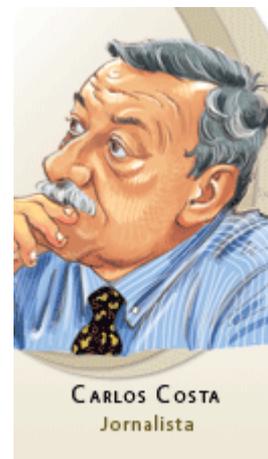


Direito & Mídia: Cinema não é diversão, é negócio estratégico

Spacca

Com todo o respeito pelo trabalho intelectual do diretor Gustavo Steinberg, seu filme *Fim da Linha*, de 2008, é ruim. Com um roteiro interessante, embora um tanto confuso, ao misturar a história do golpista italiano Carlo Ponzi, uma tribo indígena que ameaça suspender a dança da chuva, um deputado que quer se livrar de uma fortuna que apareceu em seu escritório, um cinegrafista desempregado, um [catador](#) de papel, uma [pedinte](#) surda-muda (negra e analfabeta) e um bebê sequestrado, o resultado são ingredientes demais para pouca história.

Carlo Ponzi abalou a cidade de Boston no início do século passado, com o golpe da pirâmide, causando um prejuízo de US\$ 50 bilhões (preso, terminou a vida em 1949, num hospital de caridade do Rio de Janeiro). O dinheiro do deputado Ernesto Alves (última interpretação do ator Rubens de Falco, antes de morrer) apareceu em seu escritório como os dólares na cueca do Sr. José Adalberto Vieira da Silva, então assessor do deputado José Guimarães (PT-CE), irmão de José Genoíno (cueca avantajada, continha US\$ 100 mil, além dos 200 mil que o rapaz levava na maleta). A pedinte surda-muda é dos poucos desempenhos bons do filme, que termina com um confuso bolão entre taxistas, personagens meio protagônicos da fita, e uma chuva de notas de R\$ 50 e R\$ 100.



O filme tem bons atores, como Maria Padilha e o já mencionado Rubens de Falco, mas mal dirigidos. A cena das amigas na loja de roupas de Maria Padilha é lastimável — uma das amigas, com seu bebê sequestrado ou desaparecido, teria flegma para uma compra apressada? E as imagens do bebê, comendo notas de R\$ 50, na carrocinha do catador de papel, são grotescas. Falta ritmo, falta foco.

Já a comédia *Muito Gelo e Dois Dedos D'água*, dirigido por Daniel Filho em 2006, com um roteiro bem mais simples, conta uma história divertida e bem urdida. Duas irmãs, Roberta e Suzana, decidem se vingar da avó milionária, sequestrando-a para repetir o programa que ela lhes impusera durante toda a infância e a adolescência. Ir para a casa de praia, tomar sol, ter as unhas cortadas, com direito a controle da virgindade pelo toque, entre outras maldades infligidas pela velha ranzinza no passado. O filme tem ritmo, conta com todo o suporte técnico para cenas de *travellings*, *dolly*, *steadicam* na criação de perseguições em alta velocidade em meio a coqueirais alagoanos, e dá muito bem conta do recado. O elenco é de atores globais, como a impagável Laura Cardoso (a avó), Mariana Ximenes e Paloma Duarte (as netas levadas da breca), Thiago Lacerda (marido “certinho” da segunda das irmãs) e Aílton Graça (o policial que prende o marido certinho e acaba refém). Um bom filme para quem se delicia com *blockbusters*, e bastante superior aos congêneres americanos que infestam nossos cinemas.



Por que, estará se perguntando o gentil leitor, me detenho hoje sobre filmes brasileiros que pouca gente viu? Afinal, nenhum deles consta do *ranking* dos filmes com mais de 1 milhão de espectadores, lista em que pontificam *Tropa de Elite 2*, de 2010, e *Dona Flor e Seus Dois Maridos*, de 1976, com 11.204.815 e 10.735.524 ingressos vendidos, respectivamente (o lanterninha dessa lista, *Amadas e Violentadas*, também de 1976, teve 1,004 milhão de espectadores).

Num texto escrito há alguns anos, que utilizo em aula, lembro do lema de uma rede de cinema muito forte na metade do século passado, monopolizando a exibição do Rio de Janeiro até o Nordeste, o Grupo Luiz Severiano Ribeiro. “Cinema é a melhor diversão”, dizia a placa na entrada das salas dessa rede, que hoje opera também num shopping da capital paulista. Nascido de um cine inaugurado em 1917 em Fortaleza, o grupo LSR imperou nos tempos das salas com capacidade para mais de mil pessoas. Algumas cidades do interior, como São José do Rio Preto, preservaram alguns desses espaços, hoje utilizados como shoppings, tamanha a dimensão do local. Mas o que importa aqui é o conceito de cinema como diversão — o que sem dúvida é uma redução que não faz justiça à função do cinema como formador de mentalidade.

Sim, cinema é, sobretudo, um formador de visão de mundo. Uma das maiores perdas da França com a Primeira Guerra Mundial foi deixar de ser o centro da produção cinematográfica, que liderava ao lado da Itália. Devido à falta de condições de trabalho, o conglomerado Pathé-Frères se mudou para Nova York. E a indústria cinematográfica passou para as mãos americanas. Para escapar da ganância de Thomas Alva Edison, que queria cobrar *royalties* por uma invenção que dizia ser sua, a indústria se transferiu para Hollywood e os Estados Unidos passaram a ser os criadores do imaginário do planeta. Em grandes linhas é isso — claro que há forte produção de cinema na Índia (chamada de Bollywood) e na Nigéria (Nollywood), os dois maiores centros de produção após os Estados Unidos. Mas filmes indianos quase só se vê em voos da Air France ou da Turkish — e nunca vi uma produção nigeriana.

Um bom exemplo da influência do cinema na formação das mentalidades é provocar a curiosidade por “algo que ainda virá”. Lembro quando, mais de três décadas atrás, duas sobrinhas londrinenses comentavam o sonho de visitar São Paulo. Perguntei se seria para andar de metrô. Não, elas queriam conhecer o McDonalds. O *fast-food* americano há mais de meio século está no imaginário das pessoas de todo o mundo, por causa dos filmes americanos. Difícil não se lembrar de quando a rede abriu seu primeiro endereço em Moscou, formando uma fila que até hoje impressiona (basta colocar no Youtube: [Queue to first McDonalds in Moscow in 1990](#)). O cinema criara a expectativa, os russos queriam provar a novidade gastronômica. Essa foi uma das estratégias da expansão americana: usar o cinema para disseminar seus produtos, seu idioma, seu modo de vida.

Muito já se escreveu sobre o cinema e propaganda — seja de ideias ou de mercadorias. No primeiro caso, o de formação de ideias, o cinema trabalhou construindo visões míticas, seja de um regime totalitário como o de Adolf Hitler, nos filmes inovadores e monumentais de Leni Riefenstahl, como *O Triunfo da Vontade*, seja consolidando no imaginário americano as propostas do *new deal* de Franklin Roosevelt.

No caso das mercadorias, poucos exemplos foram tão explícitos como a “cena da coca-cola”, na película *Nenhum a Menos*, do chinês Zhang Yimou (1999). Na história, uma professora substituta (quase



adolescente) de um povoado perdido no interior da China sai com toda a turma de crianças até a cidade, em busca de um aluno evadido da escola. Chama a atenção o momento, já na cidade, em que as crianças do povoado “caem de boca” para provar a coca-cola, realizando antigo sonho de consumo. Muito antes de conhecer a bebida, os chinesinhos sabiam de sua existência.

Cinema não é diversão, é negócio estratégico, sobretudo nos tempos da globalização. Os casos da França e da Itália ilustram bem. Enquanto este último país, que contou com uma ativa cinematografia nas décadas de 1950 a 1970, viu seu cinema quase desaparecer nos anos 90 — e hoje suas salas passam quase apenas produções americanas —, a França operou na contramão. Saiu em defesa de seus filmes: bateu pé na postura de que cinema não é um produto, mas um bem cultural, valor simbólico de um povo. E com esse argumento enfrentou a disputa com Hollywood e queixas dos Estados Unidos no âmbito da Organização Mundial do Comércio, por impor limites e obrigar as salas a programar cinema francês — e de outras nacionalidades. Em nenhuma cidade do mundo é possível ver tanta oferta de cinema como em Paris: produções vietnamitas, portuguesas, romenas e, sobretudo, francesas. Quase todas as produções locais têm o suporte da emissora estatal de TV ou são realizadas para exibição na rede de ensino.

Nos últimos anos quem assistiu à estréia de um filme italiano de peso, como foram os de Fellini, Antonioni, Visconti? O que tivemos, com poucas exceções, foram bobagens como *A Vida É Bela*, de Roberto Begnini, premiado com um Oscar ao mostrar a guerra e o massacre nazista conta os judeus como uma brincadeira de esconde-esconde.

Então, ver filmes como *Quanto Vale ou É por Quilo* (2005, Sérgio Bianchi), *O Homem Que Desafiou o Diabo* (2007, Moacyr Goes) ou *Cidade Baixa* (2005, Sérgio Machado) é uma boa oportunidade de conferir as atuações de Lázaro Ramos Wagner Moura Alice Braga, Flávia Alessandra, Marcos Palmeira, Herson Capri, Ênio Gonçalves, Milton Gonçalves — e nenhum deles toma coca-cola ou faz pit stop no McDonalds.

Date Created

14/11/2012