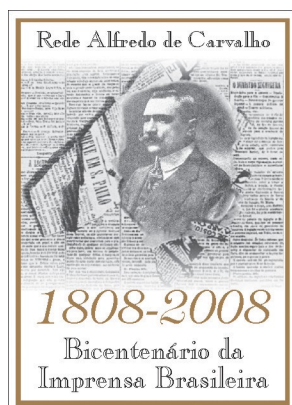


II Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho *Florianópolis, de 15 a 17 de abril de 2004*



GT História das Mídia Audiovisual

Coordenação: Prof. Ruth Vianna (UFMS)

História do Cinema Brasileiro – Os Ciclos de Produção Mais Próximos ao Mercado

Renato Márcio Martins de Campos

Professor e Pesquisador do Centro Universitário de Araraquara

Resumo

Trata-se de uma visão da história do cinema brasileiro através de uma abordagem dos ciclos de produção mais próximos à realidade de mercado. Alguns destes ciclos são selecionados e analisados em termos de penetração e participação de mercado. As etapas do cinema no Brasil em que se produziu fortemente atrelado ao posicionamento artístico e de autor não foram aqui tratadas, apesar de inegável importância, por se distanciar do objeto e delimitação do estudo: os ciclos de produção mais próximos ao mercado.

Palavras-chave: Cinema Brasileiro, História do Cinema, Cinema e Mercado.

História do Cinema Brasileiro – Os Ciclos de Produção Mais Próximos ao Mercado

1. Origem do Cinema no Brasil

Registra-se que a estréia do cinema em terras Tupiniquins deu-se através de uma máquina chamada “Omniographo” e ocorreu a Oito de julho de 1896, no Rio de Janeiro, à Rua do Ouvidor, 57, às duas horas da tarde (VIANY, 1987: 33). Nota-se a relativa proximidade entre o invento dos irmãos Lumière (28/12/1895) e sua chegada ao Brasil, aproximadamente seis meses, preponderando o aspecto de penetração em diversos mercados, já nesta época. Paulo Emílio chega a ligar o fato às doenças endêmicas de nosso país:

A novidade cinematográfica chegou cedo ao Brasil, e só não chegou antes devido ao razoável pavor que causava aos viajantes estrangeiros a febre amarela que os aguardava pontualmente cada verão. Os aparelhos de projeção exibidos ao público europeu no inverno de 1895-1896 começaram a chegar ao Rio de Janeiro em meio deste último ano, durante o saudável inverno tropical. No ano seguinte, a novidade foi apresentada inúmeras vezes nos centros de diversão da Capital, e em algumas outras cidades (GOMES, 1980: 28).

Esta chegada do cinema ao Brasil, quase que imediatamente após sua criação, não livrou o país dos grilhões da dependência das importações também neste setor. A existência

de uma mentalidade importadora é abordada por Jean-Claude Bernardet como fruto da dependência colonial, o qual estabeleceu uma espécie de valorização da cultura estrangeira, uma preferência quase que unânime pelo que vem de fora.

O Brasil era fundamentalmente um país exportador de matérias-primas e importador de produtos manufaturados. As decisões, principalmente políticas e econômicas, mas também culturais, de um país exportador de matérias-primas, são obrigatoriamente reflexas. Para a opinião pública, qualquer produto que supusesse uma certa elaboração tinha de ser estrangeiro, quanto mais o cinema. O mesmo se dava com as elites, que tentando superar sua condição de elite de um país atrasado, procuravam imitar a metrópole. As elites intelectuais, como que vexadas por pertencer a um país desprovido de tradição cultural e nutridas por ciências e artes vindas de países mais cultos, só nessas reconheciam a autêntica marca de cultura (BERNARDET, 1978: 20).

Salvo alguns surtos ou ciclos de produção cinematográfica, manteve-se este aspecto de mercado dependente da importação, como observaremos a seguir, numa proposta de periodização sucinta, da cinematografia brasileira, evidenciando os ciclos de produção que apresentaram uma maior proximidade e participação de mercado.

A presença estrangeira no cinema brasileiro pode ser notada desde a chegada do “Omniographo”. Não só no aspecto importador, como também na produção e exibição locais. A atuação de imigrantes na área cinematográfica brasileira é notória, como salienta Paulo Emílio Salles Gomes:

O quadro técnico, artístico e comercial do nascente cinema era constituído de estrangeiros, notadamente italianos cujo fluxo migratório foi considerável no final do século XIX e nos primórdios do XX. No terreno mais propriamente artístico, os encenadores e intérpretes provinham de elencos dramáticos em tournée sul-americana ou de grupos aqui radicados onde predominava o elemento estrangeiro (1980: 28/29).

Nestes primórdios da cinematografia nacional Paschoal Segreto, também imigrante italiano, exerceu papel fundamental. É dele a primeira sala de projeção cinematográfica: o Salão das Novidades Paris no Rio, inaugurado a 31 de julho de 1897 à Rua do Ouvidor, 141 na então capital federal (FINGUERUT, 1986: 03).

Além de cinema, o Salão Paris no Rio, oferecia grande variedade de divertimentos visuais e mecânicos. Contudo, as vistas animadas constituíam a principal atração e, como havia necessidade

de se renovar constantemente o repertório, emissários de Paschoal Segreto seguiam com frequência para Nova York ou Paris, a fim de obter vistas novas e aparelhamento mais aperfeiçoado. Afonso era em geral o encarregado destas missões (Gomes, 1980: 40).

Afonso Segreto, ao retornar da Europa a 19 de junho de 1898, produziu o que talvez seria a primeira película aqui filmada: uma tomada da Baía de Guanabara a bordo do navio francês “Brésil” (FINGUERUT, 1986: 03). Informação esta não totalmente validada pela indicação de filmes brasileiros produzidos no ano de 1897, como *Maxixe*, de Vítor de Maio (SIMIS, 1996: 19).

Em termos mercadológicos, vale ressaltar neste período, uma característica do aspecto distribuição. Os filmes que aqui chegavam ou eram aqui produzidos ganhavam principalmente dois canais de distribuição: as salas de projeção das grandes cidades ou a possibilidade de exibição ambulante. “O cinematógrafo ganhou salas nas grandes cidades do Brasil, mas funcionava também como espetáculo de feira. Pelo país afora seguiam cinegrafistas itinerantes registrando coisas e projecionistas exibindo-as, bem como ao material importado de séries de filminhos de diversas proveniências” (FINGUERUT, 1986: 03).

Da mesma maneira como Meliés fizera, utilizando o cinema para espetáculos ilusionistas. No Brasil, esta característica também se fez presente, e com grande sucesso: “Cinematógrafo Edison (sic) do prestidigitador Enrique Moya, o qual, aberto ao público das 11 da manhã às 9 da noite, atraiu, no curto prazo de dois meses, como nos diz *O País* de 11 de abril de 1897, o apreciável total de 52.000 pessoas” (VIANY, 1987: 34).

No aspecto produção, odemos observar os dados apresentados por Anita Simis: “neste período de dez anos foram produzidos 151 filmes brasileiros, uma média de 15 filmes por ano, aproximadamente. Com períodos que chegam a se produzir 24 e 27 filmes como em 1899 e 1900, respectivamente” (SIMIS, 1996: 302). Filmes curtos, simples e baratos que atendiam as necessidades dos canais de distribuição acima descritos e que eram exibidos em concomitância com os filmes estrangeiros.

2. A Fase Áurea do Cinema Nacional

Um cinema itinerante e produtor de curtas fitinhas artesanais predominou no período anteriormente apresentado. Atender ao que se chamou de espetáculo de feira e estar presente em alguma sala das grandes cidades, talvez fosse a tônica do cinema desta época. Vincula-se esta falta de opção no item distribuição pela deficiência no fornecimento de energia elétrica em várias regiões do Brasil, como salienta Paulo Emílio Salles Gomes:

Os dez primeiros anos de cinema no Brasil são paupérrimos. As salas fixas de projeção são poucas, e praticamente limitadas a Rio e São Paulo, sendo que os numerosos cinemas ambulantes não alteravam muito a fisionomia de um mercado de pouca significação. A justificativa principal para o ritmo extremamente lento com que se desenvolveu o comércio cinematográfico de 1896 a 1906 deve ser procurada no atraso brasileiro em matéria de eletricidade. A utilização, em março de 1907, da energia produzida pela usina Ribeirão das Lages teve conseqüências imediatas para o cinema no Rio de Janeiro. Em poucos meses foram instaladas umas vinte salas de exibição, sendo que boa parte delas na recém construída Avenida Central, que já havia desbancado a velha Rua do Ouvidor como centro comercial, artístico mundano e jornalístico da Capital Federal (1980: 41).

Alex Viany apresenta-nos uma estimativa de abertura de salas de projeção no período em questão: “Basta dizer que, em 1907, somente na capital federal, entre 9 de

agosto, data da inauguração do Cinematógrafo Presidente a 31 de dezembro, 22 salas foram instaladas ou adaptadas para fins exclusivamente cinematográficos” (1987: 36).

Talvez seja um tanto fortuito atribuir apenas ao quesito energia elétrica uma situação desprivilegiada para um segmento de produção como o cinema. Porém, ainda citando Paulo Emílio, o comércio cinematográfico e a disponibilidade de energia, sem cortes e quedas bruscas, mantém uma tênue relação de reciprocidade. O que possibilitou: “A abertura contínua de dezenas de salas no Rio, e logo em São Paulo, animou a importação de filmes estrangeiros, e foi seguido de perto por um promissor desenvolvimento de uma produção cinematográfica brasileira. Um número abundante de curtas-metragens de atualidades abriu caminho para numerosos filmes de ficção cada vez mais longos” (GOMES, 1980: 28).

Esta tendência das produções nacionais de estarem em consonância com o crescimento de mercado, e em competição igualitária com as fitas estrangeiras prende-se ao fato dos interesses entre produção, distribuição e exibição estarem vinculados, pelo menos no que tange a este período especificamente. Este vínculo acontecia através da participação de proprietários de salas de exibição na área de produção cinematográfica.

Esses empresários argutos eram, ao mesmo tempo, produtores, importadores e proprietários de salas, situação que condicionou ao cinema brasileiro um harmonioso desenvolvimento pelo menos durante poucos anos. Entre 1908 e 1911, o Rio conheceu a idade de ouro do cinema brasileiro, classificação válida à sombra da cinzenta frustração das décadas seguintes. Os gêneros dramáticos e cômicos em voga eram bastante variados. Predominavam inicialmente os filmes que exibiam os crimes, crapulosos ou passionais, que impressionavam a imaginação popular. No fim do ciclo o público era sobretudo atraído pela adaptação ao cinema do gênero de revistas musicais com temas de atualidade (GOMES, 1980: 29).

Desta época seria a primeira fita brasileira de ficção. Conforme Paulo Emílio, os dados ainda são controversos, alguns apontam *Os Estranguladores*, outros levantam a hipótese sobre *Nhô Anastácio Chegou de Viagem*. Ambos são de 1908, mas independentemente do qual foi o primeiro, marcam, os dois, gêneros distintos e de pleno sucesso dentro da produção nacional – o gênero policial e o matuto. Tais gêneros seriam repetidos nas produções brasileiras mesmo décadas adiante.

Paulo Emílio traz alguns números sobre a obra de Antônio Leal: “Calcula-se que *Os Estranguladores* foi exibida mais de oitocentas vezes, constituindo-se um empreendimento sem precedentes no cinema brasileiro. Tinha setecentos metros, isto é, quase quarenta minutos de projeção e compunha-se de dezessete quadros” (GOMES, 1980: 44). Anita Simis reforça estes dados: “Entre os filmes de grande sucesso temos *Os Estranguladores* (1908), que alcançou mais de oitocentas exibições em dois meses, e *Paz e Amor* (1910), exibido mais de novecentas vezes” (1996: 72).

Interessante que durante este período de ascensão do cinema brasileiro não apenas o gênero matuto e policial foram os pontos de referência e concentração, muitos outros gêneros foram apresentados ao público, como: melodramas, históricos, patrióticos, religiosos, carnavalescos, comédias, musicais (com artistas atrás da tela sonorizando o filme), e os filmes-revista (GOMES, 1980: 45/47). Há um depoimento de Ademar Gonzaga interessantíssimo acerca desta produção cinematográfica:

Em 1909/10, fizemos mais de cem filmes cada ano, naturalmente em uma parte. Nesse tempo o cinema brasileiro não temia a concorrência estrangeira, e nossos filmes realmente atraíam mais atenção do que *The Violin Maker of Cremona* ou *The Lonely Villa*, de Griffith. Nosso cinema dava

pancada mesmo no que vinha de fora. E Gonzaga fala-nos também do que talvez tivesse sido o primeiro estúdio cinematográfico brasileiro situado em pleno centro comercial do Rio de Janeiro, perto da confluência das ruas do Lavradio e do Riachuelo. Ergueu-o o italiano Giuseppe Labanca, tio do ator João Labanca, diz-se que com a bagatela de 30 contos de réis. Só ali, no período em foco, foram feitos uns cem filmes” (GONZAGA Apud VIANY, 1987: 44).

Como se percebe a euforia do período extravasou para os estúdios de produção: “se o primeiro (1910) foi o de Labanca, não tardaram em aparecer outros, o de Antônio Leal (1915) era todo de vidro, uma forma de captar luz solar” (SIMIS, 1996: 71). Todo este quadro positivo deu-se através das 963 produções nacionais registradas no período, “grande parte destes filmes eram de curta metragem, vários deles documentários (768), tomadas de vista, e um quarto de ficção (240)” (Idem: 72).

Já a partir de 1912 percebe-se uma queda na produção cinematográfica brasileira, em parte pela falta de recursos tecnológicos que incrementem esta produção, em parte pela formação do esquema industrial na produção estrangeira:

Essa idade do ouro não poderia durar, pois sua eclosão coincide com a transformação do cinema artesanal em importante indústria nos países mais adiantados. Em troca do café que exportava, o Brasil importava até palito e era normal que importasse também o entretenimento fabricado nos grandes centros da Europa e da América do Norte. Em alguns meses o cinema nacional eclipsou-se e o mercado cinematográfico brasileiro, em constante desenvolvimento, ficou inteiramente à disposição do filme estrangeiro. Inteiramente à margem e quase ignorado pelo público, subsistiu contudo um debilíssimo cinema brasileiro (GOMES, 1980: 29).

Paulo Emílio segue narrando a derrocada do período em questão. Enfatiza a saída do pessoal da área da produção cinematográfica e ainda, comenta o rompimento do setor de exibição naquela cadeia de interesses homólogos entre produção, distribuição e exibição:

Intensifica-se a crise: quase todos aqueles que participavam ativamente da fabricação de filmes nacionais abandonam as lides cinematográficas. Argumentistas, roteiristas, e diretores de cena que haviam surgido, aos poucos vão retornando às suas origens jornalísticas e teatrais. O desinteresse generalizado atinge também os primeiros produtores e deles não escapa nem um Paschoal Segreto, que cada vez mais, se dedicará apenas ao teatro ligeiro. Agrava-se a deserção: Labanca abandona definitivamente a profissão cinematográfica. Permanece Serrador, mas sua frutuosa carreira no cinema apóia-se agora exclusivamente no comércio do filme produzido no estrangeiro. Rompe-se a antiga solidariedade de interesses entre os fabricantes de filmes nacionais e o comércio local de cinematografia. Os que persistem em fazer filmes nacionais encontram crescente dificuldade em exhibi-los (GOMES, 1980: 49).

Já no livro de Anita Simis encontramos algumas razões mais detalhadas para a verdadeira falência de um período tão pródigo. Simis salienta o ano de 1914, início da primeira guerra mundial, como ponto chave da crise. A dificuldade de se importar fitas virgens, a alta cambial, a crise enfrentada pelos exibidores e produtores e, sobretudo a penetração mercadológica imposta pelos norte-americanos: “Hollywood já ensaiava a grande revolução econômica do cinema americano, a qual traria profundas conseqüências para países como o Brasil” (SIMIS, 1996: 73). Houve uma expansão do cinema norte-americano em termos de mercado mundial, dada a crise enfrentada pelos países europeus em guerra. A alta cambial dificulta a importação de materiais de toda a espécie e a crise do setor exibidor é caracterizada por uma deterioração das salas de projeção conforme salienta Geraldo Santos Pereira: “só o circuito Serrador, que chegou a ter mais de 150 salas no interior paulista em 1910, ficou reduzido a pouco mais de duas dezenas de casas” (Idem).

Desta forma encerra-se um áureo ciclo do cinema brasileiro, conforme salienta Paulo Emílio: “De 1912 em diante, durante dez anos, foram produzidos anualmente apenas cerca de seis filmes de enredo, nem todos com tempo de projeção superior a uma hora” (GOMES, 1980: 30).

3. As Distribuidoras Estrangeiras e a Dominação do Mercado

Após esta curta época áurea, o cinema brasileiro como que se rende ao espetáculo internacional, é neste período que aqui se instalam distribuidoras estrangeiras, às quais dá-se a responsabilidade pela quebra do vínculo de interesses entre os setores produtor e exibidor. É nesta época, também que evidenciamos o aparecimento de um aparato publicitário e criador de mitos ao redor das produções cinematográficas, são revistas especializadas que evidenciam Hollywood e seu “star system”. Não bastasse todo este panorama negativo, de dominação do mercado nacional, ocorre ainda a Primeira Guerra Mundial, dificultando a importação de material de filmagem para os produtores brasileiros. “Com a eclosão da Primeira Guerra Mundial e devido à restrição de filme virgem, o trabalho teve que ser interrompido. Nesse ano, com efeito, em consequência ou não da guerra, as atividades cinematográficas no Brasil foram mínimas” (GOMES, 1980: 51).

Não é nenhuma novidade a presença das produções estrangeiras no mercado nacional, o ponto nevrálgico desta fase talvez seja o fator dominação de mercado que se opera:

Desde cedo o mercado brasileiro tornou-se de grande importância para os centros produtores da época. Primeiro, vieram os filmes experimentais de Edison, Lumière e outros. Logo em seguida, as pesquisas mais elaboradas de Méliès, Zecca, Edwin Porter, etc. Depois as epopéias italianas de Ambrosio, Pastrone e Guazzoni. Imediatamente após, os dramas escandinavos de Asta Nielsen e Valdemar Psilander. Em 1915, num concurso de popularidade efetuado no Brasil, os quatro primeiros postos foram ocupados pela italiana Francesca Bertini, pelos dinamarqueses Nielsen e Psilander e pelo norte-americano Maurice Costello. Daí por diante, porém, garantidos pelos bancos, que pouco a pouco haviam tomado o controle dos estúdios, os filmes norte-americanos começaram a entrar com maior força no nosso mercado, eliminando gradativamente, através de uma produção e uma publicidade maciças, os demais concorrentes” (VIANY, 1987: 37).

Neste período, enquanto se observa uma Europa cada vez mais desgastada no esforço de guerra, percebe-se o avanço, avassalador, da economia americana em diversas áreas da economia mundial. Avanço este também ocorrido no setor de entretenimento. No caso europeu, especificamente tem-se o seguinte quadro: “A Primeira Guerra Mundial desorganizou a estrutura industrial européia, produzindo um vazio que foi ocupado pelos filmes americanos. Assim, em 1925, estes filmes ocupavam 70% do mercado francês, 95% do inglês, e 68% do italiano” (SIMIS, 1996: 74).

No Brasil a ocupação de mercado dá-se através da instalação de várias distribuidoras americanas. Estas, serão as responsáveis pela quebra dos interesses coincidentes entre os setores de produção e exibição, na medida que não mais exigirão a compra dos filmes para exibição. O que passa a se proceder então é a locação das películas. A partir desta possibilidade de locar os filmes que o setor exibidor perde seu interesse na participação da produção de filmes, sobretudo nacionais, os quais eram uma saída lucrativa em relação à compra de cópias estrangeiras.

As distribuidoras são as seguintes: Fox (1915); Companhia Pelliculas D’Luxo da América do Sul Ltda (1916 que, em 1928, passou a se chamar Paramount Films Inc.); Universal (1917 ou 1921);

Metro-Goldwyn-Mayer do Brasil (1926); Warner Brothers (1927); First National e Columbia (1929) (Idem: 75).

A publicidade do cinema norte-americano dava-se, sobretudo, na forma de revistas especializadas que, além de ovacionar as produções, criavam todo um ar mitológico ao redor dos atores e atrizes do “star system hollywoodiano”.

Com a supremacia da indústria norte-americana, no final dos anos 10, veio a sujeição. Ela já se exhibe com o surgimento de revistas total ou parcialmente especializadas numa imitação de fora. Nos anos 20 multiplicam-se. Basta folhear um exemplar de *Palcos e Telas*, *Paratodos*, *Selecta*, *Cine Modearte*, *Cinearte* ou *A Scena Muda*, para constatar a quase exclusividade da divulgação: Hollywood. A última das revistas citadas, que começou em 1921, não dedicou um só artigo ao filme brasileiro durante toda uma década (FINGUERUT, 1986: 04).

Esta verdadeira invasão de mercado sustentada pelos aspectos acima descritos (cenário de guerra, instalação das distribuidoras, farto material publicitário) produziu no Brasil uma verdadeira submissão ao filme norte-americano: “Em 1921, do total de 1295 filmes censurados no Rio de Janeiro, 923 eram de procedência americana, posicionando o Brasil no quarto lugar entre os países importadores de filmes impressos dos EUA. Em 1925, esta tendência acentuou” (SIMIS, 1996: 74).

A derrocada do que ficou conhecido como idade de ouro do cinema brasileiro em consequência desta forte penetração de mercado produzida pelo cinema hollywoodiano sujeitou a produção nacional a se circunscrever em volta da produção de documentários e cine-jornais, atividades estas que possibilitariam, vez ou outra o aparecimento de algum filme ficcional.

Após o colapso assinalado em 1911-12, a continuidade do cinema brasileiro repousou inicialmente na atividade de alguns cinegrafistas, ou seja, técnicos em filmagem. Não foi, entretanto, realizando filmes de enredo que esses profissionais conseguiram ganhar a vida: Antonio Leal – veterano com sete anos de atividades cinematográficas – como Paulino e Alberto Botelho dedicam-se sobretudo aos documentários e jornais cinematográficos. E quando eventualmente filmam um enredo, não é só por terem encontrado um empresário interessado em seus serviços técnicos, pois serão seus próprios produtores nessas raras investidas no campo do cinema de ficção (GOMES, 1980: 50).

Despertar o interesse do público e dos exibidores foi então o problema maior a ser solucionado pelo remanescente do cinema brasileiro. Um gênero filmico nacional deveria ser encontrado para que se possibilitasse uma lucratividade nas produções. Tentativas foram feitas nas áreas dos filmes policiais. Tentava-se reproduzir o sucesso de *Os Estranguladores*, de Antônio Leal. Enveredou-se, também, por nossa literatura; mas fora algum título de sucesso esparso pouco se produziu e se conquistou neste período.

Segundo Paulo Emílio, o mercado produtor brasileiro resumiu-se aos seguintes números nesta época: “A média anual entre 1912 e 1922 foi de seis filmes. Da quase paralisação dos anos 1912-14, chegamos a uma produção relativamente abundante de dezesseis filmes em 1917, para haver uma brusca queda no ano seguinte, com uma medíocre reação até 1922” (GOMES, 1980: 52). Como elemento panorâmico do setor cinematográfico, acrescenta:

Esta segunda época do cinema brasileiro está bem longe da importância e do brilho da primeira. Embora entre 1912 e 1922 o comércio cinematográfico tivesse se desenvolvido consideravelmente, tornou-se cada vez mais difícil o acesso da produção nacional aos circuitos de salas. De um modo geral, os filmes conseguem ser exibidos graças apenas à benevolência de um ou outro proprietário de

cinema. Uma certa aproximação de homens de prestígio como Irineu Marinho, Olavo Bilac, Coelho Neto ou Medeiros Albuquerque, durou pouco, desde que essa aproximação fora suscitada pela breve animação que reinou em 1917, ano em que a produção atingiu o seu ponto mais alto. Tomada em conjunto, a realização de filmes de enredo foi precária e escassa; os sessenta filmes posados encerram uma porcentagem considerável de curtas metragens, destinados às vezes a mais variada publicidade comercial, indo desde a propaganda de loteria até a divulgação de remédios contra a sífilis. Por outro lado, a imprensa que poderia colaborar exercendo sua influência na opinião do público acaba por não tomar mais conhecimento da produção cinematográfica que se define cada vez mais como uma atividade marginal (Idem: 57).

Neste panorama de terra conquistada o cinema brasileiro sobrevive sob dois aspectos preponderantes: a distribuição em mercados distantes, não explorados pelas distribuidoras estrangeiras; e através da cavação.

Anita Simis ilustra o primeiro aspecto através do depoimento do distribuidor Júlio Llorente: “a má qualidade dos filmes nacionais e sua conseqüente baixa rentabilidade fez com que fosse distribuído por agentes isolados, à base de comissão, nas regiões mais pobres, cidades pequenas desprezadas pelas grandes agências” (1996: 79). A busca por estes distantes mercados através de agentes comissionados dificulta a fiscalização por parte dos produtores. Exibições em maior número do que o apresentado pelo agente, desaparecimento de cópias, falsificação dos números da bilheteria são acontecimentos característicos de um tipo de distribuição no qual o exibidor já não está mais vinculado ao sistema de produção, e, ainda mais, é o cinema estrangeiro e não o nacional aquele que lhe traz maior rentabilidade.

O fenômeno da cavação apresenta-se como uma outra saída mercadológica para aqueles que tinham na produção cinematográfica sua profissão. Trata-se também de uma tentativa de burlar o mercado dominado pelas grandes distribuidoras. Concentrando-se em assuntos locais ou produzindo filmes publicitários por encomenda privada ou pública, estes produtores conseguiram desenvolver filmes documentários e cine-jornais locais como forma de sustentar suas atividades cinematográficas. Sem dúvida, trata-se da necessidade de se encontrar nichos mercadológicos específicos e com demanda latente. Demanda esta não atendida pelos produtores internacionais, e que, na visão de Jean-Claude Bernardet serviu de sustentação para o cinema brasileiro do período:

Os europeus e os norte-americanos enchiam o Brasil de filmes de ficção, pois a indústria vinha se desenvolvendo exclusivamente em função do filme de enredo. Aos produtores que atingiam os mercados internacionais, porém, não interessavam assuntos de alcance, digamos, municipal. Criou-se assim uma área livre, fora da concorrência dos produtores estrangeiros. Desenvolveu-se uma produção de documentários – ou *naturais* como chamados na época – e de cine-jornais. Um levantamento da exibição cinematográfica em São Paulo até 1935 indica que nada menos de 51 jornais cinematográficos brasileiros apareceram nas telas paulistas neste período. A maioria tem vida curta, outros não, como o *Rossi Atualidades* que vai quase sem interrupção de 1921 a 1931 (BERNARDET, 1979: 23).

Este é o panorama que sustenta a produção cinematográfica brasileira nesta fase. A firma de Gilberto Rossi, acima citada por Bernardet, é o grande exemplo de sucesso na exploração de nichos mercadológicos específicos e livres da grande concorrência representada pela presença sufocante do estrangeiro no espaço nacional. Este aspecto é ilustrado por Anita Simis:

A partir dos anos 20 é o curta-metragem de não-ficção que pode explicar o crescimento da produção nacional. Em São Paulo e no Rio registram-se cerca de 12 firmas, 20 novos cineastas, alguns brasileiros, como Luiz de Barros e José Medina. Mas, como já afirmamos, o acesso às salas de exibição era difícil, resultado muitas vezes da benevolência de alguns exibidores (1996: 82).

Aqueles que exploravam este sistema de cavação não tardariam a se aproximar do poder político e do capital privado, como aconteceu com a própria *Rossi Film*. O capital daí advindo acabaria por ser aplicado na arriscada produção de longas-metragens, porém, sem a preocupação de geração de lucros imediatos, pois estas produções já eram pagas no processo de produção com o dinheiro da cavação. Em termos mercadológicos isto é um trunfo até utilizado pelas grandes produtoras norte-americanas, as quais exportavam seus filmes já custeados pelas bilheterias do mercado interno.

4. Cinema Mudo ou Falado? A Tecnologia Afetando O Cinema Brasileiro

De um modo geral, a possibilidade de um cinema sonorizado, inicialmente, causou horror e espanto aos que enxergavam o cinema como a sétima arte. Porém as possibilidades abertas ao diálogo das personagens e aos efeitos sonoros fizeram desta nova possibilidade tecnológica um sucesso de mercado. Nostalgia é o que restou aos que apostaram no cinema mudo, frente a forte penetração desenvolvida pelo cinema falado.

No Brasil, estas reações também aconteceram, de um lado os que apostavam no cinema mudo: “O advento do cinema falado provocou no Brasil as mesmas controvérsias que ocorreram por todo o mundo, e não faltavam os estetas que vaticinavam um fim rápido e inglório para o monstrengo” (VIANY, 1987: 83). Na margem oposta aqueles que enxergavam as vantagens mercadológicas do uso na língua pátria em detrimento às línguas estrangeiras: Ademar Gonzaga acreditava que o público preferiria filmes em português ao invés da leitura na tela, sobre a imagem (BERNARDET, 1979: 11).

As possibilidades oferecidas por esta nova tecnologia, o cinema falado, não foram entendidas de imediato. Posicionar-se na vanguarda deste processo e conquistar o público pela vantagem da língua não ocorreu. Ao contrário, o público acostumou-se à leitura das legendas, enquanto que o cinema mudo no Brasil atingia uma plenitude mais do que tardia: “Em torno de 1930, nasceram os clássicos do cinema mudo brasileiro e houve uma incursão válida na vanguarda mais ou menos hermética. Era tarde, porém. Quando o nosso cinema mudo alcança relativa plenitude, o filme falado já está vitorioso em toda parte” (GOMES, 1980: 31).

Esta plenitude mencionada por Paulo Emílio reflete-se na quantidade de filmes produzidos no período e na abertura do que ficou conhecido no cinema nacional como os ciclos regionais:

Entre 1923 e 1933, foram completados cerca de cento e vinte filmes, isto é, o dobro da década anterior. Qualitativamente o avanço foi ainda mais considerável, surgindo nessa época os nossos clássicos do cinema mudo. A coexistência do cinema mudo e falado de 1929 a 1933 justifica por certo o fato extraordinário de terem sido feitas no ano de 1930 cerca de vinte fitas. Realmente, o cinema falado desempenhou um papel estimulante na nossa produção, mas isso antes de 1934, quando então houve um colapso quase tão radical quanto o de 1911 ou de 1921 (Idem: 59).

Já os ciclos regionais são representados pelo aparecimento de novos focos de produção:

Outra característica da pujança deste terceiro período é o aparecimento de focos de criação em pontos diversos do território além de Rio e São Paulo. Em 1923, filmava-se em Campinas, Recife e Belo Horizonte, estendendo-se o movimento ao Rio Grande do Sul e diversas cidades mineiras do

interior, sendo que numa delas, Pouso Alegre, já em 1921 haviam sido ensaiadas fitas de enredo (Idem: 59).

Neste período observa-se, então, toda uma produção cinematográfica que chega ao seu ápice de uma forma tardia e não dimensionada com as possibilidades mercadológicas de seu tempo. Principalmente os fatores tecnologia e distribuição. Observa-se também uma arraigada valorização do cinema norte-americano, representativo, já neste momento, como o ideal de produção cinematográfica. Esta valorização do cinema norte-americano aparece principalmente nas revistas especializadas que, como já vimos, servem à valorização publicitária dos filmes e do sistema de estrelato hollywoodiano.

Paratodos e Selecta eram em 1923 as duas revistas brasileiras que se interessavam por cinema. O que não impediu que Mário Behring e Paulo Lavrador, respectivamente os redatores principais, nutrissem pelo nosso filme de enredo o maior desprezo. *Esse fantasma que é a cinematografia nacional*, escreve Behring, *sem artistas, sem técnicos sem diretores de cena, sem estúdios e finalmente sem dinheiro...* E conclui Paulo Lavrador: *Seria melhor que não existisse* (GOMES, 1980: 58).

Mesmo com todo este quadro negativo o cinema nacional conquistou algumas vitórias no período. Talvez uma das vitórias mais significativas fosse mesmo o aparecimento ou formação de um gênero específico nacional, as bases foram lançadas para a consolidação da chanchada, apesar da repulsa que o gênero causava nos críticos de um modo geral. Neste sentido é que alguns estúdios são abertos em solo brasileiro:

É na virada dos anos 30 que surgem a Cinédia (1930) e a Brasil Vita Filme (1934). Mais tarde, surge a Sonofilme (1937)... A proposta das três produtoras é mais ou menos a mesma: rebocar-se aos êxitos hollywoodianos. A estratégia de sobrevivência é outra: recorrer aos grandes nomes do rádio e do teatro brasileiro, à força do Carnaval e ao prestígio dos comediantes do teatro-revista. Nas três produtoras sucedem-se os musicais que desembocarão na chanchada da década seguinte e, eventualmente, adaptações literárias e teatrais (FINGUERUT, 1986: 07).

Alex Viany faz interessante menção da importância destes estúdios em sua obra:

Exatamente quando o cinema silencioso exalava o último suspiro, nem sequer entreouvido no meio de toda aquela polifonia que os primeiros filmes falantes nos traziam, fundavam-se no Rio de Janeiro os dois melhores estúdios que o Brasil conheceria até o aparecimento da Vera Cruz paulista, mais de vinte anos depois. À frente de um, a Brasil Vita Filme, estava uma bonita portuguesa, Carmem Santos, que já aparecera em vários filmes, desde 1920, e que, com seus próprios capitais, financiara a construção de um palco de primeira classe, naquela época, bem no fim da rua Conde de Bonfim, a caminho do Alto da Boa Vista. À frente do outro, a Cinédia, estava o nosso já conhecido Ademar Gonzaga (1987: 88).

E continua, a respeito do gênero fílmico:

No mesmo ano, 1933, também, aproveitando cenas documentais do carnaval carioca e filmando especialmente algumas cenas com o comediante Palitos no papel de Rei Momo, a Cinédia inaugurava de uma vez por todas o ciclo musicarnavalesco com *A Voz do Carnaval*, em que Carmem Miranda fazia sua estréia no cinema. Daí por diante, pode-se dizer que não houve um ano sem seu filme de carnaval. Logo em 1935, Carmem Miranda firmava-se como estrela em *Alô, Alô, Brasil* ao lado de sua irmã Aurora e de outros nomes populares do rádio e do teatro... No ano seguinte, com história de dois ótimos compositores populares, João de Barro e Alberto Ribeiro, viria um dos melhores representantes do gênero, *Alô, Alô, Carnaval*, com algumas piadas engraçadas e autenticamente cariocas (Idem: 90).

5. Penetração de Mercado Através de um Gênero Nacional: A Chanchada

Chegamos, então, ao que se convencionou chamar de chanchada, o gênero filmico que se revelaria autenticamente brasileiro e que dominaria o mercado de filmes nacionais por anos, apesar da ferrenha crítica a este gênero destinada. Quanto às características básicas deste gênero podemos salientar o forte apelo ao popular, a comicidade, a paródia e também a onipresença musical; sobretudo de ritmos ligados ao carnaval.

“A denominação de chanchada parece advir originariamente do teatro, termo que seria empregado para designar essencialmente má qualidade e que foi apropriado pelo cinema” (FINGUERUT, 1986: 8). A origem mesmo deste gênero tão popular também é incerta pois se delineia de modo a se fazer transparecer desde os primeiros filmes de abordagem matuta ou acaboclada. “A Chanchada não tem rigorosamente um início: resultou de uma adequação progressiva dos esquetes humorísticos e números musicais ao enredo, sempre submetido à comicidade e ao romântico” (Idem).

Há, no entanto, alguns autores que elegeram um marco inicial e propõem uma linha de desenvolvimento:

Tudo indica que Jean-Claude Bernardet não se engana ao afirmar que as origens da chanchada estão na base do cinema brasileiro, e aí, em alguns filmes cômicos. O ano de 1929 (quando é realizado *Acabaram-se os Otários*, direção de Luiz de Barros) define uma segunda fase, com as seguintes características: experimenta-se o filme sonoro de ficção; utiliza-se um cômico popular, o caipira Genésio Arruda; as músicas ficam a cargo de Paraguaçu, e o filme faz enorme sucesso, permanecendo 76 dias em exibição nos cinemas da capital carioca (CATANI, 1983: 09).

A Partir daí, Catani, destaca outras fases:

A terceira etapa tem início por volta de 1944-45, quando a chanchada, o filme carnavalesco, consolida-se definitivamente graças a *Tristeza Não Pagam Dívidas* (1944) e *Não Adianta Chorar* (1945). Nessa fase observa-se: a fundação da Atlântida Empresa Cinematográfica do Brasil S/A; a instituição dos meses de dezembro a março como espaço privilegiado do filme brasileiro; o crescimento do mercado exibidor – que teria auge nos anos 50 – e a imposição do carnavalesco ao público. A quarta etapa começaria em 1949, quando surge a possibilidade de crítica da chanchada pelo espírito burguês, exemplificado nos filmes da Vera Cruz. Essa empresa cinematográfica produz até 1954, ano em que a chanchada atinge seu ápice. Depois houve uma queda gradativa, até o esgotamento do gênero, no início dos anos 60 (Idem).

Catani ainda salienta que a década de 60 traz como característica a derrocada do gênero chanchada pela própria imposição da televisão e advento do Cinema Novo (Idem).

Para se ter uma idéia da penetração de mercado alcançada por este gênero, essencialmente popular, podemos utilizar os dados de bilheteria do que seria o marco inicial apontado por Catani, o filme *Acabaram-se os Otários*:

Até 9/9/1929, 35000 pessoas já viram o filme no Santa Helena (anúncio da fita em O Estado de S. Paulo), momento em que a película estava apenas em sua primeira semana de exibição naquele cinema. A projeção do filme continuou por outros 17 cinemas da cidade, alguns bisando a apresentação, numa permanência que somou 76 dias (CATANI, 1983: 28).

Em termos de mercado produtor para as chanchadas, além da Cinédia, há que se destacar a forte presença da Atlântida e, posteriormente da Vera Cruz, as quais, como veremos a seguir, estão entre as responsáveis pela longevidade do gênero. Se a Cinédia tem

papel preponderante no lançamento do gênero. A Atlântida, quando associada à rede de distribuição de Luís Severiano Ribeiro, é um marco na reaproximação de interesses historicamente opostos. A produção do filme nacional passa a ter um canal de distribuição garantido, fato que nos remete à época de ouro do cinema brasileiro, como salientou Paulo Emílio Salles Gomes:

Neste período a recém fundada Atlântida foi a companhia de maior importância, criação de Moacir Fenelon, Alinor Azevedo e José Carlos Burle. Estréia com *Moleque Tião*, filme que deu o tom das primeiras produções: procura de temas brasileiros e relativo cuidado na fatura dos trabalhos. Logo porém predominou a chanchada, particularmente após a associação da Atlântida à poderosa cadeia de exibição de Luís Severiano Ribeiro. Esse encontro entre produção e comércio exibidor lembra a harmoniosa e nunca repetida conjuntura econômica que reinou no cinema brasileiro entre 1908 e 1911. Em 1947, porém, o resultado mais evidente da almejada confluência de interesses industriais e comerciais foi a solidificação da chanchada e sua proliferação durante mais de quinze anos. O fenômeno repugnou aos críticos e estudiosos. Contudo, um exame atento é possível que nos conduza a uma visão mais encorajante do que significou a popularidade de Mesquitinha, Oscarito, Grande Otelo, Ankito, Zé Trindade, Derci Gonçalves, Violeta Ferraz... (1980: 73).

Os críticos e estudiosos do cinema brasileiro que repudiavam o gênero, viam na produção rápida, descuidada, no excesso de improvisações e na falta de orçamentos adequados às produções; os maiores empecilhos a uma produção nacional de qualidade. Porém esta falta de recursos na produção, ao que parece não ocorria ao se aferir os lucros do truste formado por Severiano:

1947 presenciou a entrada do truste exibidor de Luís Severiano Ribeiro Jr. como produtor de filmes, integrando-se ao mercado já dominado por ele nos setores de exibição e distribuição. A estratégia da participação do exibidor na produção tinha a sua lógica. A seção *Cinegráfica* de *O Cruzeiro* acusava, atrás da anônima assinatura de operador, que Severiano durante a guerra havia comprado cotas da Distribuidora de Filmes Brasileiros (DFB) e da Distribuidora Nacional (DN), que eram duas das três firmas especializadas na distribuição de filmes brasileiros no eixo Rio-São Paulo. Severiano trazia o cabedal dos territórios de exibição do Rio-Leste-Nordeste-Norte do país, agora acrescido de um laboratório cinematográfico que pretendia ser o melhor do Brasil. O passo seguinte da estratégia do exibidor foi aproveitar-se da exibição corrente do meio cinematográfico, propondo co-produções a quantos projetos houvesse. Operador fazia as contas dos lucros do magnata da exibição: entrava com 50% do capital na produção que em parte seria coberto por trabalho de laboratório; terminada, a fita entrava em exibição em seus cinemas, de onde retirava uma participação de 50% da renda bruta que lhe cabia na qualidade de exibidor. Abocanhava de 20 a 30% da renda do filme como redistribuidor para outros territórios através de sua coligada União Cinematográfica Brasileira (UCE), por último, retirava 50% dos lucros do filme como co-produtor. Conclusão de Operador: É por isso que além de seu laboratório, vem pensando também na criação de um pequeno e moderno estúdio, onde não só poderia realizar os seus filmes, como o alugará aos produtores independentes, que por sua vez lhe entregarão as distribuições, continuando o complicado círculo vicioso do qual saíra sempre o mais beneficiado. Operador destacava as intenções do truste em setembro. No número 9 da sua seção, datada de 18/10/47, ele nos informou que Severiano Ribeiro invertera a sua rota de construção de estúdios próprios pela compra de cotas da Atlântida, tornando-se seu acionista majoritário (CATANI, 1983: 50/52).

Na década de 1950, mais exatamente a 04 de novembro de 1949 (VIANY, 1987: 107), temos o aparecimento da Companhia Cinematográfica Vera Cruz, uma proposta ousada de industrialização da cinematografia nacional, estabelecida em São Paulo por Franco Zampari. A proposta inicial era a produção de qualidade, o que distanciaria a Vera Cruz do gênero chanchada.

Ao lado do brilho técnico das produções da Vera Cruz e sucedâneos, formou-se um corpo de idéias à crítica destas realizações, que escamoteavam, segundo as esquerdas, as condições do homem brasileiro. Ultrapassando a palavra publicada e falada, eles investiram na produção de seus filmes, vindo às telas, então, *Agulha no Palheiro* (1953), *Rua Sem Sol* (1954), *O Saci* (1953) e *Rio, 40 Graus* (1955) (CATANI, 1983: 58).

Segundo alguns autores a Vera Cruz precipitou-se para o lado da industrialização da produção, esquecendo-se de problemas históricos do cinema no Brasil como a distribuição, exibição e fiscalização. Não tardou muito, a empresa estava fadada ao insucesso mercadológico, decretando a derrocada desta tentativa.

Do lado positivo, deve-se ressaltar, houve uma sensível melhora no nível técnico e artístico de nossos filmes depois do aparecimento dos estúdios de São Bernardo. Além disso, com todas as falhas de estrutura, programa e administração, não há dúvida de que, num sentido histórico, a Vera Cruz precipitou a industrialização do cinema no Brasil. Do lado negativo, entretanto, houve um abrupto encarecimento da produção, nem sempre justificado pela melhoria técnica e artística. Muita gente diz, provavelmente com razão, que a Vera Cruz quis voar muito alto e muito depressa, construindo estúdios grandes demais para seu programa de produção, ao mesmo tempo em que descuidava de fatores tão importantes como a distribuição, a exibição, a administração e a arrecadação (VIANY, 1987: 109).

Mesmo avessa ao que a chanchada representava, a Vera Cruz, abriu caminho para um dos fenômenos populares do cinema brasileiro: Mazzaroppi.

A grande euforia provocada pelo surto paulista desvaneceu-se em 1954; malograra a tentativa de produzir industrialmente cinema no Brasil. O fracasso dos grandes empreendimentos não provocou, porém, o colapso temido de muitos. Durante a década de cinquenta, o aumento da produção foi constante, chegando a se estabilizar em torno de mais de trinta filmes anuais no fim do período. Não esmorecia a vitalidade da fita musical e da comédia popularesca, ao contrário das previsões; houve certa diversificação na chanchada, sobretudo com o aparecimento de Amácio Mazzaroppi que trouxe de volta a figura do caipira representado por Genésio Arruda. Durante dez anos, foi Mazzaroppi a principal contribuição paulista à chanchada brasileira, embora não tivesse aquela crueza burlesca do seu antecessor, compondo um Jeca impregnado de um sentimentalismo que Genésio evitava. No mesmo período, delinea-se no Rio a silueta muito mais atual de Zé Trindade, personagem bizarra e rica de cafajeste maduro e sem o menor encanto, mas cuja confiança em si próprio fascina as mulheres (GOMES, 1980: 76).

A análise do período apresentada por Catani é portanto positiva no sentido de permitir ao cinema nacional uma performance de bilheteria poucas vezes alcançada, mesmo sendo apenas 6% do mercado exibidor (1983: 88). Mas, sobretudo pelo vínculo estabelecido entre o cinema brasileiro e as camadas mais populares que garantiam o seu financiamento, conquistava-se uma parcela fiel de mercado, ou seja, em termos de Marketing, um alto grau de fidelização.

6. Embrafilme: Penetração de Mercado Através da Ação do Estado

A Embrafilme (Empresa Brasileira de Filmes S/A) surge no cenário do cinema brasileiro sob a égide da ditadura militar, através do Decreto-Lei nº 862 de 12 de Setembro de 1969. As incumbências primeiras da Embrafilme eram:

A distribuição de filmes no exterior, sua promoção, realização de mostras e apresentação em festivais, visando à difusão do filme brasileiro em seus aspectos culturais, artísticos e científicos, como órgão de cooperação com o INC, podendo exercer atividades comerciais ou industriais relacionadas com o objeto principal de sua atividade (AMÂNCIO, 2000: 23).

Politicamente, uma tentativa do Estado em centralizar as produções cinematográficas de modo a exercer maior influência no setor. Mercadologicamente, revelou-se uma possibilidade de penetração de mercado, promovendo uma maior presença do filme nacional em seu próprio mercado, uma espécie de sustentáculo deste setor onde a dominação estrangeira é praticamente total.

Após alguns anos de sua fundação o posicionamento de mercado da Embrafilme era assim caracterizado por Amâncio:

Um balanço da situação do cinema, no início do ano de 1974, permite afirmar que algumas conquistas foram consolidadas, entre elas: a) a regulamentação estatal quanto à obrigatoriedade de exibição de filmes nacionais teve aumento progressivo, num claro reconhecimento da necessidade de uma reserva para o produto nacional em seu próprio mercado; b) o fim das expectativas quanto a uma possibilidade de investida comercial do filme brasileiro no mercado externo. Os avanços nesse sentido passam a se situar no campo diplomático, ideológico ou cultural. Tudo vai bem num país que até reflete sobre sua miséria. Inversão da proposta, a conquista do mercado interno, viável economicamente para as pretensões da indústria, atende aos interesses de um projeto nacionalista do governo militar; c) implemento de recursos financeiros destinados diretamente à produção, através da operação de financiamento, pelo reforço do critério de quantidade; d) fortalecimento dos setores produtivos organizados da atividade cinematográfica, em diálogo próximo e constante com os estamentos detentores do poder; e) em nível administrativo, a ampliação dos horizontes da máquina estatal para maior eficiência e controle do mercado (Idem:41).

Não que o Estado estivesse ausente do setor cinematográfico até então, pelo contrário, legislações visando alicerçar o cinema nacional acontecem desde a década de

trinta como podemos vislumbrar no trabalho de Anita Simis: Estado e Cinema no Brasil. O que acontece através da presença Embrafilme é: a) um fortalecimento do setor produtivo, que vê na aplicação da legislação vigente, possibilidades garantidas de escoamento de seus trabalhos e b) a consolidação da posição de mercado para filmes nacionais, pelo menos na década de 70. Amâncio demonstra estes dois aspectos em sua obra:

O setor cinematográfico conhece, a partir dos primeiros anos da década de 70, a fase áurea de sua relação industrial intermediada pelo Estado e só sofrerá os primeiros revezes no início dos anos 80. Neste período verá consolidar-se um mercado de amplas proporções, ainda que majoritariamente ocupado pelo produto estrangeiro (2000: 56).

A seguinte tabela, também retirada da obra de Amâncio (p.77) também é muito ilustrativa sobre o fenômeno Embrafilme durante a década de 70:

Ano	Nacional	%	Estrangeiro	%	Total	%
1974	30.665.515	-	170.625.487	-	201.291.002	-
1975	48.859.308	59	226.521.138	32	275.380.446	36
1976	52.046.653	6	198.484.198	-12	250.530.851	-9
1977	50.937.897	-2	157.398.105	-20	208.336.002	-16
1978	61.854.842	21	149.802.182	-4	211.657.024	1
1979	55.836.885	-9	136.071.432	-9	191.908.317	-9

Tabela: N° Espectadores (Fonte Embrafilme, 1980)

Percebemos um acentuado crescimento da presença do cinema nacional no mercado interno durante o período analisado, e isto se fazia em detrimento ao cinema estrangeiro dominante, visto que, excetuando-se o ano de 1979, todos os outros anos a taxa de crescimento de espectadores para o cinema nacional demonstra-se superior ao do cinema estrangeiro em um mercado restrito em seu crescimento. Tal avaliação demonstra-se mais evidente se transformarmos os números apresentados em percentuais:

1974	15.23%
1975	17.74%
1976	20.77%
1977	24.45%
1978	29.22%
1979	29.10%

A Embrafilme marca, no cenário do cinema brasileiro, uma etapa onde se obteve um relativo sucesso de mercado, uma boa presença do filme brasileiro nas salas de exibição, e a consolidação da presença do Estado como agente interventor da política, legislação e mercado cinematográfico. Se, anteriormente, a presença do Estado era meramente como órgão legislador; através da Embrafilme abre-se a possibilidade de um atrelamento maior entre Estado e cinema no Brasil, devido às características de mercado implementadas por este órgão governamental, as quais foram elencadas por Carlos Augusto Calil em palestra promovida pela Educine em Julho de 2002:

Por último, mas não menos importante o governo Geisel, inspirado por cineastas e pressionado por eles, preparou em 1975 uma estrutura institucional para intervir no mercado interno por meio de uma distribuidora forte, capaz de competir com as “majors” americanas instaladas no país, estou falando da Embrafilme, a aliança com o governo militar pode causar perplexidade em alguns de vocês, se baseou em dois principais pontos de convergência, entre esquerda e direita, o nacionalismo e substituição de importações. Esse é o eixo ideológico onde se instala no Brasil, e que interessava tanto para o governo militar de direita e os cineastas de esquerda. O mesmo vale para a TV Globo além do valor estratégico de delimitação e expansão das fronteiras geográficas pela cultura e pela mídia. Dentre estas fabulosas contradições estava em posição privilegiada a censura, enquanto o papel do censor era exercida no Ministério da Justiça. O MEC ao qual está ligada a Embrafilme produzia os filmes que seriam objeto da sua tesoura. Era muito para a cabeça dos militares e de muitos sociólogos que não conseguem entender essa contradição até hoje. Foi no fim deste decênio que se dobrou a conquista do mercado interno, quando o cinema brasileiro atingiu a cifra de 30% dos ingressos vendidos durante um ano. Tal resultado, que é extraordinário, implicou a legitimação do projeto institucional com toda a contradição que existia e o aumento da receita interna inibindo a exportação de divisas e capitalizando o setor. Naquela época se dizia: mercado é cultura. As duas indústrias, a do cinema e da TV pareciam, neste tempo, igualmente possíveis, hoje sabemos perfeitamente que se tratava de uma doce ilusão, pelo menos na área do cinema (CALIL, 2002).

Este posicionamento do cinema brasileiro, inimaginável nos dias atuais, foi fruto de uma empresa como a Embrafilme, um órgão ligado ao governo que, além de investir na produção e se encarregar da distribuição, agiu de modo a regulamentar o setor do cinema no Brasil, algo que hoje não temos. Vejamos o depoimento de Calil a este respeito:

A distribuidora da Embrafilme começou a procurar ela própria financiar filmes de mercado, onde ela trabalhou? Fazendo Xuxa e Trapalhões, que durante certo tempo passaram a ser os blockbusters da distribuidora, e faziam um bom papel, porque de fato estavam no ranking disputando mercado. Os Trapalhões preferiam ser distribuídos pela Embrafilme porque eles não eram roubados. Eles não precisavam ser distribuídos pela Embrafilme, qualquer distribuidora queria Os Trapalhões ou a Xuxa, só que em cinema, o produtor rouba o cineasta; rouba a equipe. O distribuidor rouba o produtor e o exibidor rouba do distribuidor, então é da natureza do negócio um roubando o outro. Neste momento,

como é uma empresa pública, roubar não é possível, esses filmes preferiam ir aí, porque eram muito bem tratados, principalmente na hora de receber (Idem).

Mesmo enfatizando as possibilidades de falcaturas no setor cinematográfico, Calil, não observa, ou o faz nas entrelinhas, as razões de “blockbusters” como Xuxa e Trapalhões permanecerem na carteira da Embrafilme. Amâncio evidencia este aspecto no que chama de política de clientelas:

No estabelecimento de interesses específicos dos diferentes grupos na área de produção, ficou configurada, por parte do Estado, uma opção que se revelou basicamente em duas atitudes: a) a diversificação da produção, numa abrangência profissional e temática de absoluta liberalidade; b) o fortalecimento da figura do realizador-produtor, facilitando seu acesso aos recursos governamentais enquanto clientelas privilegiadas (AMÂNCIO, 2000: 123).

Este clientelismo promovido pela presença do Estado no cinema nacional foi um dos mais fortes fatores no processo de fechamento da Embrafilme.

A penetração de mercado atingida pela Embrafilme não foi suficiente para o posicionamento do cinema brasileiro de modo estável pelo menos em seu mercado interno, crises foram constantes, possibilidades de atuação da Embrafilme como distribuidora e exibidora foram fechadas por posicionamentos políticos e a empresa ficou fadada ao fracasso por esta restrição de seu campo de atuação:

A década de 80 foi a década que o cinema brasileiro colecionou todas as crises possíveis. A primeira crise, de cunho político, a de sucessão de Roberto Farias, que queria continuar como diretor geral. O diretor da distribuidora, Gustavo Dahl, se candidatou, o cinema brasileiro, que estava unido em torno desta gestão, rompeu-se em dois, o grupo do Gustavo Dahl e o grupo do Roberto Farias, isso significou que um grupo neutralizaria o outro e a política estava tomando o lugar principal na vida dos cineastas. Quando chega o Ministro Viriato Portela, assumindo no governo Figueiredo, ele se deparou com o fato de ter uma classe dividida, portanto ele procurou o chamado *técnicos*, tese clássica em teoria política, o *técnicos* foi chamado do Itamaraty para administrar a Embrafilme. O Celso Amorim achou que o melhor que tinha a fazer era chamar os dois e dar, a cada um deles, um projeto para que eles tivessem os ânimos acalmados durante um certo tempo. E contratou junto a Roberto Farias, nada menos que *Pra Frente Brasil* e junto a Gustavo Dahl, *Tensão no Rio*. Estes dois filmes desgastaram profundamente a Embrafilme, um derrubou o outro, *Pra Frente Brasil* quando lançado, foi considerado uma profunda inconveniência para o governo militar, o SNI, pediu a demissão do

diretor geral da Embrafilme, porque aplicar dinheiro público, do regime, num filme contra o regime, portanto o senhor vai procurar sarna em outro lugar. E *Tensão no Rio*, que é de um ano depois, Celso Amorim já tinha saído, e quem está na Embrafilme sofreu este extraordinário desgaste de um filme excessivamente caro e excessivamente sem caráter. Estes dois filmes advêm diretamente da crise de sucessão da Embrafilme e que levaram a empresa a uma crise política e econômica sem precedentes (CALIL, 2002).

Neste mesmo sentido Calil ainda enumera outros fatores, além do político que desgastaram a Embrafilme:

O esgotamento da Embrafilme se deve a alguns fatores, eu acho importante contar para vocês: primeiro deles, a Embrafilme, que podia ter estabelecido um circuito de exibição no Brasil, portanto verticalizando, como os americanos verticalizam a sua atividade, não pôde fazer isso porque os cineastas impediram-na, houve um momento em que a Embrafilme tinha dinheiro para comprar um circuito de exibição, os cineastas criaram uma cooperativa brasileira de cinema, liderada por Nelson Pereira dos Santos, foram buscar o dinheiro da Embrafilme, a Embrafilme ainda bancou para eles, para eles administrarem. A lógica da visão do cineasta é a seguinte: há público para cinema brasileiro, o público está louco para ver “quem buro buro, bora bora”, uma coisa que a gente sabia que não tinha, então basta ser exibido e as massas afluirão. As massas não afluíram e este circuito acabou na praia, foi um investimento que a Embrafilme fez, enorme se diluiu. A Embrafilme não percebeu que parte de sua força estaria também em ampliar a sua carteira para filmes estrangeiros de qualidade. A Embrafilme abortou tanto o projeto de se tornar uma major completa do cinema quanto abortou a idéia de se tornar uma distribuidora de filmes estrangeiros de qualidade. Que sabemos ser uma condição sine qua non de uma cinematografia mais enfraquecida. A terceira grande goleada, quando o mercado de vídeo se apresenta um mercado promissor, os cineastas fecham posição em relação a Zelito Viana que consegue entrar na Globo e criar a Globo Vídeo, que foi uma grande porcaria, vocês sabem, porcaria técnica, porcaria industrial, morreu na praia. E a Embrafilme teve que ceder todos os seus direitos, toda a coleção brasileira clássica e contemporânea para a Globo Filmes. Portanto a Embrafilme ficou confinada na exclusiva produção e distribuição de longa metragens para o mercado interno, sem poder abrir industrialmente as suas possibilidades, se teria dado certo ou não, eu não sou capaz de dizer. Vou dizer que este projeto de modernização e abrangência foi abortado” (Idem).

Talvez por esta restrição de seu campo de atuação, pela não busca de novas oportunidades mercadológicas que a Embrafilme começou a demonstrar suas fraquezas de

modo mais aparente, as quais culminaram com uma década de 80, principalmente em sua segunda metade, catastrófica para o cinema nacional. Como observa Calil:

As fontes de renda da Embrafilme começaram a minguar e o aumento dos custos dos filmes, então a Embrafilme diminuiu a sua capacidade de intervenção na cultura. A Embrafilme tinha naquela época algo como dez milhões de dólares por ano de captação de recursos via institucional, via impostos. E os custos dos filmes subiram muito, sobretudo os custos de lançamento, via publicidade, explodiram nesta década, houve então uma enorme crise de representatividade, o cinema brasileiro não produziu mais filmes interessantes, os filmes depois de 86 são quase irrelevantes, nenhum deles conquistou prêmios internacionais, nenhum deles alcançou boa crítica que são as duas fontes de prestígio e de poder para uma cinematografia. Então o cinema brasileiro entrou numa crise criativa enorme, eu chamo de crise criativa quando a obra que se produz não dialoga mais com a sociedade, portanto ela está tomada por uma crise da representatividade, esse cenário do final da década de 80, é a encarnação de uma crise da representatividade (Idem).

Evidenciado o processo de crise e decadência da Embrafilme através das observações de Carlos Augusto Calil, cabe destacar as conjunturas de mercado que participaram deste processo de queda que culminaria com o fechamento da empresa, neste sentido, Amâncio tece os seguintes comentários:

A expansão do setor de produção não se deu, deste modo, por uma capitalização de suas categorias empresariais, ou pela sedimentação de seu parque industrial, mas pela opção definitiva pelo produto fílmico, principalmente após a adoção da operação de co-produção. Se o financiamento pressupunha uma relação de comprometimento individual, ou privado, compatível com as possibilidades de empresa produtoras estabelecidas, a nova modalidade operacional levou à responsabilidade do Estado todo o risco do empreendimento fílmico. Pelo descomprometimento com as leis de mercado de exibição, esta distorção, em que o Estado subsidia e promove diretamente o processo produtivo, caracterizou também o aparecimento de um cinema híbrido que, embora sem chancelas dirigistas, se localizou entre as perspectivas do mais arrojado cinema autoral e do mais inconsistente cinema comercial. Tal ambigüidade, que por outro lado não pode deixar de ser considerada benéfica, dimensionada em função dos recursos disponíveis, fez imobilizar o sistema de produção de filmes, por desconsiderar para o jogo de mercado as expectativas e viabilidades concretas de sua comercialização (AMÂNCIO, 2002: 124).

Neste cenário de perda de influência e competitividade no setor que temos, no governo de Fernando Collor de Melo, o fechamento da Embrafilme, e com ela o

aniquilamento de toda a estrutura criada para fiscalização e regulamentação do setor. É a partir deste momento que o liberalismo econômico, impregnado ideologicamente, se faz transparecer. A retirada do Estado como agente regulador do setor cinematográfico no Brasil se fez abruptamente, gerando uma verdadeira panacéia em termos de possibilidade de controle e averiguação de dados, os quais, hoje, possam ser muito discutíveis. Este desmantelamento estrutural fez-se aparente em termos de produção fílmica com uma verdadeira paralisação das produções nos primeiros anos da década de 90.

A partir daí se configura no Brasil o cinema da retomada, uma expressão jornalística que se impregnou no meio cinematográfico e passou a denominar um novo ciclo de produção de cinema no país, agora vinculado a leis de incentivo à cultura.

7. Principais Características da 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, se decomposta, é formada pelo prefixo re (= de novo; novamente) o qual caracteriza certo grau de repetição; 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, segundo o dicionário Novo Aurélio Século XXI, teria o seguinte significado: tomar novamente; reaver; recobrar; recuperar (FERREIRA, 1999).

O substantivo feminino (retomada) é derivado do verbo transitivo direto retomar. 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.

Em termos estéticos não se constitui em uma linha ou grupo que se organize como tal. Sérgio Rizzo, em entrevista ao autor, faz observações a este respeito:

Não tem nenhum sentido estético, é um monte de gente fazendo filmes. Eu já vi algumas pessoas tentarem encontrar traços em comum. Você vai encontrar, mas são traços em comum que você vai encontrar em qualquer período da história do cinema brasileiro. Alguém fez essa pergunta: Mas são filmes preocupados em retratar a realidade brasileira. Bem, desde que se faz filmes no Brasil há filmes preocupados em retratar a realidade, isso não é um traço comum (RIZZO, 2003).

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.

Deve-se atentar para o fato que a continuidade se deu apenas no aspecto produções filmicas, 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 (as principais leis que servem de apoio a este processo serão discutidas a seguir).

Uma origem precisa do termo retomada do cinema brasileiro é improvável. Trata-se de um termo empregado pela mídia que serve para definir esta fase do cinema nacional. Termo este que se tornou sinônimo desta etapa mais pelo uso do que por qualquer outro tipo de caracterização.

Então vamos começar pelo mais importante, a questão toda, a gerar polêmica é que a retomada, de fato, não é um movimento estético. Acreditar que seja, eu acho meio difícil. O que existiu foi uma retomada da produção. Então, é um termo que poderia se usar em uma conversa – Então agora há a retomada da produção! A imprensa criou um carimbo e transformou isso numa espécie de movimento, de fato é apenas algo que a imprensa costuma fazer, uma distorção da realidade. O que houve efetivamente e pode ser batizado como retomada, foi a retomada da produção. Logo depois que o governo Collor desmontou o aparelho cultural de Estado, a produção cinematográfica zerou, efetivamente. Houve um período que havia quatro filmes sendo rodados no país. Portanto, no momento em que, a partir de leis de incentivo, a partir da batalha solitária de alguns cineastas, a produção foi retomada, ok, não há nada de errado em se usar este termo. Agora acreditar que houve um movimento, eu acho que é um grande equívoco mesmo, isso é coisa da imprensa. A imprensa que inventou, a imprensa que olha para as coisas e fica atrás de moral da história. Como é que eu chamo isto? Como é que eu chamo aquilo? Também, não me parece que seja o caso. Mesmo retomada, neste sentido de produção já passou, foi ali naquele momento que se saiu do zero e se chegou a alguma coisa em torno de dez filmes por ano. Também está em algum lugar do passado (RIZZO, 2003).

Caracterizar o cinema brasileiro a partir da retomada torna-se uma árdua tarefa por constituir um período recente da cinematografia nacional, marcada pela diversidade de gêneros e estilos, não há uma linha, um norte nas produções que definam este ou aquele filme como característico deste período, por outro lado o cinema brasileiro ganhou em termos de qualidade e diversidade, ocasionando a conquista de uma parcela de público.

Paulo Santos Lima, em sua palestra na Educine, observa:

Eu percebi, mapeando todos os filmes desde o início dos anos 90, a tal diversidade que falam. Realmente existe uma diversidade no cinema, um vai e vem de tendências. A tendência, inclusive, de se olhar para trás, no sentido de pegar referências dos anos 60, mas também de pegar outros tipos de referências, inclusive atuais. Fica difícil traçar um único viés para caracterizar o cinema dos anos 90, agora 2000 (LIMA, 2002).

Em termos de mercado para a produção cinematográfica, o marco inicial da retomada do cinema brasileiro aconteceu com o filme *Carlota Joaquina, A Princesa do Brasil* (1995) de Carla Camurati.

De Carlota Joaquina até a atualidade o cinema brasileiro realmente deu uma guinada em termos de quantidade e qualidade; conquistou uma parcela de público e passou a atuar no mercado de uma forma mais estratégica de modo a conseguir uma determinada penetração de mercado, seja no cinema ou nos formatos de vídeo ou DVD, ou até mesmo na televisão, com os Festivais Nacionais da Rede Globo ou o Canal Brasil. Há também a

presença do cinema brasileiro na Internet, onde talvez o mais completo portal seja o www.cinemabrasil.org.br, o qual também é beneficiado pelas leis de incentivo. Um estudo específico sobre as possibilidades mercadológicas do cinema nacional estar explorando estas novas tecnologias e formatos poderia se tornar um interessante objeto de pesquisa.

Sérgio Rizzo observa que a participação do filme nacional para 2002 ficou em torno de 8%, e projeta-se para 10% tal participação em 2003.

Uma visão panorâmica é dada por Bianca de Felippes:

Acho que é assim, tudo uma questão de oportunidade, a gente tem aqui bons talentos, você vê hoje, o Festival de Cinema tem ótimos filmes, dos mais diversos temas, desde a comédia, drama; tem ficção, tem de tudo; têm documentários maravilhosos. Então assim, a gente está conseguindo fazer muita coisa boa; aumentando a qualidade e a quantidade, geralmente quando aumenta muito a quantidade a qualidade cai, não tem tanta coisa boa, então assim, eu conto nos dedos os filmes que não são bons. Os filmes que estão sendo feitos são de tudo quanto é tipo diferente, do mais cabeça ao mais comercial. Com uma ótima qualidade de imagem, técnica de som, acho que isto é uma coisa muito legal, porque atinge diretamente o público. O público quando for assistir a um filme bom como o *Cidade de Deus*, ou como *Madame Satã*, que eu vi agora. Então o público volta para ver outro, então quanto mais filmes bons a gente estiver fazendo, melhor para o nosso cinema, mais público a gente vai ter. E conquistando um pouco deste mercado, que ainda está pequeno mas está em expansão (FELIPPES, 2002).

Bernadette Lyra define o cinema da retomada como de qualidade e fortemente ligado ao mercado:

É o cinema da retomada, o que é que eu estou dizendo, talvez temerária, mas eu estou dizendo, que o cinema da retomada, que você está perguntando é um cinema voltado para a indústria, voltado para o mercado, com temas brasileiros tratados de modo internacional. Acabou o som vagabundo, acabou o enquadramento qualquer, acabou a câmera qualquer, tem-se uma equipe super e nessa equipe super, o fotógrafo ganhou um papel de destaque total, o fotógrafo agora é quase que o rei do filme (LYRA, 2002).

Visão esta praticamente compartilhada por Paulo Santos Lima:

O cinema mudou um pouco de cara, no sentido que perdeu aquela mácula de cinema pornográfico, de cinema mal feito. O cinema começou a investir em criar uma imagem mais atrativa, no sentido global, mundial. Mas como estão fazendo isso? Diversificando a produção, procurando um esmero técnico mais plugado, sintonizado com o que estava sendo feito em termos de produção industrial cinematográfica (LIMA, 2002).

Mas mesmo este apelo industrial é questionado por alguns, a própria expressão retomada sofre resistência em ser utilizada para nomear este período onde o cinema brasileiro tenta se reorganizar. Lúcia Nagib elucida esta situação:

A expressão retomada que ressoa como um boom ou um movimento cinematográfico, está longe de alcançar unanimidade mesmo entre seus participantes. Para alguns, o que houve foi apenas uma breve interrupção da atividade cinematográfica com o fechamento da Embrafilme, a seguir reiniciada com o rateio dos próprios recursos da produtora extinta, através do Prêmio Resgate do Cinema Brasileiro (...) A Lei do Audiovisual, promulgada em 1993, aperfeiçoando leis anteriores de incentivo fiscal, começou a gerar frutos a partir de 1995, acentuando o fenômeno (NAGIB, 2002: 13).

Quando se fala na não concordância quanto ao próprio nome dado ao período aqui salientado, deve-se este fato a alguns posicionamentos como o de Júlio Bressane, que

chegou a solicitar a retirada de sua entrevista do livro de Lúcia Nagib, sobre o cinema da retomada.

Júlio Bressane foi um dos entrevistados sobre a retomada do cinema brasileiro, e a gente nem questionou, poderíamos ter conversado mais sobre isso, eu vi de forma cética. A gente está sim produzindo, uma média de 30 a 35 filmes por ano. Então chegou a 35 em 99. Ele agora, o livro dela fica pronto em setembro, já vai ser impresso. Ele pediu para tirá-lo. Ela ia colocar o título: os cineastas da retomada, uma coisa assim. Ele não quis, ele não acredita na retomada. Ele não é um diretor da retomada (LIMA, 2002).

Neste sentido não há um tom de crítica ferrenha ao posicionamento de Júlio Bressane, outros cineastas também assumem uma posição cética em relação a este processo, talvez pelo próprio movimento cíclico característico das produções cinematográficas nacionais, José Joffily também se expressa próximo a esta visão cética:

Creio que, para quem é veterano, essa história de renascimento do cinema brasileiro já foi vista tantas vezes... O cinema brasileiro vive de ciclos, e cada vez que um novo ciclo surge, todos chamam de renascimento. Não tenho nada contra esse termo criado pela mídia, quem quiser usar que use. A questão do audiovisual no Brasil passa a ser mais discutida, é uma questão estratégica no mundo de hoje (Apud NAGIB, 2002 : 238).

Para finalizar esta análise da situação do cinema da retomada cabe salientar o posicionamento de André Klotzel quanto ao público e às bilheterias:

O filme brasileiro começa a ser aceito por uma camada mais da classe média, acostumada com o consumo dos produtos americanos, e que está vendo que o cinema brasileiro é bom, é bem feito, está legal e tal. A classe média é muito importante para o cinema (...) Um processo interessante, que são os filmes com resultados intermediários, que não existiam no cinema brasileiro até pouco tempo. Os filmes ou eram uma desgraça ou então faziam dois milhões de espectadores (KLOTZEL, 2001:13).

A oportunidade que se gerou para um reposicionamento das produções nacionais através das leis de incentivo, ou ainda, através de uma aproximação dos diretores e produtores com o setor empresarial a partir da década de 90 foi o acontecimento responsável por todo o processo denominado retomada do cinema brasileiro. A tentativa de se alocar os investimentos culturais como possibilidades estratégicas no planejamento de comunicação de marcas e empresas. Os questionamentos em contrário ou a favor são fruto de posicionamentos particulares, céticos ou não, mas não se pode negar o processo.

A visão do cinema nacional como algo cíclico é um importante fator para explicar esta necessidade de se denominar períodos específicos da cinematografia brasileira. Nomeando-se períodos ou ciclos há uma facilitação no processo de reconhecimento do momento abordado. Em uma produção contínua e fortemente ligada ao mercado não há a necessidade de tais denominações.

Esta nomeação dá-se pela própria mídia, pelos próprios críticos de cinema. Pelo próprio uso define-se uma nomenclatura mais ou menos adequada, pela própria força exercida pelos veículos de comunicação – a cultura da mídia e sua influência social. Este processo é mencionado na seguinte passagem sobre o cinema alemão:

Na década de sessenta, o cinema alemão estava em franca decadência (...) Em 1962, aconteceu, então, o Festival de curta-metragem em Oberhausen, quando vinte e seis jovens cineastas e atores lançaram um manifesto propondo uma renovação. Foi neste festival que Wenders e Peter Handke se conheceram (...) Era necessário se começar da estaca zero e reconstruir o longa-metragem alemão. A

imprensa estrangeira se encarregou de batizar o movimento como *Cinema Novo Alemão* (FERREIRA NETTO, 2001: 78).

Neste sentido, observa-se a designação do Cinema Novo Alemão sendo outorgado pela imprensa. Processo próximo aconteceu com a retomada do cinema brasileiro, a mídia encarregou-se de dar nome ao processo. Salientando que a retomada se dá no processo de produção, há que se destacar a não continuidade do ciclo anterior (Embrafilme). Muda-se de paradigma, a intervenção direta do Estado é substituída pela participação das empresas. Para o bem ou para o mal, a dependência de uma política de clientelismo é substituída por uma dependência dos departamentos de marketing das empresas. Utilizar a denominação de retomada do cinema brasileiro para designar o processo desencadeado a partir de meados da década de 90, quando se reconquistou a própria capacidade de produção parece adequado enquanto denominação de um período específico. Desdobrar tal emprego para todas as produções que foram geradas sob a égide das leis de incentivo cultural seria, portanto, inadequado. A menos que o Estado desenvolvesse mecanismos ou mesmo uma legislação coerente que propiciasse a retomada dos vários setores que servem de sustentação ao setor cinematográfico. Uma vez retomada a capacidade de produzir, retomar o processo de distribuição, conquistar espaço para exibição dos filmes nacionais; com a finalidade de, por exemplo, retornar a participação de mercado aos níveis da época da Embrafilme.

8. Aspectos Conclusivos

Nota-se um paradigma cíclico na questão cinematográfica brasileira. A história do cinema no Brasil desenvolve-se, de um lado, sob uma forte concorrência representada pelas produções hollywoodianas, de outro, por um movimento de ir e vir das produções e da respectiva participação do filme nacional no mercado de cinema.

Do ponto de vista mercadológico o cinema brasileiro alcança certo patamar de sucesso, ao longo de sua história, quando interesses de produtores, distribuidores e exibidores tendem a se aproximar.

Sob os aspectos legais o cinema nacional, também se desenvolve, quando há uma série de leis que regulamentem e criem uma reserva de mercado destinada ao filme brasileiro.

Atualmente, sob os auspícios das leis de incentivo à cultura e uma certa abertura de mercado à penetração do filme nacional percebe-se algo de novo: a produção nacional parece ter aprendido a lição do mercado. Os filmes nacionais não se dirigem exclusivamente ao circuito cultural, há uma busca por mercado e retorno financeiro.

Aproveita-se todos os recursos que um bom planejamento de mercado oferece ao produto fílmico: desde a distribuição até mesmo por companhias estrangeiras até a formatação do filme às várias tecnologias hoje disponíveis ao entretenimento (vídeo, DVD, Tv por assinatura e aberta).

Neste sentido, percebe-se um movimento de alta no panorama do cinema brasileiro, cabe ao governo, aos agentes culturais e aos próprios cineastas não deixar esta ascensão do cinema no Brasil se tornar mais um ciclo, com começo, meio e fim.

9. Referências Bibliográficas

AMANCIO, Tunico. **Artes e Manhas da Embrafilme**: Cinema Estatal Brasileiro em Sua Época de Ouro (1977-1981). Niterói: EdUFF, 2000. (ISBN: 85-228-0301-3)

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 6023: Informação e Documentação, Referências Elaboração**. Rio de Janeiro: Agosto de 2002.

_____. **NBR 10520: Informação e Documentação, Citações em Documentos, Apresentação**. Rio de Janeiro: Agosto de 2002.

_____. **NBR 14724: Informação e Documentação, Trabalhos Acadêmicos, Apresentação**. Rio de Janeiro: Agosto de 2002.

BERNARDET, Jean-Claude. **Brasil em Tempo de Cinema**: Ensaio sobre o Cinema Brasileiro. 3.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978 (Col. Cinema, v.3).

_____. **Cinema Brasileiro: Propostas para uma História**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

_____. **O que é Cinema**. São Paulo: Brasiliense, 1986.

CALIL, Carlos Augusto. Cinema e Mercado dos Anos 70 aos Anos 80. **História Recente do Cinema Brasileiro**. São Paulo: Educine, 06 jul. 2002. 2 cassetes sonoros.

CARVANA, Hugo. O Ator Marcante do Cinema Brasileiro Volta à Direção. **Revista de Cinema**. São Paulo: Ano II, n. 22, p.10-16, fev. 2002. Entrevista concedida a Verônica Solti.

CATANI, Afrânio Mendes; SOUZA, José Inácio de Melo. **A Chanchada no Cinema Brasileiro**. São Paulo: Brasiliense, 1983. (Col. Tudo é História; v.76).

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

FELIPPES, Bianca de. **Experiências no Cinema da Retomada**. Rio de Janeiro: 08 out. 2002. Entrevista concedida a Renato Márcio Martins de Campos. 1 cassete sonoro.

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

GOMES, Paulo Emílio Salles. **Cinema: Trajetória no Subdesenvolvimento**. 2.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980 (Col. Cinema; v.8).

KLOTZEL, André. O Humor Brasileiro e o Cinema de Qualidade. **Revista de Cinema**. São Paulo: Ano II, n. 20, p.10-18, dez. 2001.

LIMA, Paulo Santos. Cinema Brasileiro dos Anos 90. **História Recente do Cinema Brasileiro**. São Paulo: Educine, 13 jul. 2002. 2 cassetes sonoros.

LYRA, Bernadette. **Cinema Como Meio de Comunicação**. Araraquara: Uniara, 14 junho 2002. 2 cassetes sonoros.

MUNIZ, Sérgio. **Panorama do Cinema Brasileiro da Retomada**. São Paulo: 23 dez. 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. São Paulo: Ed. 34, 2002 (ISBN 85-7326-254-0).

RIZZO, Sérgio. **Situando a Retomada**. São Paulo: 30 maio 2003. Entrevista concedida a Renato Márcio Martins de Campos. 1cassete sonoro.

SALA, André. **Processos de Distribuição**. São Paulo: 21 mar. 2003. Entrevista concedida a Renato Márcio Martins de Campos. 1 cassete sonoro.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico**. São Paulo: Cortez, 2000.

SIMIS, Anita. **Estado e Cinema no Brasil**. São Paulo: Annablume, 1996 (Selo Universidade; 51) – ISBN: 85-85596-69-3.

_____. Como (Sobre)Vive o Cinema. **Revista Universidade e Sociedade**. São Paulo: Ano VIII, n.16, p.21-26, jun. 1998.

_____. **Cinema Brasileiro**. São Paulo: 23 dez. 2002. Entrevista concedida a Renato Márcio Martins de Campos. 1 cassete sonoro.

VIANY, Alex. **Introdução ao Cinema Brasileiro**. Rio de Janeiro: Alhambra-Embrafilme, 1987.