. Esta empresa pública municipal do Rio de Janeiro foi criada em 1991 em plena crise do cinema brasileiro constituindo-se no instrumento fundamental para a distribuição do filme nacional naquele momento. André Gatti informa que dos cerca de 170 filmes brasileiros lançados comercialmente no período de 1992 a 2000, a Riofilme foi a distribuidora de 98 títulos, ou seja, mais de 50% (GATTI, 2003, p. 603).

Parece bem evidente que a Riofilme foi baseada na experiência da distribuidora da Embrafilme – e neste sentido sua criação envolveu não apenas cineastas como Nelson Pereira dos Santos mas ainda ex-funcionários do antigo órgão federal. Ou seja, pretendia-se reconstituir a distribuidora única para o produto nacional tendo por base o aparato estatal. No entanto, as mudanças na política carioca, o grande leque de atividades da Riofilme – produção de longas e curtas, distribuição propriamente dita, atuação no setor de exibição, etc. – e a falta de recursos financeiros e de pessoal para lançar todos os filmes que compunham a sua carteira, levaram a empresa a ter atuação bastante tímida no mercado. Finalmente, não se deve esquecer que a década de 1990 foi



marcada por mudanças na distribuição cinematográfica, que passou a se concentrar cada vez mais em um número restrito de produções, lançadas na maior quantidade possível de salas e com grande investimento de *marketing*. A Riofilme absolutamente não se enquadrava neste tipo de trabalho com os filmes.

Como observa o pesquisador André Gatti, até mesmo no campo dos filmes brasileiros a Riofilme tem um papel modesto quando se leva em conta os maiores sucessos de público. Dos vinte filmes brasileiros de maior bilheteria entre 1995 e 2000, a Riofilme foi responsável pela distribuição de apenas três títulos e mesmo assim em regime de co-distribuição com outras empresas⁴ (GATTI, 2003, p. 610).

Em decorrência deste quadro há o reaparecimento da proposta de associação com os distribuidores estrangeiros. Na verdade, a Lei do Audiovisual via o seu artigo terceiro permite que as distribuidoras invistam até 70% do imposto devido sobre a sua remessa de lucros na produção de filmes brasileiros. Mas há uma certa desconfiança da corporação, em especial porque estes recursos acabam aportados para alguns poucos filmes.

Mesmo a possibilidade de ter um lançamento alavancado pelo *know-how* e pelos recursos das distribuidoras *majors* não é vista de maneira totalmente positiva. A produtora Nora Goulart, por exemplo, entende que as distribuidoras já possuem um esquema “padronizado” para lançar os filmes brasileiros copiado dos filmes norte-americanos, de maneira que pouco se dispõem a discutir as especificidades da fita nacional⁵. São poucos os que como a produtora Rita Buzzar possuem uma perspectiva positiva da ação do distribuidor estrangeiro, no caso específico ela afirma que, além dos recursos via artigo terceiro da Lei do Audiovisual, o trabalho com o distribuidor permite o acesso à uma larga e constante experiência de mercado, pois uma distribuidora lança vários filmes por ano, permitindo-lhe grande conhecimento do público, de estratégias de lançamento, etc⁶.

É possível constatar que as *majors* incentivadas pela Lei do Audiovisual têm alterado a sua postura tradicional de falta de relação com a produção brasileira. Não se deu agora o que ocorreu na primeira metade dos anos 1960, ou seja, desinteresse quase

⁴ Os filmes são *Central do Brasil* (Walter Salles Jr., 1998) – co-distribuído pela SRD –, *Pequeno dicionário amoroso* (Sandra Werneck, 1996) – co-distribuído pela Lumière – e *Menino Maluquinho, a aventura* (Helvécio Ratton, 1995) – co-distribuído pela SRD.

⁵ Depoimento de Nora Goulart a Jean-Claude Bernardet e Arthur Autran. Realizado em Porto Alegre, jan. 2009.

⁶ Depoimento de Rita Buzzar a Jean-Claude Bernardet e Arthur Autran. Realizado em São Paulo, dez. 2008.



absoluto em investir no filme nacional deixando de aplicar os recursos incentivados. De fato as *majors* em graus variados – com destaque para a Columbia e em menor medida a Fox e a Warner – têm co-produzido e distribuído diversos filmes brasileiros e são um instrumento fundamental para que eles tenham bom desempenho no mercado.

A exibição: por um punhado de dólares

Já em 1925 há manifestações de críticos como Pedro Lima na defesa de algum tipo de legislação que garantisse ao filme brasileiro um lugar nos cinemas de forma compulsória (AUTRAN, 2004, p. 36). Mas somente em 1932 surge de maneira tímida a primeira legislação protecionista, a qual exigia que o longa-metragem estrangeiro fosse exibido acompanhado de um curta brasileiro. Em 1939 a legislação foi estendida exigindo que cada cinema programasse ao menos um longa-metragem brasileiro por ano. A lenta progressão da exibição compulsória no Brasil deu-se da seguinte forma: 1939: um longa-metragem por ano; 1946: três longas-metragens por ano; 1951: um longa-metragem brasileiro para cada oito estrangeiros (lei dos 8 x 1); 1959: 42 dias por ano; 1963: 56 dias por ano; 1969: 63 dias por ano; 1970: 77 dias por ano; 1971: 84 dias por ano; 1975: 112 dias por ano; 1978: 133 dias por ano; 1980: 140 dias por ano (JOHNSON, 1987, p. 185). Esta foi certamente a principal forma ao longo da história pela qual o cinema brasileiro conseguiu abrir espaço no mercado dominado pelo produto estrangeiro.

Na década de 1950 com o crescimento da consciência do meio cinematográfico sobre a importância central do mercado interno para a formação da indústria e em torno da aliança de ferro entre o exibidor e o distribuidor de filmes estrangeiros como barreira à viabilidade comercial do produto nacional, alguns setores da corporação passaram a reivindicar maior protecionismo. No II Congresso Nacional do Cinema Brasileiro, realizado no ano de 1953 em São Paulo, Alex Viany propôs a tese “Limitação de Importação e Taxação do Filme Estrangeiro Por Metro Linear”, acatada pelo conclave nas suas resoluções finais. A tese propunha o estabelecimento por meio de uma “Lei do Contingente” da quantidade máxima de filmes a ser importada anualmente pelo Brasil, segundo exemplo do seu autor, em 1952 haviam entrado no Brasil novecentos filmes estrangeiros, enquanto a produção nacional foi de pouco mais de trinta fitas; dever-se-ia, portanto, limitar a importação a no máximo setecentos filmes estrangeiros, abrindo espaço no mercado para a produção brasileira em escala industrial. Complementando a



“Lei do Contingente”, Viany sugeria o aumento da taxaço do filme importado impressionado, que de Cr\$ 1,50 o metro linear deveria passar para Cr\$ 10,00 ou Cr\$ 8,00 – nesse último caso se o filme fosse copiado no Brasil. Por último, previa-se que as rendas auferidas com a cobrança da taxa seriam revertidas pelo governo na produção, através da criação da Carteira Bancária de Crédito Cinematográfico (AUTRAN, 2004, p. 98).

Já nos anos 1970 alguns como Abílio Pereira de Almeida buscarão ampliar a concepção protecionista. Lembrando que a indústria brasileira de forma geral desenvolveu-se com base no protecionismo, o diretor e produtor é taxativo na sua proposta: “Se queremos ter cinema há que se proceder como se procede com o automóvel, com a casimira, com os eletrodomésticos. Estímulo só não adianta. Tem que haver taxaço proibitiva ou quase proibitiva e outras medidas do gênero”(ALMEIDA, 1972). Desta maneira, o produto importado não seria mais consumido no país, abrindo o mercado para a fita nacional.

No entanto nem a “Lei do Contingente” nem uma taxaço que tornasse proibitiva a importação do filme estrangeiro para o Brasil chegarão a ser colocadas em prática ao longo da história do nosso cinema. A política protecionista para o cinema teve como base principal a “cota de tela”, ou seja, a fixação de determinada quantidade mínima de dias por ano que cada cinema deveria dedicar à exibição do longa-metragem nacional. A diferença central entre esta última e as duas primeiras é que a “cota de tela” assume como seu objetivo final abrir uma fresta no mercado que implicitamente é reconhecido como pertencente ao produto estrangeiro; já a “Lei do Contingente” e a taxaço proibitiva da importação buscam tornar o produto nacional dominante no mercado interno, o qual seria “naturalmente” pertencente ao filme brasileiro.

Do ponto de vista ideológico cumpre notar que o exibidor era visto pelo ramo da corporação cinematográfica ligado à produção de maneira muito negativa. Para Randal Johnson, o exibidor era tido como “inimigo” pelo cineasta brasileiro. O mesmo autor entende que a exibição é um setor que não era atendido pela política estatal promovida pela Embrafilme, caracterizada por ser totalmente voltada para a produção, e esta seria uma das causas da crise global nos anos 1980 do cinema no Brasil (JOHNSON, 1993, p. 42-44).

Exemplos de embates entre ambos os setores não faltam, tal como a indústria de recursos judiciais impetrados pelos proprietários de cinemas nos anos 1980 contra a



“cota de tela”. De outro lado, são recorrentes os textos nos quais o exibidor é apontado como o grande responsável pelos problemas do cinema brasileiro, tal como neste artigo datado de 1973 da autoria de Paulo Emílio Salles Gomes:

A história do cinema brasileiro irá certamente dedicar capítulos inteiros ao mal que há 60 anos o comércio cinematográfico causa ao filme nacional. Nossos comerciantes dedicaram suas vidas ao produto estrangeiro importado; para eles era importante que tudo se passasse como se o cinema nacional não existisse. (GOMES, 1986, p. 290).

Após o fim da Embrafilme e com o reaquecimento da produção de longas-metragens a partir da segunda metade dos anos 1990 é nítida a mudança da política governamental, cujo protecionismo – seguindo a tendência geral da economia brasileira sob o influxo neoliberal – limita-se ao mínimo. A “cota de tela” é retomada, mas a quantidade de dias que a lei obriga os cinemas a exibirem filmes brasileiros é reduzida substancialmente quando comparada com os números dos anos 1970 e 1980. E mesmo entre os cineastas não há muita insistência na questão da “cota de tela” devido à consciência sobre a mudança na estrutura do mercado exibidor nos anos 1990 – com base no sistema multiplex⁷ – e da elitização do público cinematográfico no Brasil. Note-se que o sistema de “cota de tela” continua existindo mas desde 2007 restrito a 28 dias por ano em salas com apenas um tela, aumentando a quantidade de dias de acordo com a quantidade de telas do complexo cinematográfico.

É de se assinalar que a própria representação do exibidor parece que aos poucos vai adquirindo outra forma para a maior parte da corporação cinematográfica ligada à produção. Ainda há algumas caricaturas como o personagem interpretado por Cacá Rosset no filme *Tapete vermelho* (Luiz Alberto Pereira, 2006), no qual o dono do cinema em que o filme de Mazaropi enfim é exibido aproxima-se pelos trejeitos e roupas de uma espécie de mafioso bufão; mas de forma alguma esta parece ser hoje a representação principal.

Um produtor da importância de Diler Trindade, por exemplo, entende que a “prioridade absoluta” para a política cinematográfica brasileira é aumentar a quantidade de salas existentes no país a fim de possibilitar crescimento do público do filme

⁷ O sistema multiplex não se reduz à variedade de salas em um mesmo cinema, ele é marcado também por características como: o lançamento das principais estréias em termos comerciais, a diversidade na opção de horários das sessões, diversidade na oferta da quantidade de títulos, o preço do ingresso mais elevado, cadeiras confortáveis, facilidade de estacionamento, alta qualidade de reprodução de imagem e som, etc.



nacional, especialmente aquele espectador de menor poder aquisitivo. Para aumentar a quantidade de salas, ele defendia que o BNDES financiasse exibidores que abrissem casas na periferia das grandes cidades e no interior, bem como era contrário ao aumento de qualquer tipo de taxaço sobre a atividade (TRINDADE, 2004). Mesmo um cineasta como Gustavo Dahl defendeu em plena Subcomissão do Cinema Brasileiro do Senado Federal⁸ a necessidade de os exibidores receberem alguma forma de subsídio público ao passar o filme brasileiro (PEREIRA, 2001, p. 73).

Esta nova forma de encarar a exibição e o exibidor coaduna-se com o reconhecimento da legitimidade dos pleitos do setor. Naquele que foi o principal evento político de articulação do cinema brasileiro nos últimos anos, o III Congresso Brasileiro de Cinema – realizado em 2000 em Porto Alegre –, houve a presença de representantes da exibição tais como Roberto Darze e no relatório final do conclave foram advogadas medidas como a criação de um fundo de financiamento para a modernização de salas em cidades com até 250 mil habitantes e financiamento para a reforma ou construção de salas em cidades de quaisquer tamanhos (BASSANESI, s.d., p. 166). No IV Congresso Brasileiro de Cinema – realizado em 2001 no Rio de Janeiro – mais um dado importante no processo de aprofundamento das relações entre produção e exibição: Valmir Fernandes – representante da Abraplex (Associação Brasileira de Operadores de Multiplex) – foi guindado à diretoria do congresso. O crítico Inácio Araújo chegou mesmo a afirmar que o IV Congresso Brasileiro de Cinema “selou a paz entre as duas categorias” (ARAÚJO, 2001).

Em relação aos exibidores seria ainda de destacar a atividade de Adhemar Oliveira frente às salas que têm se constituído em espaços privilegiados do cinema brasileiro – tais como o Espaço Unibanco de São Paulo e do Rio de Janeiro. Nos cinemas deste exibidor não apenas filmes nacionais lançados por *majors* e com maior apelo de público têm o seu lugar, mas ainda fitas que muitas vezes só obtêm algum lançamento e divulgação por este meio.

⁸ A Subcomissão do Cinema Brasileiro era ligada à Comissão de Educação e Cultura do Senado Federal, tendo funcionado entre junho de 1999 e dezembro de 2000 sob a presidência do senador José Fogaça (PMDB-RS) e a relatoria do senador Francelino Pereira (PFL-MG). Ela ouviu alguns dos nomes mais representativos do cinema brasileiro tais como Gustavo Dahl, Roberto Farias e José Carlos Avellar.



Conclusão

Comentei no início deste texto a respeito da notável continuidade do pensamento industrialista ao longo da história do cinema brasileiro e do seu papel ideológico de unificador da corporação cinematográfica no campo da produção. A esta altura seria de perguntar se o pensamento industrial ainda ocupa lugar proeminente no quadro ideológico dos cineastas brasileiros. A resposta parece-me afirmativa, posto que a idéia de indústria continua a ter papel central nos textos, discursos, filmes e outros documentos produzidos por diretores, produtores, críticos, etc.

Entretanto, pelas evidências levantadas neste artigo fica claro que o modo como hoje a indústria cinematográfica brasileira é projetada tem diferenças significativas em relação ao período que vai de 1950 até o final da década de 1980. Muito especialmente a perspectiva do distribuidor de filmes estrangeiros e do exibidor como inimigos a serem combatidos a todo custo e derrotados, parece hoje peça de museu da história das idéias do cinema brasileiro. A idéia de associação com o distribuidor – muito especialmente as *majors* – começa a se fortalecer; e a elaboração de políticas que não apenas evitem o confronto com a exibição mas ainda contemplem reivindicações do setor são mesmo marcas da atualidade.

É significativo que tal situação ocorra em um momento no qual o mercado cinematográfico de salas de cinema funciona em quase todo o mundo mais como vitrine do que como fonte de recursos financeiros de vulto. A reduzida importância econômica das salas de exibição teve o condão de gerar diálogo entre três setores que historicamente tiveram relações conflagradas no Brasil.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Abílio Pereira de. Proteção ao cinema nacional. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 6 ago. 1972.

ARAÚJO, Inácio. Congresso tem “estrangeiro” em sua direção. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 21 nov. 2001.

AUTRAN, Arthur. **O pensamento industrial cinematográfico brasileiro**. Tese (doutorado). Instituto de Artes / Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2004.

BASSANESI, Consuelo (ed.). **Discussões e resoluções do 3º Congresso Brasileiro de Cinema**. [Porto Alegre]: Fundacine, s.d.

BERNARDET, Jean-Claude. **Historiografia clássica do cinema brasileiro**. São Paulo: Annablume, 1995.



CRETON, Laurent. **Cinéma et marché**. Paris: Armand Colin, 1997.

DAHL, Gustavo. Mercado é cultura. **Cultura**, Brasília, v. VI, n. 24, jan. mar. 1977. p. 125-127.

ESCOREL, Eduardo. Adivinhadores de água. In: **Adivinhadores de água**. São Paulo: Cosac & Naify, 2005. p. 13-34.

GATTI, André Piero. A política cinematográfica no período de 1990-2000. In: FABRIS, Mariarosaria; SILVA, João Guilherme Barone Reis e; et al (orgs.). **Estudos Socine de Cinema – Ano III**. Porto Alegre: Sulina, 2003. p. 603-612.

GATTI, André Piero. **A distribuição comercial cinematográfica**. São Paulo: Centro Cultural São Paulo, 2007.

GOMES, Paulo Emílio Salles. Panorama do cinema brasileiro: 1896/1966. In: **Cinema: trajetória no subdesenvolvimento**. Rio de Janeiro: Paz e Terra / Embrafilme, 1980. p. 35-69.

GOMES, Paulo Emílio Salles. Os exibidores. In: **Paulo Emílio – Um intelectual na linha de frente**. Organização de Carlos Augusto Calil e Maria Teresa Machado. Rio de Janeiro / São Paulo: Embrafilme / Brasiliense, 1986. p. 290-292.

JOHNSON, Randal. **The film industry in Brazil – Culture and the State**. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press, 1987.

JOHNSON, Randal. Ascensão e queda do cinema brasileiro, 1960-1990. **Revista USP**, São Paulo, n. 19, set. out. nov. 1993. p. 30-49.

NAGIB, Lúcia (org.). **O cinema da retomada: depoimentos de 90 cineastas dos anos 90**. São Paulo: Editora 34, 2002.

PEREIRA, Senador Francelino (org.). **Na busca da tela**. Brasília: Senado Federal, 2001.

TRINDADE, Diler. No cinema nacional, a vitória da esperança. **O Globo**, Rio de Janeiro, 12 set. 2004.

VIANY, Alex. **Introdução ao cinema brasileiro**. Rio de Janeiro: Instituto Nacional do Livro, 1959.