

Ágata Marques Fino

Contributos para o estudo do cinema português nas décadas de 1980 e 1990.
Uma visão através da imprensa

Universidade Fernando Pessoa
Porto 2013

Ágata Marques Fino

Contributos para o estudo do cinema português nas décadas de 1980 e 1990.
Uma visão através da imprensa

Universidade Fernando Pessoa
Porto 2013

© 2013
Ágata Marques Fino
“TODOS OS DIREITOS RESERVADOS”

Ágata Marques Fino

Contributos para o estudo do cinema português nas décadas de 1980 e 1990.
Uma visão através da imprensa

Tese apresentada à Universidade Fernando Pessoa
como parte dos requisitos para obtenção do grau de
doutor em Ciências da Informação, sob a orientação
do Professor Doutor Eduardo Paz Barroso.

RESUMO

ÁGATA MARQUES FINO: Contributos para o estudo do cinema português na década de 1980 e 1990 – Uma visão através da imprensa
(sob orientação do Professor Doutor Eduardo Paz Barroso)

O objecto desta dissertação é o cinema, em particular o cinema português. A abordagem a esta actividade, enquanto parte da indústria cultural, fenómeno cultural e técnica interessa relacioná-lo com as condições de produção e recepção. Pensamos um filme com um valor, variável, no passado e no presente, do momento da sua pré-produção até à exibição. O cinema enquanto património assombra-nos e enquanto área profissional cativa-nos. As suas implicações na vida social, cultural e económica são tantas, e tão evidentes, quando o olhamos para lá do mero entretenimento. O que procuramos é recebê-los e ver como à sua estreia marcam, ou marcaram, pela positiva ou pela negativa, o seu público. Esta avaliação, quantitativa e qualitativa, apresenta-se em forma de números de espectadores e na imprensa. Procuramos entender o processo para além das suas questões estéticas. Partiremos das questões da produção, porque são a sua base técnica, o seu interior. Mas o filme só existe para o exterior e é nesse sentido que pretendemos contribuir para o estudo do cinema português dos anos de 1980 e 1990 tentando verificar qual o papel das condições de produção no sucesso dos filmes, que pelo número de espectadores, marcaram a nossa cinematografia e de como ela é vista na imprensa, que também integra a indústria da cultura.

ABSTRACT

ÁGATA MARQUES FINO: Contributions to the study of Portuguese cinema in the 80s and 90s of the 20th century- A view from the press

(Under the supervision of Professor Doutor Eduardo Paz Barroso)

The purpose of this dissertation is cinema, the Portuguese cinema. The approach to this activity as part of the cultural industry, technical and cultural phenomenon interests us, and its relation towards the conditions of production and reception. We approach the movie as a variable value, in the past and the present, from the time of its pre-production to exhibition. The film as heritage haunts us and while a professional area captivates us. The implications for our social, cultural and economic life are so many and so obvious when we look it beyond mere entertainment. We seek to receive it and see how the release mark, or marked, positively and negatively, the audience. The study presents quantitative and qualitative dimensions, from the numbers of spectators and the news at the press. We seek to understand the process beyond its aesthetic issues. We present issues of production, because they are a basic technique, in its interior. But the film only exists to the outside and that is what we intend by contributing to the study of Portuguese cinema from the 1980s and 1990s, trying to understand what is the role of production on the success of the films, from the number of spectators, how the movie marked our cinematography and how it is seen by the press, as part, too, of the culture industry.

RÉSUMÉ

ÁGATA MARQUES FINO: Contributions à l'étude du cinéma portugais dans les années
1980 et 90 – Une vue de la presse

(Sous la supervision du Professor Doutor Eduardo Paz Barroso)

L'objectif de cette thèse est le cinéma, le cinéma portugais. C'est une approche de l'activité dans le cadre de l'industrie culturelle et technique, comme phénomène culturel et se rapportent aux conditions de production et réception. Nous pensons un film avec une valeur variable, passé et présent, de la pré-production à la diffusion. Le film en tant que patrimoine nous hante et nous domine comme professionnel. Les implications dans la vie sociale, culturelle et économique sont si nombreuses et si évidents lorsque nous regardons au-delà du simple divertissement. Ce que nous recherchons les reçoit et voyons comment ses débuts marque, positive ou négativement, le auditoire. Cet examen, quantitatif et qualitatif, est présenté sous la forme de nombre de spectateurs et de la vue de la presse. Nous cherchons à comprendre le processus au-delà de ses enjeux esthétiques. Nous laissons les questions de production, car ils sont technique de base, son intérieur. Mais le film n'existe que pour l'extérieur et c'est ce que nous avons l'intention de contribuer à l'étude du cinéma portugais des années 1980 et 1990, pour essayer de trouver quel est le rôle des conditions de production sur le succès des films, que par le nombre de spectateurs, a marqué notre cinématographique et comme tel, il est considéré dans la presse, qui intègre également la culture de l'industrie.

DEDICATÓRIA

«Às vezes pergunto-me se sonhei esse filme ou se esse filme me sonhou a mim» [J. B.

Da Costa sobre Francisca de M. Oliveira, 1981]

À actividade dos meus pais e à memória dos meus avós.

AGRADECIMENTOS

Agradeço os ensinamentos, a generosidade, entusiasmo e espírito de aventura do meu orientador, o Professor Doutor Eduardo Paz Barroso.

Pelas outras lições de vida, pelo caminho que me apontaram e que me fez chegar até aqui, agradeço à minha mãe, Cândida do Rosário, e ao meu pai, Artur Fino.

Pela colaboração neste processo de investigação, agradeço, especialmente à instituição primeira do cinema português, à Cinemateca, cujas funções são concretizadas pelos seus (melhores) colaboradores: Doutora Teresa Borges, Joaquim Vacondeus e Maria de Jesus, bem como ao Doutor Tiago Batista do Museu de Imagens em Movimento. Sem eles nada teria sido possível. Ao Instituto do Cinema e Audiovisual I. P. o meu agradecimento pelo apoio dado através da equipa liderada pelo Doutor Paulo Gonçalves. Para a Biblioteca Nacional, fica um especial agradecimento ao seu técnico José Narciso. À Universidade Fernando Pessoa, à Doutora Ana Cláudia Moutinho e os seus colegas, a minha reconhecida gratidão.

Pela *prova de fogo*, agradeço aos Encontros do Cinema Português da Universidade da Beira Interior, na pessoa do Senhor Professor Frederico Lopes.

Agradeço aos meus companheiros de viagem: ao João Martins, à Cláudia Escaleira, ao Nelson Araújo e à Liliana Navarra; à Ana Vitorino, pelos contributos; à Doutora Sara Silva pelo apoio; e ao Fernando António pela inesperada e inspirada companhia e colaboração.

ÍNDICE

RESUMO	VII
ABSTRACT	VIII
RÉSUMÉ	IX
DEDICATÓRIA	XI
AGRADECIMENTOS	XIII
INTRODUÇÃO.....	1
PARTE I – A PRODUÇÃO EM CINEMA NO PANORAMA DAS INDÚSTRIAS CULTURAIS	
CAPÍTULO I – Indústrias da cultura	15
CAPÍTULO II – Conceito de produção em cinema	41
1. A economia cultural global	47
2. O valor dos bens culturais	51
3. O consumo de produções culturais	52
4. O desafio dos agentes culturais	53
5. A nova economia criativa	56
6. A utilização do cinema enquanto produto cultural	73
7. O produtor e o realizador de cinema	74
8. A realização e a produção de cinema.....	75
9. O perfil do produtor.....	76

I. Pré-produção	76
II. Produção	89
III. Pós-produção	91

CAPÍTULO III – Analogias e diferenças entre os sistemas de produção europeu e americano.....	99

PARTE II – A PRODUÇÃO NO CINEMA PORTUGUÊS

CAPÍTULO I – Contexto histórico da produção no cinema português	143
1. Os pioneiros do século XIX	144
2. O século XX	146
2.1 Os anos 20, a década dos produtores	146
2.2 Os anos 30, os anos da política de cinema adiada	150
2.3 Os anos 40 e o filme ‘folclórico’	156
2.4 Os anos 50 e o primeiro apoio estatal à produção	161
2.5 Os anos 60 e os diferentes rumos do cinema nacional	166
2.6 Os anos 70 e o papel do mecenato.....	173

CAPÍTULO II – Recepção e consumos	191
1. Um público diante do seu cinema.....	195
2. A crítica, as suas valorizações e desvalorizações	211

CAPÍTULO III – Presença do cinema português no discurso jornalístico nacional	231
1. A contextualização do cinema português das décadas de 80 e 90 do século XX	234
2. Os filmes, os jornais e as percepções	242
2.1 <i>As Horas de Maria</i> , interrogação ou tese	243
2.2 <i>Manhã Submersa</i> , austero e responsável	253
2.3 <i>Kilas</i> , o filme possível	265
2.4 <i>A Vida é Bela?!... simplesmente</i>	274
2.5 <i>Sem Sombra de Pecado</i> , base para uma identidade cinematográfica	278
2.6 <i>O Lugar do Morto</i> , um clássico fatalmente correcto.....	282
2.7 <i>Ninguém Duas Vezes</i> , ou a representação de uma geração	287
2.8 <i>Um Adeus Português</i> , o primeiro olhar sobre a guerra colonial.....	292

2.9 <i>O Querido Lilás</i> , género desgastante e desgastado	296
2.10 <i>A Mulher do Próximo</i> , o prazer de contar histórias	299
2.11 <i>Recordações da Casa Amarela</i> , uma dissidência chamada João Cesar Monteiro.....	314
2.12 <i>Non ou a Vã Glória de Mandar</i> , para a história de Portugal	329
2.13 <i>Ao Fim da Noite</i> , uma variação <i>Duma Vez Por Todas</i>	339
2.14 <i>O Rei Pasmado</i> , um filme histórico-cómico	345
2.15 <i>Vale Abraão</i> , um legado testamentário	350
2.16 <i>A Casa dos Espíritos</i> , o híbrido das co-produções	359
2.17 <i>Adão e Eva</i> , filme de indústria.....	362
2.18 <i>Adeus Pai</i> , registo intimista	367
2.19 <i>Tentação</i> , uma proposta de ‘cinema alternativo’	370
2.20 <i>Zona J</i> , apela ao voyeurismo dos retratados.....	376
2.21 <i>Jaime</i> , um filme de pessoas	380
2.22 <i>Capitães de Abril</i> , o filme acontecimento	383
3. O cinema português, hoje como sempre.....	388
 CONSIDERAÇÕES FINAIS	 401
 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	 419
 APÊNDICES	 431

INTRODUÇÃO

O número de espectadores de entretenimento é crescente numa perspectiva global. No planeta, biliões de pessoas acedem a programas transmitidos em banda larga e fazem *download* de conteúdos através dos seus telemóveis. Por detrás destes conteúdos, existem ‘exércitos’ de pessoas, todas elas são ‘conduzidas’ por um produtor.

A definição das funções de produtor não se afigura fácil. Será, porventura, mais evidente reconhecer as competências do realizador, do director de fotografia, do argumentista ou do editor. De uma forma simples, o produtor é o planeador, o que providencia, a força por detrás de um projecto. É aquele que alimentou, desenvolveu e conduziu a ideia até à sua concretização. As suas responsabilidades podem-no colocar sob enorme tensão e frustração mas, em todas as circunstâncias, será profundamente compensador, quando (e se) tudo acaba bem.

Estes contributos para o estudo do cinema português operacionalizam e sistematizam, numa fase inicial as ideias que, através da escolha de documentos, da formulação de hipóteses e da elaboração de indicadores, nos permitam sustentar a ideia sobre a qual nos propomos reflectir: qual o papel das condições de produção no sucesso de um filme, em particular no contexto da cinematografia portuguesa como é ela vista na imprensa. A este objectivo presidiu a busca dos documentos e a selecção de alguns dentro dos que se encontravam disponíveis. Da sua leitura seguimos para a sua selecção, conscientes que esta teria de reflectir todos os elementos necessários, o que nos obrigou, em determinado momento, a uma reavaliação do objecto de estudo e à sua subsequente restrição. Assim, o critério adoptado foi o da análise bibliográfica de textos que nos permitissem enquadrar a problemática da produção cultural contemporânea e o

mapeamento desta actividade, numa perspectiva global. Como o foco principal é de carácter nacional, recorreu-se ao arquivo de imprensa da Cinemateca Portuguesa.

Com todo o material reunido, põem-se em relevo as informações naqueles contidos, numa tentativa de encontrar resultados significativos e válidos para interpretações e conclusões. Aqueles materiais demonstram-se em textos tanto de natureza diferencial como funcional, ou seja, que nos permitem a elaboração de hipóteses e nas quais estão presentes os factores pré-existentes (e os fenómenos), dentro da problemática da produção cinematográfica. Desta forma, encontraremos uma estrutura que assinala os registos e o seu significado que, quando enumeradas, nos permitem validar e fidelizar a tese. Este estudo reflectirá as implicações da produção em cinema, procurando uma homogeneidade do processo, presente em diversos contextos, cuja pertinência acreditamos ser objectivamente fundamental no sucesso de um filme. É, portanto, uma investigação qualitativa que serve o assunto e nos ajuda a aferir o que nos propomos: o que preside ao sucesso de um filme. Acreditamos que as nossas citações de autores, de conceitos, de críticos e jornalistas de cinema ilustram, detalham, enquanto provam, dentro dos limites do quadro teórico e dos objectivos da investigação, o contexto. Ajudam-nos, ainda, a uma construção analítica, desta forma, verificável, adequada ao enquadramento lógico seguido. Isto é, após a leitura de todos os documentos, directa e indirectamente, relacionados com a temática, foram seleccionados aqueles que abordavam, de forma compatível, aquele assunto e nos conduziam à análise interpretativa, ilustrativa, da prática da produção no âmbito do cinema contemporâneo português e da sua influência no sucesso (aferido através da análise quantitativa, dos números de público) de um filme, num determinado período (nas décadas de 1980 e 1990) o que criou, por sua vez, a necessidade de analisar o *corpus* de notícias sobre o cinema português. A escolha deste período deve-se ao facto de ser, como nos indica Luís de Pina (1986: 210), o momento da nossa cinematografia, em que um grande número de espectadores assistiu às produções portuguesas – condição fundamental para aferir o sucesso – desencadeando o fenómeno dos *blockbusters* nacionais. Dada a pouca facilidade em aceder à totalidade dos documentos que servissem completamente a nossa pesquisa optámos por utilizar, primordialmente, a imprensa escrita, não nos limitando àqueles das publicações diárias ou semanais nacionais de referência, como *O Século*, *O Comércio do Porto*, *O Jornal*, o *Diário*

Popular, *A Capital*, o *Diário de Notícias*, o *Público*, *O Expresso*, entre outros. Incluímos na investigação outras publicações, alguns jornais regionais, revistas e suplementos que pela complementariedade e pertinência das suas exposições, sobre determinado filme e mesmo quando a suas origens não são formalmente identificadas, sempre que se justificou.

Na primeira parte deste trabalho, pretendemos introduzir conceitos intimamente ligados ao estudo do cinema e ao processo de produção, das responsabilidades que encerra, no âmbito de uma equipa mais ou menos vasta. Apresentaremos um retrato historiado da produção americana e europeia, para, finalmente, realçar a produção no âmbito das indústrias da cultura.

Na segunda parte, aprofundaremos a produção cinematográfica em Portugal de longas-metragens de ficção, a sua história, os seus números, o seu impacto na nossa cultura e na nossa expressão nacional. O retrato da produção em cinema português, dos anos 1980 e 1990, realizado através do olhar (crítico) da imprensa, justifica-se pelo facto de, tanto para a ideia de autor como de género, depende(ram) desses juízos (estéticos), assumindo o filme como significante e significado.

Interessa debater, no âmbito deste trabalho, de que forma um filme chega ao espectador e este faz dele um sucesso. Deste processo fazem parte fenómenos do âmbito da percepção, da estética e da sociologia, mas essas reflexões extravasam a nossa abordagem ao fenómeno embora se encontrem diluídas neste trabalho. De acordo com Biondi (2005: 12), o cinema é um fenómeno complexo e orgânico, um sistema, na sua organização, controlo, estrutura e interacção, e dele interessa-nos entender de que forma a componente económica é uma parte formadora do seu estatuto e não só a componente estética, que tanto o caracteriza. Tentaremos, então, demonstrar que, para além das suas componentes e efeitos estéticos, sociais, psicológicos ou semânticos, a cinematografia depende da premissa de que o cinema (o audiovisual em geral) pode (e deve) ser considerado um produto. O cinema é uma memória «concreta da vida», «a memória que mais se aproxima da vida», que, para além de ser reconhecido nas suas formas, enquanto imagem visual, mental e ideológica, é a arte que «sucessivamente desfaz e

refaz clichés¹, e que esse caminho se faz por metamorfose contínua» (Areal, 2011b: 442). Mas pretendemos, acima de tudo, que a utilidade deste trabalho se encontre na possibilidade de compreender o processo produtivo e, portanto, económico, que caracteriza o cinema.

Acreditamos, como Carolina Overhoff Ferreira (2007: 7), que o estudo sobre o cinema português tem sido, de uma forma geral, raro e principalmente focado na descrição da sua história e estética. Procuramos, usando o resultado das notícias e reflexões críticas, encontradas na imprensa nacional, fazer um retrato da produção do cinema, esclarecendo relações de causa e efeito entre arte², indústria e sucesso no âmbito da cinematografia portuguesa. Cremos que escrever desta forma sobre cinema é suportar simultaneamente duas posições aparentemente contrárias: «que não existe qualquer conceito que reúna todos estes cinemas – a arte cinematográfica e o que decorre da indústria do lazer; e [...] que o espaço onde circula o pensamento do cinema obriga a determinar entre eles.» Jacques Rancière (2012: 14-6).

Assim, a nossa posição é aparentemente semelhante à do *amador*: não recusamos a autoridade dos especialistas, mas reexaminamos a maneira como as fronteiras dos seus domínios se desenham no cruzamento das experiências e dos conhecimentos, permitindo-nos traçar um “itinerário”, pessoal, que acrescente conhecimento.

O papel de um produtor é, sempre, crítico, porque central, em qualquer projecto e as responsabilidades e pressões podem ser fontes de tensão, mas é, no final, uma profissão enormemente compensadora e recompensadora (Worthington, 2005: 11). É uma actividade muito laboriosa, cheia de desafios, imprevistos e, raras vezes, *glamourosa*. Nos últimos anos, temos podido assistir a um crescente interesse pelo cinema, havendo alguma variedade e quantidade de análises – particularmente, sobre a

¹ É «a forma de representação imagética no cinema, a entidade semiótica que melhor caracteriza a linguagem do cinema. Porém, os clichés gastam-se e o cinema continuamente transforma e inventa novos clichés. [...] é o processo pelo qual recordamos as imagens mais fortes [...]» (Areal, 2011: 442).

² «o cinema moderno se encarregou de demonstrar à evidência a importância da criatividade dos autores, suplantando o mero exercício visual. [...] É realizador quem recria a realidade e manuseia com qualidade os diversos materiais que estão ao seu dispor» (Capucho, 2008: 39).

obra de determinados realizadores ou estudos de alguns aspectos específicos do cinema, das suas questões sociológicas ou estéticas. Consideramos, porém, faltar alguma reflexão, para além daqueles aspectos. Por isso, acreditamos poder ir para além dessas contribuições, trazendo um aprofundamento do papel do produtor, da produção, em audiovisual, em particular, no cinema.

No entanto, para tal, não podemos – nem queremos – deixar de abordar as questões adjacentes à teoria do cinema, enquanto meio de comunicação, sublinhando as relações e regulações menos óbvias, já que o teórico do cinema distingue-se do ensaísta pela sua acentuação no sistemático. Teorizar é, por necessidade, invocar o critério da consistência lógica e, assim, interligar logicamente vários e diversificados elementos em cada estágio do seu desenvolvimento, fornecendo-nos um novo ponto de vista sobre o assunto (Tudor, 2009: 12). Permitimo-nos trabalhar para a formulação de um conjunto sistemático e geral de conhecimentos sobre cinema, testados empiricamente, com efeito, numa contribuição para a ciência do cinema. Faremos, para isso, uma espécie de montagem de conceito e relatos, que ilustrem o percurso desta investigação e, portanto, da história e das histórias do cinema.

Gostaríamos de conduzir este impulso pelo interesse no cinema, reunindo elementos intra-cinematográficos, de forma a estabelecer uma teoria, uma tese, uma formulação de hipótese, através de materiais diversos – com a aplicação do método científico movido pela tarefa de alargar os nossos conhecimentos sobre o cinema e mostrar a relação entre a produção em cinema e o sucesso de um filme – da mesma forma que Eisenstein oferecia a montagem como árbitro estético fundamental do gosto, como parte de uma teoria de *como o cinema afectava realmente as pessoas*, e não tanto realizar juízos de valor (Tudor, 2009: 16). Para tal, servimo-nos mais dos modelos do que das teorias da estética do cinema.

Tudor esclarece como a montagem não interfere com as coisas, mas as ordena, ou como a escrita ordena o pensamento.

O «conceito de montagem é agora utilizado de forma a envolver um alcance muito mais amplo. Todos os elementos multiformes que fazem um filme podem ser agora conceptualizados dentro do novo esquema. A forma mais extrema do axioma é que as partes fazem os todos, e os todos são muito diferentes da soma das suas partes. [...] A noção de unidade é agora cada vez

mais proeminente. A montagem continua a ser importante *mas dentro do contexto de, e em união com os outros elementos do filme*. [...] Uma obra é orgânica, argumenta Eisenstein, quando as *leis* pelas quais a obra é criada [...]. “A força da montagem reside nisto, no incluir no processo criativo as emoções e o espírito do espectador. O espectáculo é obrigado a sentir a *mesmíssima estrada criativa pela qual o autor seguiu ao criar a imagem*”» (Tudor, 2009: 42-8).

Marie-Thérèse Journot (2005:79) conclui que falar de montagem obriga a falar de Eisenstein cujo maior interesse eram os «mecanismos da “linguagem” filmica». Para Eisenstein, a *montagem* é um elemento desse processo, nunca simples:

«Não considerando a montagem *nem como nada nem como tudo*, acho oportuno nesta conjuntura lembrar que a montagem é uma *componente* da produção do filme. [...] Deve-se, admite ele explicitamente agora, dar igual atenção tanto às características formais do filme (montagem) como o conteúdo. A força da montagem reside nisto, no incluir no processo criativo as emoções e o espírito do espectador. [...] O expressionismo destrói a unidade espacial dobrando-a; a montagem fragmentando-a. A forma não natural tornou-se o pecado original cinematográfico.»

A montagem é, para muitos realizadores, e nomeadamente para Claude Chabrol, o verdadeiro momento de fabricação do filme³.

Finalmente, adoptamos a reflexão de João Mário Grilo (2006b: 51): «Pensar a montagem no cinema, pensar a montagem como o cinema, significa libertar a coisa, a matéria, da dignidade artificial da forma que a envolvia.»

³ «Devo ser demasiado poupado nos meus esforços para aceitar que uma parte do meu trabalho termine no balde do lixo [...] é preciso ter atenção para não mecanizar as coisas. Os storyboards, que eu detesto, conduzem, obrigatoriamente, a uma mecanização. [...] Geralmente, filmamos unicamente aquilo que o montador ou a montadora precisam, o que lhes facilita muito a tarefa, porque eles, depois, não têm diferentes soluções para tentar. Têm apenas uma solução. E esta solução, por isso mesmo, é extremamente frágil, porque os cortes serão feitos num fotograma preciso. [...] Na montagem tradicional, trabalhamos com a película, pelo que dispomos de uma cópia positiva do negativo, a partir da qual, com tesouras e cola, fabricamos materialmente o filme. [...] o filme é copiado sobre um disco e, a partir daí, fazemos aquilo a que chamamos uma montagem digital, isto é, podemos separar as imagens e depois gravar ou apagar a montagem que fizemos. [...] Tudo isto é fantástico, mas esta facilidade retira um pouco de precisão à montagem, porque sabemos que nada será irreparável. [...] por isso [na montagem real], somos obrigados a pensar duas vezes antes de fazermos um corte. No digital, fazemos experiências, apagamos e recomeçamos. [...] Depois, hoje em dia, tudo é complicado pelo frenesim da velocidade. É preciso que os filmes andem rápido. [...] Não é sequer uma exactidão ao segundo, mas sim à vigésima-quarta fracção de segundo.» (Chabrol, 2010: 79-83).

Se pudéssemos ser audazes, libertaríamos, neste trabalho, o cinema da sua história para o devolver à pura experiência.

O cinema desenvolveu-se a partir da fotografia e, para os pensadores do século XIX, a realização mais característica da fotografia⁴ residia na sua capacidade de reproduzir a realidade. Esta invenção encontrou Georges Méliès, o “mágico”, que viu no cinema a nova fonte de ilusão: «Os rebentos destas sementes iriam dividir a *estética* do cinema em dois» (Tudor, 2009: 19), a génese da oposição entre o cinema americano, ‘natural’ e linear, e o europeu, ‘estético’ e mais complexo. O resultado destas divisões tem sido a compreensão da teoria do cinema através de moldes, impedindo, de facto, o seu avanço e o abandonar de (algumas) polémicas estéreis. Para tal, entende-se que a única maneira de evitar tais radicalismos passa por nos retirarmos da discussão puramente estética e optarmos por um campo metodológico neutro, defendendo que o interesse da reflexão que apresentamos, pode ser encontrado nas partes, mais do que no todo, das ideias sobre o cinema, a arte e a técnica⁵ que sofreram tantas transformações e nos conduzem o olhar preponderantemente para o presente. Adoptando uma abordagem mais específica às questões sobre o papel do cinema, num contexto cultural, social, político e económico, justificando, pela sua importância enquanto meio de comunicação de massa, potencialmente o mais poderoso de todos – graças à televisão e, agora, dos meios disponíveis através da *internet* mas, também, dada a sua importância económica.

O que se exige aos meios de comunicação de massa é que cubram todos os sectores da sociedade, de modo a que esses vários elementos sociais possam encontrar-se em contacto uns com os outros, e esta é a possibilidade que os filmes nos dão, aumentam a nossa consciência da extensão de um mundo novo e da extensão das mudanças. Através desta consciência, supõe-se que acabaremos por conhecer muito melhor o nosso mundo, talvez porque, como Bazin⁶ e Kracauer, gostarmos de filmes

⁴ Barthes (1989: 161 e 164) fala de como o cinema domesticou a fotografia, acrescentando que como esta – e na nossa opinião também o cinema – como forma de espectáculo pode ser submetida «ao código civilizado das ilusões perfeitas ou enfrentar nela o despertar da inacessível realidade».

⁵ “imaginar o cinema evoluindo como uma linguagem [...] ou “sobressalto técnico”» (Cousins, 2002: 11).

⁶ André Bazin foi um dos críticos de cinema franceses mais influentes após a Primeira Guerra Mundial, as suas opiniões eram de sobremaneira consideradas, pela sua profundidade das suas análises críticas, mesmo quando se debruçava sobre filmes de menor qualidade. (Bazin, 1992).

primordialmente pela relação que, com eles, estabelecemos enquanto *meio*, para além das respectivas estéticas (Tudor, 2009: 68).

A «tendência geral de toda a abordagem de Bazin é a de *justificar* os seus juízos estéticos pela referência à natureza fundamental do *médium*. A dificuldade está em ele ter duas naturezas fundamentais, duas opiniões diferentes sobre a mesma coisa. [...] Assim, dada a forma mal orientada da argumentação característica desta abordagem estética, o realismo puro e o realismo espacial não podem ser ambos justificados.» (Tudor, 2009: 109-10)

E, assim, Bazin está interessado nas *características partilhadas no mundo artificial*, no cinema e no mundo, porque, argumenta, estas são as nossas matrizes para a concepção de espaço.

«Estas são as componentes básicas das duas concepções de realismo de Bazin. O realismo purista, no seu limite, é o documentário total. É a revelação neutra, impassível, não-humana de um mundo objectivo. [...] O critério estético dominante reside na fidelidade de um filme à realidade *natural* exterior. [...] Aqui o realismo provém da fidelidade ao denominador comum básico, à distribuição espacialmente natural dos objectos. [...] Tal como Kracauer, Bazin parece ser inevitavelmente arrastado, contra sua vontade, para os extremos. Consequentemente as suas decisões estéticas práticas ostentam certas peculiaridades. Se não fosse pela subtileza dos seus escritos críticos, pareceriam, sem dúvida alguma, tão obviamente estranhas como as de Kracauer. [...] Uma das consequências do desvio de Bazin para o realismo espacial é a de a montagem se tornar no criminoso-mor. Nos anos trinta Renoir é o único representante do realismo no cinema: [...] A montagem, argumenta agora Bazin, é o “processo anticinematográfico *par excellence*; o cinema propriamente dito encontra-se no absoluto respeito fotográfico pela unidade de espaço”. Assim o realismo espacial envolve tanto à sua opinião sobre os elementos *plásticos* como sobre os da *linguagem* do *médium*. O expressionismo destrói a unidade espacial dobrando-a; a montagem fragmentando-a. A forma não natural tornou-se o pecado original cinemático.» (Tudor, 2009: 110-15)

A opção passa pelo facto das estéticas sofrerem alterações à medida que o próprio cinema evolui, como podemos ver, por exemplo, no declínio do cinema europeu e do crescente interesse pelos filmes americanos. Sendo impossível, no contexto deste exercício, avaliar a magnitude dessas mudanças, não nos furtamos a abordar conceitos, como a importância do crítico/jornalista de cinema enquanto mediador, a sua responsabilidade na definição de áreas artísticas (e comerciais) e na afirmação de uma Europa com um cinema livre e criativo, enquanto, por contraste, o americano se

apresenta como o mais contido no seu modelo e, portanto, o popular. É, apesar de tudo, na teoria de autor, na *politique des auteurs* dos *Cahiers du Cinéma* e nas opiniões de Truffaut e dos seus colegas, que se encontra uma posição que permitiu, por exemplo, o apoio a certos realizadores americanos como Hitchcock⁷, Ford, Hawks, Losey, Preminger e Walsh (Tudor, 2009: 124). 124). O apoio a estas figuras americanas foi polémico e característico daquela política.

A teoria parte da noção central de que o realizador é o verdadeiro (e, portanto, o único) criador do filme - se bem que ninguém nega a natureza colectiva da produção cinematográfica. A importância crucial da concepção do realizador faz parte do *cânone ortodoxo*. Na Europa, considerava-se que o realizador estava relativamente liberto das pressões comerciais (de Hollywood) e era esta *liberdade* que lhe permitia ser um *autor* e que, sendo *o autor* a fazer um filme, este tinha de ser bom, o que, no limite, equivalia a não ser necessário ver (de facto) os filmes, bastando só saber quem os realizou. Não acreditamos que assim seja. A teoria de autor serviu para isolar as preferências de grupos que, através de um dado critério, realizavam juízos de valor (estéticos) – não acreditamos que servissem para o culto de personalidade. É, então, um princípio de análise de uma estrutura central, a que todos os filmes de um realizador obedecem, e que, caso não seja assim, poderá querer dizer que ele não foi capaz de impôr a sua personalidade à obra realizada. Desde que a obra de um realizador revele uma estrutura central, ela é uma obra de autor, porque apresenta algo em comum, e pode ser analisada pelos críticos.

Da mesma forma, a definição de géneros fílmicos advém daquela análise crítica que enquadra um filme numa categoria inteligível. Da mesma forma que o crítico determina os critérios em que a classificação se baseia, também determina o nome dado aos grupos de filmes que daí resultam. Se assim não fosse, os filmes seriam meramente definidos pelo tema, enquanto, desta forma, são incluídos outros factores, como sejam as convenções culturais, para distinguir cada um deles (Tudor, 2009: 126-9). Porém, estes critérios de nada valem se não forem partilhados por todos, pelos realizadores, pelos produtores e distribuidores, e porque um filme funciona de forma diferente junto

⁷ «Hitchcock festejaria os 40 anos já na América. América onde iria viver outros 40 anos da sua vida e que o tornaria “o maior cineasta inglês” num dos maiores cineastas do mundo.» (Cinemateca Portuguesa, 1999: 53).

do público, pelas expectativas criadas pelo género em que se insere. O conhecimento de convenções, como o género, são facilitadoras, permitindo comunicar com o espectador, numa economia de meios, como na publicidade e na crítica cinematográfica.

«[...] os géneros são fundados num acordo tácito entre o público e realizadores, porque a identidade comum dos géneros deve-se a um número de convenções partilhadas de filme para filme. [...] Como não há uma indústria de cinema em Portugal, não há géneros cinematográficos que estabeleçam uma identificação do público com temáticas e actores. [...] os realizadores/autores querem contar a sua ‘pequena história pessoal’. [...] não havia um conjunto significativo de pessoas com talento para assegurar uma produção regular do género. [...]. O género é um produto da estrutura económica e institucional da produção cinematográfica. Ele faz parte de um processo tripartido: produção, marketing (distribuição e exibição) e consumo. Nesta lógica, a sua definição adquiriu nitidez no período clássico de Hollywood, devido à divisão do trabalho que fez com que os estúdios fossem identificados com a produção específica de um género, [...]. O género encontrou a sua excelência na indústria de Hollywood porque operou uma restrição temática e formal que facilitou a sua identificação. [...] Cada género tem um conjunto convencional de elementos de intriga, ou um conjunto de cenas obrigatórias que o identificam, [...]. Mas também têm convenções formais [...]» (Damásio, 2006: 17-8)

Marginalmente, o conceito de género é indispensável em termos sociais e psicológicos, como um modo de formular a interacção entre cultura, público, filmes e realizadores – quando este último é afectado por essas convenções em relação àquilo que está a fazer, podemos afirmar que foi dada ênfase comercial ao filme de arte⁸. Dito de outra forma, e porque o público de cinema é um público diferente do público (passivo) da televisão e porque, nesse processo, há uma figura essencial no cinema, que é o produtor, a História do cinema não pode ser só a História dos (grandes) realizadores e actores mas também a História dos (grandes) produtores. O nosso grande obstáculo à abordagem desta questão é o facto de, sobretudo nos anos 70 do século XX, um certo cinema europeu passar a desprezar o produtor, a considera-lo *persona non grata* e um ‘inimigo do realizador’. Mas reafirmamos que não há cinema, ou teatro, sem produtor, como não há sem realizador ou sem encenador, como preconiza António-Pedro Vasconcelos⁹. É uma parceria indispensável, especialmente se for um produtor activo,

⁸ Fenómeno que ocorre quando «o génio hipoteca temporariamente a sua integridade», diz Woody Allen (2007: 47).

⁹ Jornal *Público*/Ípsilon, 29 de Janeiro de 2010.

que intervém (no bom sentido), que respeita o trabalho do outro e precisa ver o seu respeitado. Se não houver essa ligação, não há filme, não há arte.

PARTE I – A PRODUÇÃO EM CINEMA NO PANORAMA DAS INDÚSTRIAS CULTURAIS

CAPÍTULO I – INDÚSTRIAS DA CULTURA

Centrando a nossa atenção na questão das indústrias da cultura enquanto produtoras de sentido cultural, no âmbito do fenómeno comunicacional, obrigamo-nos a assinalar a sua presença na sociedade contemporânea, na concepção de produção cultural e no cinema, em particular. Com efeito, aceitamos que, no espaço por elas ocupado, caracterizado pela fragmentação, encontramos uma área de conflito onde os consumos são diversos. Neste novo paradigma comunicacional, onde os receptores (audiências plurais) não são passivos nem os produtores capazes de os atingir a todos, verificam-se variações de posturas face aos bens simbólicos transaccionados. A cultura será, assim, um instrumento de comunicação, para além de ser uma manifestação do mundo abstracto, de uma certa visão do mundo.

Theodor Adorno, sobre a indústria da cultura, adverte que o termo *indústria* aplica-se, neste contexto, à padronização do objecto e à racionalização das técnicas de distribuição e não apenas ao processo de produção. A expressão terá, provavelmente, sido utilizada, pela primeira vez, no livro *Dialéctica do Iluminismo*, editado por Adorno e Horkheimer, quando falavam, nas versões iniciais, de *cultura de massas*, que viria a ser substituída pela expressão *indústria da cultura*, com o intuito de excluir a possibilidade de se tratar de outra coisa – como uma cultura que surge espontaneamente das próprias massas (as formas contemporâneas da arte popular).

«A expressão indústria da cultura foi provavelmente utilizada pela primeira vez [...] em 1947. Nas versões iniciais, falava-se de ‘cultura de massas’. Substituímos esta expressão por ‘indústria da cultura’, a fim de excluir, logo à partida, a interpretação que convém aos advogados daquela, ou seja, que se trataria de qualquer coisa como uma cultura que surge espontaneamente das próprias massas, a forma contemporânea da arte popular. A indústria da cultura encontra-se nos antípodas de tal concepção. Ela reorganiza o que há muito se tornou um hábito, dotando-o de uma nova qualidade. Em todos os sectores, os produtos são fabricados, mais ou menos, segundo um plano, talhados para o consumo das massas e, em larga medida, determinando eles próprios esse consumo. A indústria da cultura é a integração propositada dos

seus consumidores a partir de cima. A indústria da cultura subverte a atenção concedida às massas ao duplicar, reforçar e intensificar uma mentalidade que presume inata e inalterável.» (Adorno, 2003: 97-8).

A indústria da cultura (e não as indústrias criativas que, com ela, colaboram) existe para a reorganizar e requalificar, produzindo de acordo com um plano dirigido às massas e integrando os consumidores, a partir do pressuposto de que detém uma mentalidade inalterável, a acção das indústrias, adoptando o factor lucro transposto para as formas culturais. E aqui assumimos que por serem produtos sujeitos ao mercado e por serem a fonte de rendimento dos seus intervenientes, aquele factor, industrial, passou a ser incontornável. O desejo de lucro ocorre de forma indirecta e derivado da sua autonomia – o princípio do efeito que ela própria imprime ao rigor dos seus produtos. Na sua essência, a cultura não se limita a reproduzir os desejos dos homens, mas foi sempre uma voz que “homenageava a humanidade”. Posto isto, as formas culturais da indústria da cultura deixaram de ser meras mercadorias e tornaram-se obras completas.

«As formas culturais no estilo da indústria da cultura deixaram de ser *também* mercadorias: são-no agora de forma integral. Esta modificação quantitativa é tão grande que produz fenómenos radicalmente novos. [...] A indústria da cultura transforma-se em *public relations*, na mera produção de um *good will*, sem ter em conta empresas particulares ou específicos produtos comercializáveis.» (Adorno, 2003: 99)

Havendo esta dupla posição, podemos reafirmar o cinema como uma indústria da cultura, independentemente do seu objectivo no mercado. O cinema, como sector central na indústria cultural, revela afinidades com as metodologias técnicas de actuação em termos de divisão extensiva do trabalho, utilização de máquinas, afastamento dos trabalhadores dos meios de produção, expresso no eterno conflito entre os artistas activos dentro da indústria da cultura e os que detêm o poder decisório. A indústria da cultura é industrial, no sentido das suas designações e na sua relação com o exterior. O cinema é, para o exterior, uma técnica industrial onde o produto é reproduzido mecanicamente e distribuído de acordo com regras e leis do mercado, e é dessa forma que se impõe (Adorno, 2003: 98-9).

Assim, o campo da indústria cultural caracteriza-se, fundamentalmente, por obedecer às demandas do mercado, e os seus produtos decorrem das condições de

produção, sendo bens produzidos segundo o nível do público. Assim, a distinção entre *arte legítima* e *arte industrial* advém da sua proximidade ao mercado e da sua relação com a procura (preestabelecida). A oposição entre comercial e o não comercial encontra-se em toda a produção cultural.

O cinema é arte e cultura, difundida para o público e, sem este, não tem razão de ser.

Acrescentamos a esta noção a do cineasta Gustavo Dahl¹⁰, que considera também um conjunto de actividades e serviços e, portanto, assente numa cadeia económica em que os elos da produção, distribuição, exibição e difusão são como vasos comunicantes. A sua principal função será, neste âmbito, a social, a de fornecer lazer, melhorando a qualidade de vida dos seus espectadores. Enquanto isso, os resultados comerciais de um filme podem muito bem ser indicadores de vitalidade económica e social do contexto em que são exibidos. É, para nós, inegável a importância da produção de filmes – seja qual for o formato, género e modalidade de registo - como uma forma de expressão quer individual, quer colectiva, da sociedade e é neste sentido que o *marketing* (global) destes produtos difunde valores e hábitos de consumo.

De acordo com o diário *Público*¹¹, há indicadores, tendo em conta as tendências dos últimos anos, no relatório do Lab for Culture¹², sobre a forma como a arte e a cultura vão responder à crise, dados que permitem concluir que há maior procura de bens e serviços culturais, mas menos apoios estatais, obrigando à utilização de modelos competitivos de outras áreas a serem aplicados às artes ou à procura de novos modelos de negócios.

Subscrevendo a hipótese de que todo o filme tem o seu público, o sucesso não se dá só na contemporaneidade do espaço. Pode, na verdade, verificar-se ao longo do

¹⁰ Dahl, 2002.

¹¹ Jornal *Público*, 17 de Abril de 2009.

¹² Lab for Culture é um projecto integrado na Fundação Europeia da Cultura (ECF), embora se mantenha independente deste ao nível operacional. Todas as decisões de conteúdo e orientações são dadas pelo seu Director, assessorado por uma equipa de parceiros e especialistas. [Em linha]. [Consult. 24 Novembro. 2013]. Disponível em <URL: <http://www.labforculture.org/en/home/contents/2009/how-can-the-cultural-sector-survive-the-financial-crisis>>.

tempo, viajar e encontrar novos públicos e, até, um reconhecimento maior do que teve na sua estreia. A qualidade do seu público, em termos de formação de opinião, de prestígio intelectual e artístico, é uma forma de resultado, para aferir sobre o seu sucesso.

Para Gustavo Dahl¹³, a ideia, a imagem, que uma sociedade e o mundo têm de uma cinematografia nacional importa tanto e é tão preciosa quanto a sua inserção no universo do consumo massificado. A diversidade de um cinema nacional e a sua capacidade de ampliar e enriquecer a experiência de vida de quem assiste é um valor intangível sem deixar de ser um bem material.

Numa apresentação simplificada do raciocínio de Alexandre Melo (1994: 13-31), distinguem-se três dimensões de funcionamento do sistema da arte contemporânea:

i. a económica

Visível apenas quando a obra de arte surge como produto do processo económico de produção (do autor), a distribuição/circulação (a venda) e o consumo (compra). A actividade do autor, enquanto produtor, é indissociável da actividade de um conjunto de outros agentes: os financiadores, os fornecedores, os colaboradores e os técnicos. A diversidade de custos e condições de produção leva à questão da autonomia financeira do artista, o que em termos do financiamento, conforme o seu nível de rendimento e os custos de produção pode, ou não, ter de recorrer ao financiamento por parte dos outros agentes.

ii. a simbólica

Acontece quando a obra se transformam no objecto de discurso cultural; é o conjunto das actividades do grupo de agentes que designaremos por comentadores e exibidores, validando e legitimando a obra ao nível da sociedade global. O autor refere-se, naturalmente, ao elemento de prazer emocional ou intelectual que, por exemplo, a maior parte dos coleccionadores aponta como principal motivação da sua actividade.

¹³ Dahl, 2002.

iii. a política

«A legitimação e validação social global que a sua dimensão simbólica traz ao sistema da arte contemporânea faz com que a sua existência seja reconhecida e, até certo ponto, enquadrada pelas instituições públicas, dando assim lugar a uma dimensão política que se articula intimamente com as dimensões já referidas e produz efeitos significativos em termos de legitimação social, na medida em que introduz a representatividade do Estado como caução e garante da relevância social das obras de arte, de consagração social. Mas há outra opção, cumprida pelos responsáveis pelas políticas de aquisições públicas de obras de arte, pelas políticas de apoios, subsídios e encomendas, no interior de uma cadeia hierárquica – frequentemente, os mesmos agentes são encontrados em diferentes dimensões, desempenhando funções diferenciáveis mas complementares.» (Melo, 2001: 11-2).

Consideramos o raciocínio de Pierre Bourdieu, e a sua análise de como se relaciona a produção cultural, o cinema, em particular, neste sistema e nas suas áreas mais características:

I. O capital simbólico e mercantil (do bem cultural)

Nesta perspectiva, a criação artística tem o seu espaço na distribuição de capital, onde diferentes manifestações artísticas ocupam diferentes posições, definidas pela posse de determinado capital específico ou de reconhecimento e o espaço que ocupa na estrutura de distribuição; qualquer posição é definida pela relação no campo das possibilidades e muda sempre que há mudança no universo de opções que são oferecidas aos produtores e aos consumidores. O significado de um trabalho artístico, literário, filosófico ou outro altera-se automaticamente a cada alteração no campo do espectador ou do leitor. A posição ocupada no campo da produção cultural é contextualizada pelas condições de produção cuja ordem (cultural) é indissociável das regras e leis de outras áreas. Dentro de um princípio de dinâmica, todos os factores contribuem para as condições de criação de um objecto cultural, por exemplo, um discurso crítico ou histórico sobre arte pode ser considerado uma condição de produção, o reconhecimento do valor de um trabalho, presente em cada discurso crítico, legitima o e produz o valor da obra (Bourdieu, 1993: 30-36). Bourdieu esclarece que a ciência da representação social da arte e a correcta relação com os trabalhos sobre arte (em

particular, através da história social do processo de autonomização¹⁴ dos campos intelectuais e artísticos) é um dos pré-requisitos para a constituição de uma rigorosa ciência da arte, porque a confiança no valor do objecto artístico, que é um dos maiores obstáculos à constituição da ciência da produção artística, é a realidade do trabalho artístico. A criação como representação da produção artística, longe de qualquer determinismo ou função social, atinge o seu máximo com as teorias de arte pela arte, sem qualquer relação ou referência ao exterior.

Considerando que o trabalho artístico só existe como objecto de representação simbólica se for conhecido e reconhecido pelo público, a sociologia da arte e literatura têm de observar esse trabalho não apenas como produto artístico, mas também simbólico. A valorização de um produto artístico advém não só dos seus produtores directos, como sejam os críticos, agentes, galeristas, editores, mas também das condições sociais em que foi produzido e por quem (e quantos) foi usufruído. Assim, devemos entender o trabalho artístico como uma manifestação de um todo, onde os poderes e determinismos inerentes se encontram numa estrutura e funcionamento concentrado (Bourdieu, 1993: 37), havendo, por consequência, uma lógica económica no acto criativo baseada na determinação da intenção estética. Há condições económicas às quais até podem ser indiferentes, mas a busca de posições intelectuais e artísticas arriscadas pode, quantas vezes, ter, ou não ter, retorno económico. No campo da produção artística e intelectual, há uma luta entre os dois princípios da hierarquização: o princípio da heteronímia, favorável àqueles que dominam económica e politicamente esta área (como os produtores), e o princípio da autonomia, ou da arte pela arte (defendida por aqueles que consideram uma certa independência, deste capital, do sistema económico) e que valorizam um falhanço, para quem sucesso é sinónimo de compromisso com o sistema¹⁵. Esta atitude varia segundo a época e a tradição,

¹⁴ A autonomização da produção intelectual e artística corresponde à formação de uma categoria socialmente distinta de artistas/intelectuais profissionais que pretendem liberar a produção e seus produtos da dependência social. O movimento ocorreu a ritmos diferentes segundo as sociedades e esferas da vida artística, mas acelerou-se consideravelmente com a Revolução Industrial e leva a uma ruptura dos vínculos de dependência dos artistas em relação ao patrão ou a um mecenas, propiciando ao artista liberdade. Para muitos essa ruptura foi apenas uma mudança de alteração e a sua submissão passou a ser às leis do mercado de bens simbólicos (Bourdieu, 1993: 113).

¹⁵ O «que hipoteca temporalmente a sua integridade» (Allen, 2007: 47).

afectando toda a estrutura de produção cultural.

O valor é o que um determinado capital artístico ou intelectual representa para determinada facção, resultado da luta para dominar determinada área, na produção e reprodução de capital económico.

II. O processo de legitimação (da produção cultural)

A luta no campo da produção cultural sobre a imposição da legitimação, de um modo de produção, é inseparável da luta dentro da classe predominante para impor o princípio dominador. Nesta luta, os artistas, os mais ricos em capital específico e os mais preocupados com a autonomia, podem ter a sua posição enfraquecida pelo facto de alguns competidores conseguirem identificar os seus pontos fracos, dentro dos princípios dominantes da hierarquização que procuravam impor. É assim que encontramos, em qualquer campo da produção cultural, artistas que são obrigados a manter uma posição ambivalente, relativamente às vendas e número de público, leitores, espectadores e que oscilam entre as *suspeitas* solicitações do campo cultural, que, com vista ao sucesso comercial os *empurram* para a produção, comprometendo-os entre as normas de produção e consumo e as expectativas do público.

Bourdieu considera que o campo da produção cultural necessita de menor capital económico que outras áreas (de produção) e, acrescenta, assume o risco de ser uma actividade pouco reconhecida como profissão por ser transgressora – no que diz respeito às normas estabelecidas para a produção e consumo, porque há uma relação diferente naquilo que é a gratificação material, o lucro legítimo ou o reconhecimento dos seus pares. O princípio da legitimação pode ser encontrado em três situações, conflituantes entre si, a saber: o reconhecimento, de um conjunto de produtores por outro; o princípio da legitimidade, que corresponde ao gosto da fracção da classe dominante; e, finalmente, a legitimidade que advém do gosto das massas, popular, do consumidor indiferenciado (Bourdieu, 1993: 51). Um mercado em expansão, permite o desenvolvimento do campo cultural e do número de produtores e a abertura de um sem número de posições no campo da produção cultural que, oferecendo recursos básicos a artistas sem recursos individuais, possibilita um certo grau de autonomia. Para além de ser factor libertador para a criação, esta abertura, permite, também, o aparecimento de

novos níveis, categorias, de produção que subsistem longe dos constrangimentos de mercado.

É possível, que o artista e os responsáveis pela colocação do seu trabalho no mercado e o seu público-alvo pertençam, ou não, ao mesmo grupo, mas, hoje, estamos certos que, com uma comunicação adequada, um artista independente faz chegar o seu trabalho a um universo muito maior do que antes.

Na história da atribuição de prémios ou de reconhecimento entre os pares, podemos sempre encontrar exemplos, surpreendentes, de criadores, produtores, que não procuravam o aplauso das massas, mas, nelas, encontraram a valorização do seu trabalho. Mas na área da produção cultural ou artística, não há espaço para ingénuos, como nos diz Bourdieu (1993: 60-3), é necessário que o artista e o público reconheçam que o objecto artístico está sempre condicionado pelos objectivos e demanda do campo. Há que ter, ainda, em consideração a carga implícita do lugar que determinado artista ocupa no meio e as motivações, ou a disposição, do público – é por isso que, quanto mais o processo de autonomização avança, mais é possível encontrar um produtor sem os recursos tidos como necessários para ocupar a sua posição e principiantes alcançarem essas posições com menos sacrifícios dos que os esperados

III. O prestígio associado ao bem (transaccionado)

As probabilidades de sucesso económico ou simbólico, no campo artístico, só são concretizáveis através de um sistema de vocação, aspiração e expectativas (Bourdieu, 1993: 64), que vive do hábito, da percepção e da apreciação onde o espaço disponível para ser ocupado por uma posição ajuda a determinar as características esperadas e a demanda possível e do tipo de agentes que estarão interessados no bem artístico criado.

O capital económico cria as condições para a liberdade financeira, o rendimento particular é o melhor substituto para vendas ou apoios, mas, sempre, o dinheiro é indispensável para quem quiser fazer arte. No mercado da arte, há que mostrar argumentos convincentes àqueles que nele ocupam posições, manifestos, no sistema social, pela crença, pela vontade (do consumidor) e pela economia (dos bens

simbólicos¹⁶). Produtores e comerciantes de bens culturais lutam por oportunidades mas para tal têm de conseguir reconhecer uma demanda específica dentro deste universo sendo que será aquele que a reconhece, no momento certo, que alcançará o sucesso. Este repto é que distingue um criador e um produtor dos outros, entre os que são capazes de identificar uma oportunidade e os que não são.

Para este autor, o campo da produção cultural necessita de menor capital económico que outras áreas e assume o risco de ser uma actividade que é pouco reconhecida como sendo uma profissão e vai sempre um pouco além das normas estabelecidas para a produção e consumo. Há uma relação de mútua exclusão entre a gratificação material e o lucro legítimo ou o reconhecimento dos seus pares. O princípio da legitimação pode ser encontrado em três situações, conflituantes entre si, e que são o reconhecimento por um conjunto de produtores por outro; o princípio da legitimidade que corresponde ao gosto da fracção da classe dominante; e, finalmente, a legitimidade que advém do gosto das massas, popular, do consumidor indiferenciado.

Quando o capital é (mal) reconhecido, o capital legítimo a que chamamos *prestígio*, o capital económico (que todos os bens culturais requerem) não é assegurado pelos capitais específicos gerados dentro do meio – excepção feita aos que sejam convertidos em capital simbólico. Para o autor, o crítico, o comerciante (*art dealer*), o editor ou o produtor, o único enriquecimento legítimo consiste em criar uma boa reputação, um nome conhecido e reconhecido, que o capital consagra aos objectos (com uma marca ou assinatura) e às pessoas (através de publicações, exposições, etc.). Esta é a única forma de assegurar os lucros das suas operações (Bourdieu, 1993: 75). A actividade comercial de bens culturais, para quem arte e negócio se misturam, não poderá ter sucesso, mesmo em termos económicos, se não for guiada pelas leis de funcionamento do meio onde os bens culturais são produzidos e circulam. São estas fronteiras, por vezes ténues, entre a produção artística *pura* e aquela que resulta das indústrias criativas e que são limitadas por regras, como a decisão dos júris dos festivais, de Cannes ou de Sundance, que influenciam não apenas a selecção de filmes para outros

¹⁶ Capital simbólico é entendido como capital, económico ou político, legitimado onde e sob certas condições, que a longo prazo garante o lucro económico.

festivais (de todo o mundo) como podem alterar, em minutos, as decisões dos Óscares¹⁷.

«À dimensão simbólica da existência das obras de arte corresponde um outro tipo de motivações em que se incluem, por um lado, o acesso a uma relação privilegiada ou de excepção com um determinado conjunto de objectos e, por outro lado, a frequentemente correlativa aspiração a um prestígio social que pode ir desde o mero exibicionismo mundano até às mais elevadas noções de virtude cívica.» (Melo, 2001: 7).

IV. O valor cultural e comercial (dos bens culturais)

Quando sabemos, por exemplo, que o preço de um quadro não é determinado pela soma dos custos de produção (a matéria-prima e o trabalho do pintor), sabemos que as obras de arte se enquadram num campo em que se levantam questões como a de quem é o verdadeiro produtor do valor da obra – se é o pintor ou o vendedor, o escritor ou o editor, o realizador ou o produtor. A ideologia da criação, que faz do autor a primeira e última fonte do valor do seu trabalho, esconde a figura do ‘comerciante cultural’, a mesma pessoa que explora o trabalho do criador por negociar o ‘sagrado’ e a pessoa que, por o colocar no mercado, por o expor, por o editar ou encenar, consagra o produto que descobriu que de outra forma seria apenas mais um. A oposição entre arte pela arte e arte comercial é, do ponto de vista ideológico, transformada na oposição entre idealismo da devoção à arte e o cinismo da submissão ao mercado. Não deviam disfarçar o facto do desejo de se opor a um sistema de legitimação das prerrogativas de que o poder e dinheiro são uma forma de reconhecimento de que ‘negócio é negócio’.

«O mais importante é que estes dois campos de produção opostos, como são, coexistem e os seus produtos possuem valores simbólicos e materiais muito diversos, no seu mercado e consagração que, por sua vez, advém do seu único poder de distinção. [...] Produtores para produtores têm de ultrapassar a contradição da sua relação com o seu (limitado) público através da representação transfigurada da sua função social, aliás, no caso dos produtores para não-produtores, a quase coincidência da autêntica representação e a verdade objectiva da profissão artística, que é, inevitavelmente, efeito ou condição primeira para o sucesso junto do seu público específico. [...] A desmistificação da actividade intelectual e artística como consequente transformação nas condições sociais de produção afecta particularmente os artistas e intelectuais que estão envolvidos em grandes unidades de produção (rádio, televisão, jornalismo)» (Bourdieu, 2003:130-1).

¹⁷ Jornal Público/Ípsilon, 17 de Abril de 2009.

Esta é uma área em que quanto mais consagrado for, mais consagrado é o seu trabalho, porque o *prestígio* é relativo ao crédito que um conjunto de agentes atribuem a determinada obra. Os críticos colaboram com este negócio da arte, criando uma reputação que, a longo prazo, se vem a reflectir no valor da obra. O critério que promove um determinado talento condiciona as opções dos compradores e dos vendedores, porque os seus conselhos têm enormes efeitos económicos (por exemplo, prémios artísticos), sempre com o objectivo de a consagrar¹⁸. Entretanto, o público que ajuda a dotar a obra de um valor ao adquiri-la, ou de outra forma mais simbólica, como é o caso dos espectadores e leitores, objectiva ou subjectivamente, reconhece o valor nessas apropriações. O valor da obra de arte em geral, e a crença subjacente, são geradas em *batalhas* para estabelecer o valor de um trabalho em particular. Não é uma competição apenas entre diversos agentes (autores, actores, escritores, críticos, realizadores, editores, vendedores, etc.), cujos interesses (no sentido mais lato) estão ligados a diferentes bens culturais, mas também entre agentes que ocupam diferentes posições, na produção de produtos semelhantes: pintores e vendedores, autores e editores, escritores e críticos, etc.

A produção em grande escala, sujeita à demanda do mercado, caracteriza-se pela sujeição dos produtores culturais àqueles que a controlam e aos *media* que os promovem, pela cedência aos ditames da competição pela conquista do mercado (Bourdieu, 1993: 125). É assim que a economia é colocada no centro deste campo, a oposição entre *comercial* e *não-comercial* reaparece a todo o momento, sendo o princípio gerador da maioria dos julgamentos que, no teatro, no cinema, na pintura e na literatura, estabelecem a fronteira entre o que é e o que não é arte. Na prática, a distinção entre arte *comercial* e a arte *não-comercial* consiste sempre numa oposição entre a produção em pequena escala e em grande escala¹⁹, ou seja, entre a primazia da produção e o campo de produtores e *sub-campo* de produtores e a primazia do *marketing*²⁰,

¹⁸ «Não há nada como a descoberta de uma obra desconhecida para provocar uma grande revolução na comunidade intelectual e fazer com que os académicos lhe acorram com toda a pressa, como se estivessem a ver uma gota de água ao microscópio.» (Allen, 2007: 169).

¹⁹ «O campo da produção em grande escala, está submetida à demanda externa e limitada por aqueles que controlam os meios de produção e difusão, obedecendo, primariamente, aos imperativos da competição pela conquista do mercado.» (Bourdieu, 1993: 125).

²⁰ Quando, por exemplo, «o produtor contrata um zombi para adaptar a livro um filme e realizar algum

audiências, vendas e sucessos medidos quantitativamente. Entre o sucesso dos clássicos consagrados e o sucesso temporário dos *best-sellers* (síntese do conceito de sucesso), entre a produção que nega a economia e o lucro ou desafia as expectativas do seu público – a oposição entre *arte pura/genuína* e *arte comercial* – corresponde à oposição entre empresários que buscam o lucro fácil e rápido e os produtores culturais que lutam para acumular algum capital cultural. Estes últimos são, muitas vezes, obrigados a renunciarem ao lucro, reutilizando o capital económico e simbólico que conseguiram acumular para os canalizarem em novos projectos que desejem que cheguem ao público dos seus ‘concorrentes’ e dos produtores estabelecidos e cuja prática tende a ser desacreditada com o aparecimento de novos produtos.

Os críticos servem os seus leitores – e o mesmo será dizer que defendem ideologicamente os seus *clientes*, quando defendem os seus interesses contra os seus concorrentes, dos que ocupam a posição oposta à sua no campo da produção cultural. Tanto as galerias, como teatros, editoras, produtoras, estúdios, etc., nomeiam a audiência, com base na homogeneidade entre o campo de produção e de consumo que qualifica o produto consumido. Somente pode ser entendida por quem domina o seu código.

Uma codificação mais erudita, por exemplo, não será compreendida por algumas *camadas* que não a dominam – por não pertencer ao seu quotidiano – e, por não fazerem parte dessa vivência. Esses bens culturais distanciam-se da lógica cultural (da maior parte da população que não teve acesso, no seu ambiente escolar e/ou familiar à descodificação), tornando-se o contacto com a expressão artística uma experiência estranha e perturbadora para quem está fora.

Escolher o sítio certo para exhibir, publicar, o editor certo, jornal, galeria, revista é de vital importância para cada autor, cada método de produção (Bourdieu, 1993: 95).

Produtor ou produto que não se encontre no local correcto estará condenado ao falhanço. Só quando são percepcionadas as regras do mercado e as lógicas de procura no contexto da economia, de produção cultural, é que se poderá recuperar os

dinheiro» (Allen, 2007: 50).

investimentos, em reconhecimento.

No contexto europeu, no caso, por exemplo, da produção cinematográfica e da sua dificuldade em se impor (ou ser reconhecida e viável economicamente), mantendo-se o apoio estatal à sua produção e promoção, cremos que vamos assistir, brevemente, pelas questões críticas da economia, a políticas que obrigarão os agentes culturais a explicarem a razão de ser do investimento. Isto é o mesmo que dizer que os grandes projectos vão ter de ser muito bem justificados, criando uma pressão que acabará por conduzir as instituições (não lucrativas) a terem mais criatividade, serem inventivas e diversificarem a oferta²¹, base para as lutas neste campo da produção cultural em que estarão todos em pé de igualdade. Pelas dimensões dos diferentes campos, aguardaremos para verificar se tais medidas não levarão, por exemplo, à extinção de algumas cinematografias.

V. Autonomização dos meios (de produção artística)

O processo que leva ao desenvolvimento da arte como arte está ligado às transformações nas relações entre os *artistas* e os *não-artista*, a uma transformação que conduz à criação de uma autonomia relativa e a uma nova definição da função do artista e da sua arte. O movimento para a autonomia artística acelerou abruptamente com a Revolução Industrial que veio imprimir um ritmo acelerado à vida do Homem não lhe deixando tempo para a contemplação – fundamental para a produção artística. O desenvolvimento da indústria cultural encorajou a produção em massa de obras produzidas, quase industrialmente, coincidentes com o interesse do público e só foi possível com a expansão da educação (primária) que veio criar uma nova classe de consumidores, as mulheres. O desenvolvimento do sistema de produção cultural é acompanhado de um processo de diferenciação que advém da diversidade de públicos a quem diferentes tipos de produtores dirigem os seus produtos. Bens simbólicos são duas faces da mesma realidade: por um lado, uma utilidade²² e, por outro, um objecto simbólico, sendo que o seu valor cultural específico e o seu valor comercial se mantêm,

²¹ Jornal *Público/Ípsilon*, 17 de Abril de 2009.

²² «a única utilidade do cinema: arrastar os espectadores para fora do tempo e da cronologia. E fazer disso uma aventura.» (Barroso, 2008: 51).

relativamente, independentes.

Com o desenvolvimento do mercado da arte, escritores e artistas encontraram-se numa posição de afirmação da irredutibilidade do seu trabalho artístico face à posição de objecto mercantil, o aparecimento do objecto artístico com uma função utilitária cria uma posição distinta de produtores de bens simbólicos especialmente destinados ao mercado, tornando-se um campo para a teoria da arte pura (arte pela arte). O fim da dependência de um patrono, do mecenas, dum coleccionador ou um comissionista e o desenvolvimento de um mercado interpessoal, tende a aumentar a liberdade dos artistas e escritores. Porém, no nosso actual contexto, sabemos que a *sobrevivência* passará, cada vez mais, pelas parcerias, pela globalização, onde o público vai ser chamado a contribuir, não só a fruir. Ao criar esta relação de proximidade, sabemos que haverá uma *contaminação* do objecto produzido, recolocando a questão da autoria, como veremos à frente (Bourdieu, 1993: 113).

VI. O sistema de produção (de bens simbólicos)

O campo da produção e circulação de bens simbólicos é definido como um sistema de relações objectivas com a funcionalidade assente na sua atitude face à divisão do trabalho de produção, reprodução e difusão de bens simbólicos; o campo da produção é dono de uma estrutura de oposição entre o campo da produção restrita²³ e o sistema de produção de bens em grande escala²⁴. A diferença entre a hierarquia de produtores dependentes do sucesso público (medido através do volume de vendas ou fama fora do meio) e a hierarquia dependente de algum tipo de reconhecimento (entre o grupo do adversário) é o melhor indicador de autonomia no campo da produção restritiva. A divisão entre os princípios e a avaliação que o público em geral (de *não-intelectuais*) e a classe dominante fazem das suas produções gera uma hierarquia que

²³ O campo da produção restrita só se pode tornar um sistema objectivo produzindo para produtores através de um corte com o público de não-produtores, isto é, com as fracções não intelectuais da classe dominante nas esferas económicas e políticas – sujeita às regras da competição para conquistar o maior mercado possível. A autonomia do campo da produção restrita pode ser medida pelo poder de definir os seus próprios critérios de produção e avaliação dos produtos. Quanto mais os produtores culturais formarem um campo fechado de competição legítima mais as marcações internas parecem irredutíveis a quaisquer factores externos, como sejam os económicos, políticos e sociais (Bourdieu, 1993: 114-6).

²⁴ Bens culturais destinados ao público em geral.

inclui, por consequência, as relações objectivas entre as diversas formas de legitimação (Bourdieu, 1993: 115-6). A produção cultural está dependente da afirmação da sua legitimidade no campo onde os diferentes produtores se confrontam. Deste confronto advém a propriedade de capital cultural dos produtores e confere-lhe marcas de distinção (especialidade, forma, estilo) reconhecidas (os princípios estilísticos e técnicos e as taxonomias) e que tendem a ser privilegiadas no debate entre produtores (ou empresários).

É, pois, da herança cultural e social dos indivíduos, com capitais culturais diferenciados, que se definem as atitudes em relação à cultura, num jogo (estrutural ou estruturante) entre a aceitação, a negociação e a recusa. É assim que se determinam disposições como o gosto.

Enquanto o consumo no campo da produção em grande escala é mais ou menos independente do nível educacional do seu público – o que é compreensível já que o sistema tende a ajustar-se ao nível da demanda – só as obras restritas possuem raridade, resultado da sua especificidade cultural. As obras realizadas no campo da produção restrita são puras, abstractas e herméticas, porque exigem do observador uma disposição estética específica. Estas permitem um sem número de leituras e devido à sua estrutura complexa (que implica continuamente referência a anteriores), é acessível apenas àqueles que possuem um domínio prático ou teórico de um código, ou sucessão de códigos ou, até, o código desses códigos (Bourdieu, 1993: 120). Só é possível entender as características peculiares de uma cultura restritiva com boas bases educacionais e quando se está consciente dos seus meios de reprodução e crescimento. A produção de bens, mesmo quando estão dirigidos para uma categoria específica, têm de representar uma alta qualificação social. Em contrapartida, a arte mais comercial é, normalmente, o culminar de transacções e compromissos entre as várias categorias de agentes envolvidos, num campo de produção técnica e social diferente. Essas transacções acontecem não apenas entre os que controlam os meios de produção - na verdade, a ideologia - e os profissionais, mandatados na defesa dos *produtores-para-produtores*, que estabelecem uma oposição entre a liberdade criativa e as leis de mercado, entre as obras criadas para o seu público e as obras criadas pelo seu público. Isto é uma forma de

contornar a divisão entre diversos campos de acção – a arte comercial e a arte pela arte²⁵ produzidas por profissionais altamente qualificados, intelectual e artisticamente, e que se caracterizam pela mesma valorização da técnica.

Neste sentido não podemos ignorar que todas as relações internas ou externas (incluindo as relações com o próprio trabalho) que os agentes de produção, reprodução e difusão conseguem estabelecer são mediadas pela estrutura de relações entre as forças, ou instituições, com a necessária autoridade. Os *agentes de consagração* podem incluir organizações que não estão completamente institucionalizadas numa determinada área artística (os círculos literários, as agremiações de críticos, os salões/mostras e festivais ou pequenos grupos de influência).

A arte mais comercial é caracterizada por ter tentado e provado técnicas que estão frequentemente ligadas à ‘falta de gosto’ e ao conservadorismo - posição que mostra uma das maiores rupturas com a estética da *arte pela arte*. Esta oposição entre arte pela arte e a arte comercial, do ponto de vista ideológico, aparece transformada na oposição entre idealismo e o cinismo, num sistema de legitimação em que o poder e dinheiro são uma forma de reconhecimento do ‘negócio pelo negócio’. O mais importante é que estes dois campos de produção opostos, como são, coexistam e que os seus produtos possuam valor simbólico e materiais diversos no seu mercado e diferentes consagrações, e que, por sua vez, os *produtores-para-produtores* ultrapassem a contradição da sua relação com o seu (limitado) público para o sucesso junto do seu público específico (Bourdieu, 1993: 130). A relação mantida por produtores de valores simbólicos com outros produtores depende directamente da posição ocupada no campo da produção e circulação de valores simbólicos, relacionada com uma hierarquia cultural e os graus de consagração.

«Por exemplo, é o conjunto de determinações inscritas na posição que faz o crítico de jazz ou cinema pender para editar um julgamento divergente ou incompatível destinado a apenas alguns produtores e pequenos sectores de apreciadores. [...] Reclamar a capacidade de descobrir toda a verdade sobre o campo cultural é transferir as relações objectivas entre diferentes posições dentro do campo de produção e no paraíso das relações entre lógica e semiótica, de oposição e homogeneidade» (Bourdieu, 1993: 131).

²⁵ A teoria de autor exige ao espectador trabalhar ao ler o texto mas não podemos abandonar as suas vertentes económicas e semiológicas. (Wollen, 1984: 169).

À medida que a produção restritiva se fecha nela própria e se afirma capaz de organizar a sua produção (no que diz respeito às suas normas internas de perfeição e excluindo todas as funções externas e sociais) a dinâmica da competição para uma consagração cultural específica torna-se o princípio exclusivo da produção dessas obras. Esta forma de construção é o resultado de uma queda temporária do campo da produção restritiva (como sistema especial de relações de poder) do ambiente que envolve as relações de poder entre classes. A autonomia do campo da produção restrita pode ser medida pela capacidade de definir os seus próprios critérios de produção e avaliação dos produtos. Assim, quanto mais produtores culturais formarem um campo fechado de competição legítima, mais as marcações internas parecem irreduzíveis para quaisquer factores externos (os económicos, políticos e diferenças sociais).

Actualmente, a produção em arte contemporânea engloba diversas tecnologias e processos, para que determinado objecto artístico atinja o seu público (um espectador cada vez mais sofisticado) e é, por isso, que muitos artistas estão a investir, não só nos seus materiais de construção, mas em trabalhos em rede, com pessoas que têm as ligações necessárias à produção artística. Um artista não tem como controlar todos os problemas e erros que emergem durante a tentativa de criar uma obra e, por isso, vê-se obrigado a abordar as questões dos meios de produção, de fabricação, que se encontram para além do conceito e da sua manifestação física. O papel do produtor surge, então, como a de um mediador, entre as necessidades de produção, de localização (dos trabalhos e apresentação), dos meios financeiros e, por vezes, passa pela sugestão dos melhores meios (materiais, formatos, etc.) para a concretização da obra física. Uma questão, na nossa opinião, mesmo que subjectiva, (in)discutível e a ter em consideração é que custa mais fabricar do que vender qualquer objecto artístico (particularmente nas artes plásticas onde os preços na venda estão bem acima dos custos da fabricação) o que leva muitos a defenderem que a produção obscurece o conteúdo do trabalho. Tanto mais que, demasiadas vezes, no final do ciclo, o objecto artístico é mais falado por causa de quanto/como custou fazê-lo e seu preço/valor de mercado do que sobre a sua qualidade ou do seu poder como uma imagem.

Particularmente, na produção em cinema, pode ser difícil para o realizador

manter uma equipa focada no que ele, ou ela, querem fazer, quando existem tantas pessoas diferentes e tantos elementos que precisam de se ajustar à sua ideia. Aqui é obrigatória a presença de um produtor, de quem assuma a responsabilidade de gerir os fundos dos outros, colocando-os ao serviço de uma ideia, gerindo equipas e prazos até à sua conclusão. Podemos, assim, defender o papel do produtor como tutor do realizador, mas nunca o seu adversário. Não havemos de fazer qualquer distinção entre meios de produção e fabricação por a considerarmos inútil, tanto do ponto de vista conceptual como da prática, porque a verdade é que já há uma mescla de produtores e colaboradores envolvidos, principalmente nas ‘empreitadas’ mais complexas (ou de grande escala), onde a fabricação se confunde com o material trabalhado, como o objecto foi feito e onde foi produzido. Essa questão é colocada, no cinema, com o impacto ou efeito gerado por uma *mise-en-scène* bem conseguida. Em sentido, mais lato, esta *mise-en-scène* é o reflexo da obra, é a configuração de cenário e adereços, a iluminação, o guarda-roupa, o cabelo, a maquilhagem, em posição numa cena ou em determinada posição (Villarejo, 2007: 156) mas é, também, o argumento, os diálogos e os actores, com as suas especificidades. Como Claude Chabrol (2010: 28-9) reconhece, saber exactamente aquilo que vamos fazer é um dos seus grandes segredos da produção.

«Mas não basta querer fazer cinema; é preciso saber também o que queremos fazer. [...] Há dois tipos de cineastas [...]: os narradores e os poetas. Os narradores são os que desejam contar histórias, [...], desejam dar uma forma particularmente atraente às histórias criadas por outros. São obrigados, praticamente, a interessar-se apenas pela forma, [...], pode revelar-se um cineasta fantástico, na medida em que pode dominar todos os parâmetros, e não apenas os técnicos, que são necessários à feitura de um filme. [...] A verdade é que os bons técnicos, os grandes técnicos de cinema, são raros e normalmente não são aqueles que julgamos. [...] Os poetas são os que possuem um *Weltanschauung* [Visão do Mundo], [...], e que procuram exprimi-la através dos filmes. [...] possuem igualmente dons narrativos, [...]. Podemos dizer que, no cinema, a priori, o poeta é mais nobre que o narrador. [...] E, claro está, mais vale um bom filme de um narrador que o filme falhado de um poeta. [...] Entre os poetas há os ‘audaciosos’, que encarnam muitas vezes a ideia de vanguardismo. O pior é que as suas audácias nem sempre vão de encontro à sua visão do mundo. Acabam por ser apanhados na armadilha da forma que dão aos seus filmes. [...] É o que o impede de se fazer compreender por um maior número de espectadores. Inversamente, os poetas mais cautelosos desejam exprimir bem a sua *Weltanschauung*, mas sem que isso lhes custe muito. São capazes de a trair, se for necessário, para garantir as audiências. Tornam-se narradores, o que não é necessariamente uma atitude negativa. São os primeiros a procurar um estilo eficaz, uma dramaturgia sólida para compensar o facto de aquilo que contam não corresponder inteiramente àquilo que desejam contar. [...] E, ao tornarem-se narradores para assegurar o ganha-pão, pode acontecer-lhes, aqui e ali, reconhecerem uma figura que lhe é familiar, quando e onde menos esperam» (Chabrol, 2010: 21-7 e 72).

Na verdade, o modelo de produção encontra-se tanto nas grandes obras como em trabalhos mais experimentais. Em qualquer um o objectivo é o de poder chegar e inspirar um novo e maior número de espectadores. Há muitas obras que foram produzidas de forma muito sofisticada e com uma grande quantidade de meios e simplesmente não chegaram ao seu público, só porque foram mal exibidas e mantidas em nichos muito particulares – no caso do cinema cingidas a mostras e festivais. Haverá, certamente, aqueles outros que estavam, apenas, muito à frente do seu tempo. Mesmo que alguns artistas adoptem uma linha de produção capaz de produzir grandes quantidades de trabalho, são-lhe sempre colocadas questões técnicas e formais que os obrigam a avaliar cada projecto de forma a saber se funcionam ou não, se são apenas trabalhos em série ou obras de arte. Por isso os artistas precisam de ser capazes de comunicar os seus desejos, para conseguirem o resultado que desejam. Só desta forma o produtor poderá ser capaz de entender a intenção do artista, propor-lhe os recursos necessários, as técnicas possíveis, os materiais e processos mais adequados.

É com facilidade que as pessoas associam o processo de produção fabril ao processo artístico, mas cabe aos artistas encontrarem formas de trazerem os seus próprios processos para a fabricação, em vez de sentirem que há uma imposição desse processo sobre o seu trabalho. Acreditamos, por exemplo, que o artista deve exigir à sua equipa que conduza uma pesquisa extensiva para encontrar um processo que permita que o trabalho seja realizado – este é, seguramente, o papel do produtor, que necessita de uma tomada de consciência do artista, da valorização desse papel, porque, muitas vezes, há questões logísticas que podem perigar a concretização desse projecto, eclipsando a intenção artística. Isto é, as ideias impossíveis são más, porque não têm relação com o tecido social, cultural, económico e/ou político em que estão a ser criados. Esta ligação é muito importante e não pode ser ignorada, principalmente pelos artistas, que, muitas vezes, confundem a relação inerente de um objecto com o meio e o valor de produção. Servirá o produtor para, com um olhar ‘mais frio’, avisar o seu artista dessas questões. Os diferentes métodos de produção em arte reflectem o momento em que foram concretizados. A passagem do cinema mudo a sonoro ou o aparecimento dos efeitos especiais na produção em audiovisual (a partir dos anos 80) são exemplos de como é a mudança tecnológica a permitir novas possibilidades, que se tornam

características do tempo no qual os filmes são feitos. A produção artística tem de estar exposta a esta questão, possibilitando ao artista explorar novas tecnologias, que estão em constante evolução.

Da mesma forma, mas a outro nível, há uma concentração da produção em determinado local. Por outro lado, há uma globalização²⁶, ou a dispersão, de todos os tipos de práticas, o que é o mesmo que dizer que o local de produção está cada vez mais disperso e vai continuar a ser assim. A gestão de consultores e outros fornecedores obriga a uma disciplina e metodologia de gestão de meios tornando-se cada vez mais importante na maioria dos projectos, e a aprovação do artista face aos meios e resultados do trabalho é crucial. A produção do século XXI está marcada pelo *digital* e pela mudança na forma de a pensar, assente numa organização em rede, na participação e colaboração na experiência, prezando sempre a liberdade e a escolha, quer do criador quer do seu público.

VII. A importância da autoria (do bem produzido)

Sobre a questão da autoria, problemática em actual discussão, reflexão e legislação no cinema em Portugal, avançamos, aqui, com o que diz respeito ao direito de autor (créditos) que têm de ser salvaguardados, através de medidas legais, tanto para produtores, como para prestadores de serviços, assistentes e colaboradores, já que fazem parte importante do processo de realização de uma obra. Torna-se fundamental garantir o crédito apropriado à obra, em todas as suas fases. Daí haver, por exemplo, uma compreensão, no mundo da arte contemporânea, que o artista que concebe e dirige o trabalho produzido ou fabricado é o autor e aquele que deve ser reconhecido como o criador da obra.

Ao produtor caberá garantir que o artista mantém o controlo da produção do trabalho, tornando os termos do seu trabalho o mais claro possível. O artista pode ser visto, para esta questão, como o realizador de um filme. Muitos artistas acabam por não

²⁶ «As dimensões do “sector cultural” alargam-se ao mesmo tempo que as suas fronteiras se tornam mais difusas, [...] articulações com as actividades económicas de produção, distribuição e consumo de bens e serviços transaccionáveis [...] que vieram a ser progressivamente cobertas pela designação de “indústrias criativas”» (Mateus, 2010: 4).

reconhecerem aqueles que trabalharam na equipa de produção/realização das suas obras, obrigando-nos a defender que, muitas vezes, não é o autor que dirige (ou deve dirigir) o projecto, enquanto, noutras ocasiões, é do poder de uma equipa que resultam os projectos, que são salvos de não se concretizarem – quando o autor (o artista) já está pronto para desistir. Principalmente nos projectos de grande escala, é muito difícil para o artista gerir sozinho esse projecto, porque o próprio processo não lhe permitiria estar concentrado no interesse maior (na ideia) se sobrecarregado com pormenores que outras pessoas podem estar mais aptas a abordar. Daí a importância, uma vez mais, de um produtor (e doutros elementos capazes) que gere, por motivos práticos (como o orçamental) a realização da obra. Mas a arte vem do artista e não do produtor.

Já não será novidade que, hoje, o público/espectador/consumidor passou também a ser criador e a sua produção (espontânea) pode, como nos diz Vitor Belanciano²⁷, convergir directamente para o espaço virtual. Se até aqui um artista (para o ser) tinha que ser o criativo e estava dependente no acesso aos meios de produção, distribuição e legitimação, hoje esse processo mantém-se, mas é mais fácil contorná-lo. No cinema, por exemplo, a autoria continua a ser importante, mas fala-se cada vez mais nas implicações dos novos formatos, nas contaminações e na revolução tecnológica e como essas influenciarão a relação futura do autor com a sua obra.

VIII. A presença dos críticos

A relação mantida por produtores de valores simbólicos com outros produtores – com as significações disponíveis no meio cultural em determinado momento e com o seu trabalho – depende, como dissemos, directamente da posição ocupada no campo da produção e circulação de valores simbólicos. Este facto está relacionado com a hierarquia cultural e os graus de consagração. Ou seja, o conjunto de determinações inscritas na posição que um crítico faz num julgamento destinado apenas a alguns produtores e pequenos sectores de apreciadores (Bourdieu, 1993: 131). Os críticos pretendem salvaguardar a segurança da estética, da teoria ou da política, dentro de uma linguagem própria, pelo que vão, legitimamente, reclamando a capacidade de descobrir ‘a verdade’ sobre um campo cultural. A dinâmica da competição para uma consagração

²⁷ Jornal *Público*/Ípsilon, 17 de Abril de 2009.

cultural específica torna-se um princípio exclusivo da produção de obras num sistema especial de relações de poder. A produção cultural distingue-se das formas de produção mais comuns, pela sua forma material, mas também pelo valor, pelo reconhecimento e pela legitimidade artística, inseparáveis da produção, ou seja, da criação de valor. Como desenvolve Adorno (2003: 57), desde a era industrial há uma arte formadora de mentalidades que, sob a capa de acontecimentos extravagantes, infiltra o ‘contrabando da utilidade’, persuadindo o indivíduo de que, na realidade não tem de sacrificar nada do seu sonho, que toda a realização da fantasia é exigível e essa fantasia é substituída pelo controlo, que determina se também a última imagem que chega à distribuição é a imagem exacta – abalizada e fidedigna – do correspondente fragmento da realidade. Da aparência estética não resta senão a aparência vazia e abstracta de uma diferença entre diversos departamentos da produção. Incluímos os críticos entendidos tanto na matéria artística como nas implicações sociais dos *mass media*²⁸, de cujas opiniões dependem as decisões do público. Sob o ponto de vista de uma actividade industrial, pode ser um sector de manipulação de massas, enquanto preserva os objectos culturais na sua área de influência do mercado, e fala-se da sua estrutura (de sentido único). Sabemos que o público tem uma série de possibilidades de agir em sentido inverso mas interessa, no entanto, sublinhar, neste contexto, que o público, quando estimulado a manifestar a sua vontade, se limita a querer mais daquilo que já lhe é dado – a compulsividade, exterior e interior, do consumo.

No caso do cinema, a relação dos críticos foi determinada pelo seu nascimento tardio, facto que dificultou a clara distinção entre a técnica e a tecnologia – como se faz na música. No cinema, não há um original sobre o qual se faz uma reprodução em larga escala: o produto de massa é a coisa em si (Adorno, 2003: 183). Quando enquadrámos a produção, carecemos de todos os processos da intervenção pública dos críticos, já que só com a sua cumplicidade se poderá encontrar uma posição dominante, mesmo quando possa ter impacto apenas relativo (e subjectivo) em termos de número de público. Sabemos que, no caso da produção comercial, o papel do crítico não será tão determinante, graças à posição já alcançada pelo produtor e aos seus diversos

²⁸ O papel dos media enquanto mediadores e facilitadores do entendimento das diversas facetas da vida da/em sociedade.

expedientes, com impacto relevante e não comparável com as restantes criações.

A título de exemplo uma obra como a de Ingmar Bergman oferece-se ao público com uma identidade estética que implica um grau de dificuldade, que é de certa forma atenuado pelo papel da crítica. «A coisa em si» a que se refere Adorno, considerando o filme *Saraband* (2004), serve ao crítico Vasco Câmara, nas páginas do jornal *Público*, numa compilação de referências críticas da obra de Bergman que, então aos 86 anos, se apresentava com um filme para televisão, realizado em vídeo digital, o que, por si só, é um questionamento da sala de cinema como espaço *sagrado*. Um espaço hoje diferente resultado, como é sabido, das mudanças nos hábitos culturais. Quando Vasco Câmara associa o filme a «uma viagem na memória, fantasma», refere-se também a um «susto», a «que nos acenam dos filmes dele, Ingmar Bergman: uma coisa viva...»²⁹. Ora, com este brevíssimo exemplo, encontramos o crítico fantasmático, tão característico do cinema, onde aquilo que vive é autêntico e (talvez) nos ajuda a perceber até que ponto a crítica abre pistas à intensibilidade do público. Se dúvidas tivéssemos anote-se a frase que este filme inspira a João Bénard da Costa:

«Eu não consigo acabar sem vos fazer uma pergunta. Alguma vez pensaram que o grande plano é a única figura da gramática do cinema que só no cinema existe e que não é concebível em qualquer outra arte? Pintores pintaram grandes planos, mas o quadro impede-nos de os ver como tal, a não ser que encostemos a cara à tela, em movimento nosso e não da pintura. Não é maneira de a ver, não é movimento suposto ao espectador»³⁰

Quando um crítico apela desta forma ao espectador para apreender e compreender o cinema como movimento, faz de cada um dos espectadores uma testemunha do poder de revelação que o cinema transporta e que, no caso de Bergman, é também revelação no sentido psicológico das personagens. Os filmes deste realizador «tocam, e dizem respeito, a quem quer que seja feito de carne e osso e um cérebro. A angústia protestante, o frio sueco, são uma capa: por baixo dela, a nossa nudez.»,

²⁹ Jornal *Público*/Ipsílon, [Em linha]. [Consult. 9 Dezembro. 2013]. Disponível em <URL: <http://ipsilon.publico.pt/cinema/filme.aspx?id=119974>>

³⁰ Jornal *Público*/Ipsílon, [Em linha]. [Consult. 9 Dezembro. 2013]. Disponível em <URL: <http://ipsilon.publico.pt/cinema/filme.aspx?id=119974>>.

escreve Luís Miguel Oliveira³¹.

IX. O cinema (audiovisual) enquanto processo (fotográfico)

No caso do cinema³², sendo o seu efeito o da representação, atribui-se elevada significação ao objecto (por mais abstracto que seja) que retém sempre algo de representação, nunca são valores puramente estéticos. É por isso que a sociedade se projecta no cinema de modo diferente e mais directo do que noutras artes (como sejam a pintura ou a literatura) é, na medida da relação entre o cinema e o objecto que a estética do cinema se ocupa, no fundo da sociedade. Mas a teoria cinematográfica, de Kracauer, pratica a abstenção sociológica e celebra o cinema como o descobridor das belezas do dia-a-dia, como *Jugendstil* (Adorno, 2003: 185), um elemento racional que, de outra forma, é artisticamente observável na interferência que pretende provocar. Então, Adorno (2003: 188-9) considera que a indústria da cultura não é a arte do consumidor mas a projecção da vontade dos que controlam, onde a reprodução do *status quo* nas suas formas estabelecidas é uma expressão de dominação. Compreende-se que haja filmes com a intenção de induzirem modelos de comportamento colectivo e o seu carácter colectivo é imanente aos elementos nucleares do cinema. Para aquele autor, por exemplo, os *trailers* dos filmes e os *hits* da música *pop* são publicidade a si próprios, ostentando o carácter mercantil e todo o filme comercial não é mais do que «anúncio daquilo que promete e nunca há-de dar».

Sobre a relação do cinema e audiovisual na indústria, da cultura, João Mário Grilo (2006b: 49) diz ainda não se lembrar de nada mais deprimente do que as políticas culturais (europeias) e a obsessão (doentia) dos seus responsáveis institucionais pelo sistema de Hollywood. Os americanos seriam mais honestos do que os europeus, por não chamarem ao cinema uma indústria, preferindo a expressão *movie industry*, uma indústria de filmes, mais sensato e verdadeiro.

³¹ Jornal *Público*/Ípsilon de 10 de Janeiro de 2014.

³² A tecnologia do cinema desenvolveu uma série de técnicas que se opõem ao realismo do processo fotográfico, permitindo dar aos consumidores um cânone inconsciente daquilo que não querem. Se assim não fosse, a indústria da cultura ter-se-ia tornado uma cultura de massas, embora a identidade destes dois fenómenos não seja tão inquestionável como o pensamento crítico pode presumir, na medida em que se cinge ao aspecto da produção e não investiga a recepção. (Adorno, 2003: 188).

O início deste século está marcado por uma espécie de revolução na forma como a televisão e a sua programação está a ser consumida: o público não está dependente dos horários, pode escolher o que quer ver, onde e quando, o mesmo acontece com o cinema. Pode-se falar, inclusive, de um *empilhamento* de meios de comunicação, que deriva dos avanços tecnológicos resultando na possibilidade de acumular mais do que uma fonte de informação. O novo consumidor está, muitas vezes, a usar várias formas de tecnologia em simultâneo, obrigando a transmissão convencional de conteúdos a redefinir-se. São as novas plataformas interactivas e convergência de meios que estão a abrir conteúdo dos programas e a criar novos paradigmas de distribuição (de televisão, de produções audiovisuais independentes e de autor) e consumo que, por sua vez, obrigam a uma redefinição dos próprios conteúdos e do processo de desenvolvimento e produção nas artes. Desta forma, tanto o artista como o produtor têm de adoptar novas estratégias criativas e processos que se adequem e explorem os novos mercados e vão ao encontro a um público altamente fragmentado (Worthington, 2005: 62-3).

O actual espectador de cinema traz uma novidade com ele: se durante todo o primeiro século o espectador pagava para ver um filme, hoje ele vê os filmes dos quais fez *download*, duplica/copia e não paga para o ver.

CAPÍTULO II – CONCEITO DE PRODUÇÃO EM CINEMA

Para saber mais sobre o cinema e as formas pelas quais os filmes chegam ao público, os estudiosos de cinema debruçam-se sobre questões estéticas, sociais, psicológicas, entre outras. Por isso se fala, por exemplo, em fenómenos como o estrelato³³, uma rubrica tão importante para a indústria cinematográfica, cujas características se foram alterando, desde o tempo dos grandes estúdios, que as fabricaram, e das suas funções sociais e tipos, que foram mudando ao longo do tempo. Da mesma forma, os ciclos de inovação redefiniram os géneros³⁴ e a autoria³⁵, quando

³³ Florence Lawrence é a primeira actriz na história do cinema a promover os seus filmes e os do estúdio IMP (Independent Moving Pictures Company) para o qual trabalhava. Fez a primeira aparição como estrela de cinema, em St. Louis, e logo outras empresas lhe seguiram o exemplo – a publicidade resultante tornou-a famosa e também aumentou as receitas de bilheteira do filme Laemmle's. [Em linha]. [Consult. 13 Abril. 2010]. Disponível na WWW: <URL: <http://www.imdb.com/name/nm0492757>>.

³⁴ «O género diz respeito a filmes populares feitos para audiências massificadas, mas a sua aplicação não se restringe [...] podem-se definir os géneros como estruturas narrativas, de acordo com convenções que desempenham diferentes funções culturais de uma forma unificada. E são também os géneros que permitem explicar a forma e a função dos filmes que afectam o maior número de pessoas, os quais forma definidos por Hollywood. [...] Em alturas remotas e próximas da sua origem, o cinema baseava a sua oferta na exibição de um efeito esperado, [...] ele designa um tipo de cinema que traz uma diferença no plano narrativo e quanto ao conteúdo, mas que por outro lado também gera as suas próprias expectativas de repetição. [...] A situação e a evolução do espectador e da recepção só poderá ser devidamente entendida a partir deste “princípio genérico”, a através dele a configuração de um homem imaginário que se senta diante de um ecrã.» (Barroso, 2002: 276).

³⁵ O novo estatuto do direito de autor ao nível internacional apresenta grandes desafios para a diversidade cultural. Um entendimento da cultura, que é de natureza proprietária, a propriedade enfatizando sobre a criação ou o acesso do público, controlo de obras culturais, baseado no reconhecimento e recompensa do investimento económico e a importância de registos materiais da cultura durante as suas formas mais evanescentes, tais como a cultura tradicional, oral ou folclórica. As normas internacionais, desenvolvidas entre os países industrializados e países em desenvolvimento, foram trazidos para este primeiro sistema como membros subordinados, e mais tarde como os recém-chegados. Sem lei de direitos de autor, a globalização cultural não existiria. Embora a tecnologia tenda para a liberdade cada vez maior na criação e comunicação de conhecimento, autor erige uma barreira artificial em seu caminho. Esta barreira é aparentemente posta em prática para o bem público, mas mesmo um exame superficial das questões revela que o copyright é altamente politizado, impulsionado sobretudo pelo medo da mudança tecnológica e as consequências económicas. Uma política cultural que se baseia no medo pode ser de pouco benefício

as megaproduções e as produções independentes disputam os mesmos espaços de exibição. Se a estas juntarmos a possibilidade que o desenvolvimento tecnológico configura, sabemos como, a partir da história do cinema, as várias formas de organização da própria produção (de industrial e clássica, estilo Hollywood, a artesanal ou *indie*³⁶, e a empresarial) e o seu futuro está em aberto. A questão crucial sobre a produção cinematográfica deriva do papel do cinema como instituição social, com laços, mesmo que precários, com a vida pública (dos museus, festivais, organizações religiosas, sociais políticas ou cívicas), com todos os que, por um motivo ou outro, ajudam a fazer circular os filmes, o filme como arte, ou o documentário, o filme político e outros objectos audiovisuais. Desta feita, o cinema a que nos referimos é o dos filmes que nos retratam, em determinados momentos e lugares, que nos expõem, através da prática cinematográfica, para chegar a uma explicação e/ou uma provocação.

Os primeiros anos do cinema, da indústria cinematográfica, foram palco de múltiplas experiências, tanto na Europa como nos Estados Unidos: na Europa, o cinema tinha ganho um impulso graças ao espírito empreendedor dos irmãos Lumière que conjuntamente com os produtores, mais do que com os realizadores, fizeram com que tanto as elites como as massas acessem a esta nova forma de entretenimento. Hoje, como antes, no processo de produção de arte, os artistas estreitam os seus laços com cientistas e técnicos, trabalhando em colaboração – o artista já não é mais um autor solitário, produzindo artefactos com ferramentas rudimentares, hoje essas ferramentas passam por circuitos electrónicos, discutem-se variáveis do comportamento dos sistemas e projectam-se em *interfaces*. São novas as imagens, os sons, as formas geradas por uma

para a sociedade. É tempo de os decisores políticos a tomarem uma posição corajosa, e a campanha para a livre exploração dos conceitos de direitos autorais. Ironicamente, a ênfase em muito mais protegido é provavelmente a maior ameaça ao futuro dos direitos autorais. Como na maioria das áreas do esforço humano, uma visão de longo prazo, e um foco no eterno, certamente deve oferecer da melhor maneira possível para a frente (Anheier e Isar, 2008: 72-8).

³⁶ Abreviatura de Independente (Independent). É um conceito da indústria do cinema que caracteriza uma produção cinematográfica profissional produzido fora do sistema, fora do sistema dos estúdios. É, por isso, produzido e distribuído por empresas de entretenimento independentes, embora possam ser, muitas, vezes, apoiados pelas filiais de grandes empresas (estúdios e outras). Para além das questões técnicas, os filmes independentes adoptam um estilo e conteúdo que reflecte a visão do seu realizador. Para além do baixo orçamento que o caracteriza, o filme independente é lançado num número muito reduzido de cópias e lugares. A distribuição, normalmente, só acontece depois da sua passagem (e nomeação para prémios) em Festivais Internacionais – como o IndieLisboa. Acreditamos que qualquer produção independente tem capacidade de concorrer no mercado normal se tiver o financiamento necessário para a distribuição.

tecnologia (interactiva) onde os dispositivos de acesso permitem um contacto directo com a obra, modificando as formas de fruição. Nesta nova cultura, das *redes*, fica evidente que as tecnologias ao serviço da arte, entre outras alterações no circuito artístico-cultural, desencadeiam processos de diálogo através de dispositivos de comunicação que permitem a interacção dinâmica da experiência artística. Esses dispositivos propõem a participação, o diálogo, a colaboração entre parceiros. Nessas redes, ocorrem trocas imediatas e a arte circula pelo planeta, dotando-a de dimensões artísticas, tantas quantas as tecnologias que utilizam.

O artista coloca-se numa posição em que já não é o único autor da *obra*, desde que o seu projecto assuma a função comunicacional, partilhado entre o autor e os participantes/contribuintes. Estas questões reforçam a noção de que a história da produção em arte é, sobretudo, a história dos meios e linguagens onde as novas tecnologias acrescentaram outros atributos e condições para realização do pensamento artístico. Do ponto de vista social, a arte assume-se como uma posição de natureza política onde as manifestações artísticas não se encontram mais ao serviço de camadas dominantes (elites sociais ou económicas), de quem já não depende a sua legitimação e se reconcilia com a sociedade, numa acção directa no seu quotidiano.

Um instrumento expressivo tem uma maior ou menor necessidade de universalidade e tal determinará a circulação da obra realizada. O complexo significado que pode ser dado à *expressão-conteúdo* própria do ambiente linguístico, no âmbito do seu mercado natural, resulta de modo diferente e de menor qualidade num mercado externo. Há uma ligação entre o ambiente linguístico e ambiente comercial, que diz respeito à capacidade de uma certa cinematografia exprimir os valores³⁷ que resultam da

³⁷ Os «valores estruturais da arte cinematográfica estariam mais dirigidos para a narração do que para a reflexão, realidade desde sempre assumida pelos chefes das companhias produtoras de Hollywood e, possivelmente, a causa fulcral do seu sucesso massivo. [...] Como consequência desse facto, e tendo em vista a satisfação e diversão dos espectadores, a indústria cinematográfica vê-se obrigada a proceder à modelização das suas narrativas, à canonização dos valores éticos e estéticos. Nisso não difere muito da sua antítese, a arte de vanguarda (que o cinema também conheceu) que, também ela, embora assentado em valores simetricamente inversos, fixa positivamente, mediante as suas proibições anti-burguesas, a sua própria linguagem (iconoclasta por necessidade), a sua sintaxe e o seu vocabulário, por inerência e, muitas vezes, por vaidade, esotéricos. Ao que a indústria cultural enaltece (o entretenimento, a massificação, a simplicidade interpretativa, a mensagem popular, a procura da uniformidade) a vanguarda responde com o seu contrário (a reflexão, o elitismo, a complexidade de sentidos e raciocínios, o fechamento iniciático, a transgressão). No entanto, assumir que as faculdades perceptivas ou reflexivas do espectador são estioladas pelas formas de expressão

identidade inerente e das necessidades de uma determinada área (Biondi, 2005: 91-3). A cinematografia americana, não tanto no que diz respeito à variedade de propostas, mas, sobretudo, porque quase sempre aborda questões profundas e radicais na cultura da sua população, é um produto que tem mais hipótese que outros de se definir como modelo dominante do que aquelas dos países ocidentais, que não partilham características demográficas suficientes para formarem um mercado. No Oriente, embora haja um número significativo de espectadores, ainda não dispõe de uma produção que possa ser vista como uma cinematografia independente.

É por esta razão que somos obrigados a defender que os estados-nação não sabem fazer de produtor cinematográfico, os estados não deve querer fazer de produtor cinematográfico, mas os governos devem garantir a existência das infra-estruturas indispensáveis e ocupar-se em aumentar as bases culturais e a independência dos seus espectadores, devem proteger a cinematografia da única forma que a fisiologia do sistema audiovisual permite, respeitando a dialéctica base dos autores e produtores, tentando recuperar – incluindo culturalmente – a distância que os separa (Biondi, vol. I, 2005: 155-7). Isto porque a troca de produtos e a resultante acumulação de poder económico obriga a normas que tutelem a concorrência e o consumo: a criação da oferta (uma necessidade primária do método de produção industrial) que torna o mercado fluido e em expansão, graças à inovação tecnológica, reflectida na diversidade de

cinematográfica é erróneo: em primeiro lugar, porque essas formas são múltiplas, [...] e, em segundo, porque as variáveis narrativas desmultiplicam-se [...]». A premissa da concordância do espectador « [...] representa uma apologia da noção de sociedade e da sua coesão – deste modo, pode falar-se de um ganho duplo (que para Adorno seria um prejuízo): o indivíduo ganha em satisfação pessoal, ao mesmo tempo que a sociedade reforça o seu sentido de integração; as grandes narrativas servem antes de tudo esse esforço de partilha. [...] Sob a aparência de participação premente do indivíduo, a indústria retirar-lhe-ia, através da veiculação de valores aceites ou moldes configuradores, as possibilidades de transgressão que ele poderia experimentar e, em parte, proceder a uma restrição dos instintos, sendo cada um manipulado e dirigido pelas instâncias produtoras de bens e mensagens culturais. [...] Não devemos escamotear, no entanto, que estar integrado é não só uma estratégia dos meios de expressão de massas, mas um desejo do próprio indivíduo a quem o ostracismo causa mágoa – daí a recusa da solidão e constante sublimação da sua existência, substituindo a dor da exterioridade orbital por um sentimento de adesão e pertença a uma ordem que a todos beneficia. Essa eventual identificação ou transferência entre os níveis da ficção e da realidade tem uma amplitude variável, mas é certo que a maneira como construímos a nossa visão do mundo, encetamos as nossas relações e delineamos objectivos são em grande medida enformados pelos valores estéticos, éticos e políticos que averiguamos no ecrã – nisso haverá certamente que enunciar o papel das vedetas e dos heróis, padrões morais que, na sua natureza duplamente ordinária e extraordinária, e modelos de identificação e projecção do espectador, se configuram como ícones de um limbo onde o realismo e a idealização se indiferenciam. [Em linha]. [Consult. 9 Dezembro. 2013]. Disponível em <URL: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/nogueira-luis-cinema-adorno>>.

produtos e nos seus preços. A gestão da procura que se pede ao Estado consiste no investimento no mercado e a determinação das linhas de produção. É esse o papel que defendemos para o Estado, o de gestor, investidor, mas não deve ter uma política do gosto, acrescenta António-Pedro Vasconcelos³⁸.

Para um filme, sabemos que a sua utilidade é consubstanciada na aquisição do bilhete, mas, no fabrico do produto, não é indiferente o género e o facto de ser uma curta ou longa-metragem – mas o preço do bilhete não reflectirá essa diferença. Também a dimensão demográfica de um mercado cinematográfico não depende tanto do número de habitantes por metro quadrado mas do ambiente linguístico.

Encontramos, na produção de arte, cultura, contemporânea, fins onde a imaginação é uma hipótese de trabalho para massas. É disso exemplo o (dito) cinema comercial, projecto que, pelos custos que envolve na produção e difusão, está, naturalmente, sob o controlo de empresas. Aqui, é garantindo que a intenção do cineasta está fadada a ser limitada, consciente ou inconscientemente (Worthington, 2009: 172). Ao configurar apenas um destino individual, adoptando a mais extrema compostura crítica, um filme submete-se, desde logo, à ideologia. A auto-reflexividade da cultura acarreta um nivelamento, na medida em que todos os produtos se relacionam com o que já foi pré-formado. É-lhes, mais uma vez, imposto um mecanismo de adaptação movido pelo modelo e pelos interesses empresariais.

Em boa verdade há uma zona de intersecção entre a produção cultural e o mercado, e um dos exemplos mais flagrante encontramo-lo nos Festivais. Os prémios atribuídos nestes certames são uma prática cultural por excelência contemporânea e a sua função principal é a de facilitar as transacções dentro do mercado cultural, permitindo que os diversos agentes individuais e institucionais, com seus bens e interesses diferentes, se envolvam para dotar de um valor um outro projecto. Devemos, por isso, reconhecer que é um processo que não pode ter lugar sem uma série de transacções complexas que envolvam muito mais do que artistas e seus trabalhos. O valor cultural não acontece sem obrigações sociais, de crédito ou do respeito conferido pelos outros, e a sua produção é sempre um processo social e politizado, não estando

³⁸ Jornal *Público*/Ípsilon, 29 de Janeiro de 2010.

independentemente (ou em oposição) do mercado económico – a produção de um bem cultural está associada à economia, ao dinheiro. São transacções complexas as que resultam em prémios, contemplam avaliações artísticas, sociais, políticas, económicas – no fundo, os mesmos contextos em que foram produzidas. Defendemos que não se podem, apesar da sua proliferação, *demonizar* os prémios como inimigos da arte, da cultura, mas, antes pelo contrário, olhá-los como uma continuidade da prática culturais, como parte da nossa vida cultural – a validação dos nossos gostos, das nossas opções, investimentos, e, até, das nossas ilusões. No que respeita ao advento do prémio cultural moderno, podemos apontar com seu precursor a atribuição do Prémio Nobel da Literatura³⁹, em 1901. Enquanto o Nobel marca uma nova época, na história dos prémios culturais, não devemos ignorar outras formas equivalentes como aqueles concedidos por universidades e academias reais a partir do século XVII. Acontece que, no século XX, este tipo de reconhecimento sofreu uma inovação considerável, explicada pelo desejo de estender o controlo sobre os campos das artes, numa tentativa de envolver o Estado no poder de produzir valor artístico, consagrando e determinando quais os autores que serão reconhecidos, os merecedores, a seu ver, de especial distinção. A tradição está de tal modo enraizada em toda a Europa, que se algum Estado, ou monarquia, não realizar algum tipo de distinção (e controlo) pode ser visto como sinal de fraqueza. Acima de tudo, gostamos de acreditar que o sistema de prémios permite preservar a memória da produção cultural e é por causa dessa memória que as instituições investem profundamente nessas premiações. Pelo prestígio e reconhecimento que atraem, para si, os diversos agentes culturais proporcionam um espaço de transacção de bens culturais (*status* entre os críticos, a experiência académica, as conexões sociais, a representatividade étnica, a autoridade *curatorial*, o dinheiro, as influências, etc.), sendo portanto um espaço de negociação. Numa época em que os processos culturais ocorrem em cada vez mais em contextos transnacionais (globais), muitos têm um alcance que vai muito para além das políticas nacionais.

³⁹ Curiosamente, e no contexto do relativismo da premiação, a «atribuição do primeiro prémio Nobel da literatura causou escândalo quando a Academia Sueca falhou na atribuição do prémio a Leo Tolstoy e, em vez deste, premiaram um poeta francês (menor) Sully Prudhomme.» (English, 2005: 190-1). É neste contexto que se verificam, uma vez mais, as lutas entre campos, entre aqueles artistas que defendem uma distância relativamente a esses métodos de reconhecimento – e se opõem a essas manifestações – e os outros (que Bourdieu designa por burgueses) que procuram pertencer e colaboram nesses sistema de domínio.

A cultura envolve promulgação e representação. Sendo a arte a arte do discurso⁴⁰, reflecte Bourdieu (1993: 7), um mundo simbólico e de significados, constitutiva de uma identidade colectiva e individual. Intimamente relacionada com a cultura está o conceito de comunicação, que se refere às formas pelas quais significados, artefactos, crenças, símbolos e mensagens são transmitidas, as instituições que fazem o seu armazenamento e transmissão possível, e os meios de recepção. E a noção de globalização em si é quase tão frustrante como a de cultura, visto que é objecto de múltiplas teorias e definições, em todo o mundo há interligações e interdependências e todas têm raízes profundas na história mundial, e rapidamente estão a ser trazidos através do movimento de objectos e pessoas, entre as regiões e espaço intercontinental.

1. A economia cultural global

É a globalização que caracteriza a maneira como vivemos, cada vez mais perto e unidos.

«Nas artes predominantemente comerciais as empresas do sector apostam em empreitadas maiores, mais susceptíveis de realizarem um retorno maior do capital investido. Em qualquer um dos casos, os imperativos económicos, as pressões competitivas do mercado global, obrigam os artistas e organizações a equilibrar a sua produção em função da criação de um valor económico – o que pode, em alguns casos, alterar a natureza qualitativa do valor cultural produzido. As novas tecnologias aplicadas às operações do dia-a-dia dos produtores culturais promovem a propagação dos seus projectos em mercados globais, quebram barreiras ao fluxo de capital e de trabalho, facilitando a criação de um mercado global para muitas empresas e corporativas. Este facto, ainda que aparentemente paradoxal, aponta para um reforço da diferenciação cultural local contra as forças da padronização global. O valor económico e cultural gerado na produção de bens culturais é distribuído por aqueles que produzem, pelas empresas e as redes de comunicação que os transportam. [...]. Os processos de globalização facilitam a circulação internacional de bens e serviços culturais, contribuindo para aperfeiçoar as tensões entre o valor económico e cultural na arena do comércio. O poder económico do mercado global tende a amplificar as tendências que mudam o equilíbrio a favor da coesão económica e não cultural da criação de valor; enquanto os aspectos tecnológicos da globalização produzem múltiplos impactos benéficos sobre a produção cultural, distribuição e consumo – mesmo levantando questões internas de avaliação de valor cultural em si, desafiando os modos tradicionais de avaliação estética e propõe novas abordagens para o que entendemos por cultura. Por isso as técnicas para a avaliação do valor económico dos bens e serviços culturais estão em constante aperfeiçoamento, especialmente adaptando os métodos utilizados na economia e aplicando-os ao campo

⁴⁰ O discurso fílmico diferencia-se «do escrito porque estabelece o tecido narrativo através da imagem e do som que são os elementos-chave da sua expressão.» (Capucho, 2008: 40).

cultural. No entanto, sabemos, que a elaboração de critérios adequados para a representação de um valor cultural é uma tarefa intrincada e as decisões de alocação de recursos são feitas todos os dias e a todos os níveis, da economia cultural, desde o artista solitário, à empresa, da pequena companhia de teatro ao Ministério da Cultura nacional». (Anheier e Isar, 2008: 32-9)

A economia cultural global é fundamental na formação do cidadão e capaz de influenciar questões globais através da formação de comunidades activas. São estes indivíduos que constituem a base da economia cultural, sendo empresários culturais que almejam desenvolver e prosperar num sistema económico. Encontramos exemplos desta actividade associada à preservação de tradições e valores culturais. É nessa organização e agregação que as empresas culturais criam uma economia cultural global. Porém, muitas sociedades não dispõem de rendimento que lhes permita ter acesso aos produtos das indústrias culturais através dos meios globais e estão totalmente dependentes dos meios estatais, conduzindo a um consumo e difusão localizada, onde circulam eminentemente no país de origem; por outro lado, encontramos sociedades onde a indústria e a propriedade intelectual estão organizadas através de redes transnacionais, de intercâmbio cultural nacional, onde encontramos as co-produções internacionais, exposições e conferências conjuntas e festivais onde a partilha de custos, em economias de escala, possibilitam a comercialização internacional: entre distribuidores de filmes, editoras de música, *performers*, etc. «As empresas criativas adoptam estratégias que envolvem a criação artística num ambiente financeiro [...]» (Anheier e Isar, 2008: 64).

A economia cultural - como um sistema económico para a produção, distribuição e consumo de bens e serviços culturais através do mercado como todas as formas de actividade económica, produz saídas, com conteúdo estético ou semiótico significativo, numa ordem económica que está intensamente focada na circulação de conhecimento, na criatividade, nos atributos culturais, a sensibilidade e as características comportamentais da força de trabalho, em combinação com uma infra-estrutura tecnológica baseada na computação e na comunicação digital. A economia, esfera dominada por regras distintas e sistémicas, orientada pelos imperativos da produção de recursos, alocação e distribuição, encara a dimensão económica da cultura numa perspectiva plural. Quando se analisa a convergência contemporânea de prémios e recompensas nas artes - como uma nova economia de prestígio –, a arte passa a estar intimamente ligada ao dinheiro, à política, ao aspecto social e temporal, e explora a

natureza do poder cultural e de como este se coloca face às outras formas. Uma vez mais, a economia de prestígio, cultural, é global, na medida em que os diversos mercados culturais e escalas locais estão relacionados uns com os outros, de forma estreita e interdependente, num processo (global) de difusão e apropriação cultural. Por exemplo, os prémios mais ambiciosos são obrigados a ir além das fronteiras nacionais, tanto para a apropriação como para legitimação através de mediação (Anheier e Isar, 2008: 3-6).

De acordo com Anheier e Isar, a noção de economia cultural refere-se às dimensões culturais da actividade económica de qualquer produto ou serviço, com especial ênfase nos produtos e actividades culturais, como a música, o cinema e as artes plásticas, em oposição às ‘tradicionais’, como as dos transportes ou siderurgias. Segundo estes, o conceito foi desenvolvido pelos *media* franceses e estudiosos de comunicação na década de 1980, que reconheceram a indústria cultural como uma expressão legítima da cultura.

«O reconhecimento da cadeia de produção une ambas as questões: as actividades culturais (cinema, televisão, livros, jogos de computador, teatro, música, etc.), e a produção cultural (fabricação, distribuição e consumo). A natureza global da produção cultural contrasta com o carácter local da sua produção, e regulamentação, sensível à exposição às economias formais e informais e aos seus fins, lucrativos ou não. A economia cultural tem um sistema de *feedback* muito forte, entre produção e consumo, de um fluxo qualitativo e quantitativo das informações, juntamente com avaliações muito atentas e realistas [...]. As características desta rede são o "campo de força" em que a economia cultural opera. As indústrias culturais são tidas como uma das mais inovadoras e com mais significativo crescimento económico» (Anheier e Isar, 2008: 44-5).

Olha-se para a arte como uma solução para diversos problemas sociais e económicos. Surgiram fundos de desenvolvimento (locais, regionais, nacionais e internacionais), apropriando-se, para os legitimar, de uma linguagem mais adequada à criação industrial e um olhar sobre a arte enquanto actividade económica⁴¹. O conceito de indústrias criativas engloba, particularmente, as áreas das novas tecnologias e a

⁴¹ É com esta linguagem, com os relatórios de actividade baseados em números (de sessões, de publico, de receitas, de benefícios fiscais) que tranquilizam aqueles que dotam o sector com os fundos necessários, porque este sector também se mostra em números, em horas, em empregos criados – salvaguardando um modelo de recuperação do investimento, demonstrando o quanto pode ser rentável e protegendo, dessa forma, o florescimento da cultura em si mesma. (Anheier e Isar, 2008: 93-7).

economia do conhecimento, no capital humano e a sua capacidade de gerar novos conhecimentos a partir do conhecimento existente – as artes/a cultura como ponto focal para capitalização, orientada para um modelo de vida e de trabalho. E é assim que a cultura se torna essencial nas identidades (locais), um elemento-chave da marca local e ferramenta de *marketing* político-social.

Assim, globalmente, e a diferentes velocidades, a capacidade de criar novas ideias e novas formas de expressão para a economia do conhecimento está a tornar-se reconhecida por criar riqueza (cultural) nacional e pretende ser aceite não só como criadora de legados, num contexto de indústria de massas, mas como veículo de produção de riqueza, de conhecimento, transformador de energia e dinamismo, de produtor de ideias e identidades. Do ponto de vista das indústrias criativas, a sua acção não se reduz à produção de riqueza e emprego e vai mais além, criando espaços para comunicar, reflectir e celebrar a diversidade das expressões culturais.

Idealmente, seria de esperar de cada comunidade/sociedade fosse capaz de produzir bens e serviços que expressassem as suas próprias visões e aspirações culturais e fosse capaz de as ver competir, de forma justa, tanto no mercado nacional, como no regional e no global, mas as assimetrias afectam a possibilidade de afectar meios e, portanto, agravam os desequilíbrios (históricos) tanto na troca de comunicação, como no acesso à informação, entretenimento e na participação cívica, travando o desenvolvimento cultural e o diálogo inter-cultural.

Podemos encontrar com alguma facilidade as relações entre economia e a economia cultural. As artes tradicionais (eminentemente locais), os meios de comunicação convencionais, os novos meios de comunicação, o *design*, arquitectura e o desenvolvimento de *software* servem uma economia criativa onde se envolve o património cultural no combate à pobreza, que cria emprego, enquanto fortalece estruturas de influência e valor. As empresas criativas adoptam estratégias que envolvem a criação artística num ambiente financeiro, com base numa ponderação entre quantidade e qualidade dessa produção. Nas artes predominantemente comerciais, as empresas do sector apostam em empreitadas cada vez maiores, mais susceptíveis de realizarem um retorno (maior) do capital investido. Em qualquer um dos casos, os imperativos económicos, as pressões competitivas do mercado global, obrigam os

artistas e organizações a equilibrar a sua produção em função da criação de um valor económico – o que pode, em alguns casos, alterar a natureza qualitativa do valor cultural produzido. As novas tecnologias aplicadas às operações do dia-a-dia dos produtores culturais promovem a propagação dos seus projectos em mercados globais, quebrando barreiras ao fluxo de capital e de trabalho, facilitando a criação de um mercado (global) para muitas empresas e corporativas. Este facto, ainda que aparentemente paradoxal, aponta para um reforço da diferenciação cultural local contra as forças da padronização global.

2. O valor dos bens culturais

O valor económico e cultural gerado na produção de bens culturais é distribuído por aqueles que produzem, pelas empresas e as redes de comunicação que os transportam. No caso da internet, e substancialmente na produção musical e audiovisual, se, por um lado, há um ambiente propício à subversão, através da pirataria, por outro, permite aos consumidores acederem aos bens desejados e aos seus agentes a difusão do seu trabalho. O poder económico do mercado global tende a amplificar as tendências que mudam o equilíbrio, a favor da coesão económica e não cultural, da criação de valor. Os aspectos tecnológicos da globalização produzem múltiplos impactos benéficos sobre a produção cultural, distribuição e consumo, levantando algumas questões internas de avaliação de valor cultural em si, desafiando os modos tradicionais de avaliação estética, propõem novas abordagens para o que entendemos por cultura. Por isso, as técnicas para a avaliação do valor económico dos bens e serviços culturais estão em constantemente aperfeiçoamento, adaptando os métodos utilizados na economia para os aplicar ao campo cultural. No entanto, sabemos que a elaboração de critérios adequados para a representação de um valor cultural é uma tarefa intrincada e as decisões de alocação de recursos estão a ser feitas todos os dias e a todos os níveis da economia cultural⁴², desde o artista solitário à empresa, da pequena companhia de teatro

⁴² O conceito foi desenvolvido pelos media franceses e estudiosos de comunicação na década de 1980, reconhecendo que a indústria cultural é uma expressão legítima da cultura. O reconhecimento da cadeia de produção une ambas as questões: as actividades culturais (cinema, televisão, livros, jogos de computador, teatro, música, etc.), e a produção cultural (fabricação, distribuição e consumo) (Anheier e Isar, 2008: 44).

ao Ministério da Cultura. Na arena da política, as forças da globalização colocam desafios particulares já que, em última análise, os decisores políticos devem estar a ser guiados pela vontade colectiva daqueles que representam.

A abordagem da cadeia de produção incorpora a produção e consumo dentro dum mesmo processo. Funciona como uma rede, um sistema interdependente, de empresas que estão em constante crescimento, evoluindo para outras empresas, num equilíbrio delicado: no ciclo de vida dos produtos encontramos os projectos e as empresas que os produzem; a grande rotatividade dos produtos, resultado das inovações, necessárias, à sustentabilidade do sector; a incerteza de que quando o produto chega ao mercado/público é bem aceite; a construção de um mercado através de ferramentas como a educação e a publicidade.

3. O consumo de produções culturais

Anheier e Isar (2008: 44-7) sustentam que é o consumo que sustenta a produção e ambos estão, criticamente, dependentes de um mercado altamente competitivo, obrigando, naturalmente, a recorrer à tecnologia para massificar a produção, sem perder a fundamental qualidade, resultando nos lucros necessários. A economia cultural tem um sistema de *feedback* muito forte, entre produção e consumo, de um fluxo qualitativo e quantitativo das informações, juntamente com avaliações muito atentas e realistas como a que “se é tão bom quanto o seu último trabalho”. As características desta rede são o “campo de força” em que a economia cultural opera. As indústrias culturais são tidas como uma das mais inovadoras e com mais significativo crescimento económico. Nalguns países europeus a *economia criativa*, ou a economia cultural moderna, já marca a nova fronteira do emprego e de rendimento. Para um número crescente de Estados europeus e os seus cidadãos, essa economia cultural está na vanguarda da economia do conhecimento global. Entende-se por economia da cultura todos os sectores que oferecem produtos que incorporam um alto significado simbólico ou valor em relação ao seu valor utilitário. O conceito economia cultural coincide com sectores como a produção, negócios e serviços financeiros, moda, indústrias de novos artesãos, meios de comunicação audiovisual, publicações, e assim por diante.

O pensamento dominante é o do comércio global, com o objectivo de criar um

círculo virtuoso entre a produção local, a distribuição global⁴³ e o consumidor – uma abordagem integrada, uma cadeia global para a cultura. As iniciativas da indústria cultural estão a ser impulsionadas pelos governos com a contribuição da sociedade civil. Hoje, a comunicação digital revolucionou, também, a paisagem social, dotando milhões de pessoas de liberdade, em oposição à marginalização a que muitos estavam votados, longe de terem voz sobre assuntos globais. A democratização da voz política dá aos públicos (globais) o poder de mudar a política nacional de uma forma extraordinária, a tecnologia digital facilitou este processo descentralizado, reformulando as comunidades de influência, formadas *online*. A economia cultural global é, então, fundamental na formação do cidadão plenamente realizado, defensor do local mas profundamente interessado, e capaz, de influenciar questões globais e de formação de comunidades participativas.

4. O desafio dos agentes culturais

São os empreendedores culturais os alicerces da economia cultural. São empresários culturais que almejam desenvolver e prosperar no sistema económico enquanto reforçam e preservam tradições e valores culturais. É na agregação de empresas culturais que é criada a economia cultural global. Os empresários culturais, com uma visão de empresa, envolvem-se nas tradições culturais e fornecem, através delas, novos produtos e serviços culturais. Deseja-se a criação de uma rede de empreendedores culturais que, organizadamente, proponham formas de financiamento de novas ideias, porque o empreendedor criativo faz a ponte entre o talento criativo e o mercado, e eles são: os produtores, editores, empresários, curadores, agentes, que sempre existiram.

A redução do apoio dos governos centrais para a cultura é uma tendência geral, com raríssimas excepções. Ou seja, a produção de valores culturais vem em segundo lugar face à produção de valores de uso directo. Isto é muito claro, por exemplo, no que diz respeito à forma como a conservação do património perde fundos para os apoios ao desenvolvimento da leitura ou da música. Em muitos países europeus, muitas pequenas

⁴³ Por exemplo, não «poderíamos nunca apreciar toda a beleza do filme de Fassbinder se ele não tivesse sido re-masterizado para a nova colecção em DVD.» (Jornal *Público*, 11 de Janeiro de 2008).

empresas têm aparecido, particularmente nos sectores de produção, em audiovisual e das artes performativas. Outra dificuldade das indústrias criativas é o facto de, por um lado, se verificar uma verdadeira descentralização da produção e por outro, a distribuição a ser mais concentrada.

Essas 'políticas culturais' do sector de negócios também permitem investir nas chamadas cultura das minorias, cultura digital, etc. Para estas empresas, o que contam são os nichos⁴⁴ complementares, as técnicas para chegar a ambos são muito semelhantes. Na economia global, a criatividade cultural é cada vez mais o resultado da cooperação que alimenta o campo cultural com novas referências, novos valores e tendências. Mas a redução dos subsídios públicos, que resulta em restrições financeiras que prejudicam todos os agentes culturais e o livre acesso à cultura, podendo, também, afectar as empresas – quando, por exemplo, as receitas de publicidade deixam de poder subsidiar outras formas criativas, principalmente no caso do nosso audiovisual. É, provavelmente, por isso que artistas, e as pequenas/médias empresas, têm seguido uma posição restritiva, próxima da das grandes empresas, no que diz respeito, por exemplo, aos direitos de autor.

Face ao desafio da globalização, alguns países da União Europeia adoptaram a estratégia de excepção cultural, sistema de protecção das obras de arte e produções artísticas identitárias de um país, face às forças de mercado. Podemos aduzir a esta atitude motivações, menos altruístas, como os *lobbies*, de interessados que procuram proteger suas posições de mercado e receitas. Muitos defendem que a estratégia de excepção cultural coloca problemas para a integração no mercado – por exemplo, o GATT reconheceu a necessidade de quotas de produção de filmes em 1947, reiterando em 1994. Mas a diversidade cultural é vista cada vez mais e por mais países europeus como forma de garantir o direito fundamental à informação e à liberdade de expressão e até de melhorar o sentido de competição e integração através da criação de excelência. As implicações económicas, sociais e territoriais de bens artísticos e as indústrias estão

⁴⁴ Damos como exemplo a estreia da versão em filme, de uma série de televisão, onde, nos Estados Unidos, «85 por cento dos espectadores eram mulheres [...]. O universo restrito da televisão por cabo e a abertura estética que a HBO tornou possível foram essenciais para uma série [...] em que as mulheres dominam toda a acção na qual os valores da família ficaram de fora» (Jornal *Público*, 6 de Junho de 2008).

a conduzir os governos a envolverem-se, sob o argumento de que não pode haver progresso sem o desenvolvimento e fomento cruzado de culturas.

A cultura e o sector criativo na Europa está a superar outros sectores, como a automóvel, e representa um tecido empregador de perto de 6 milhões de pessoas em 2003 e, por isso, contribuiu significativamente para a 'Agenda de Lisboa'⁴⁵.

A produção audiovisual é a área mais visível do conflito entre os instrumentos proteccionistas, e sobre receitas e quotas. Esses mecanismos têm frequentemente provocado a ira da indústria cinematográfica americana e a 'excepção cultural' é tradicionalmente invocada para defendê-los. Em termos de regulamentação, no entanto, a Comissão não foi mais longe do que emitir directivas cuja aplicação é em grande parte deixada ao critério de cada um dos Estados membros. Na investigação de países que apoiam uma política intervencionista, a Comissão lançou em 1991 o programa MEDIA, que oferece bolsas diversas para a formação e para a produção, tradução e venda de obras audiovisuais, bem como, ainda que limitada, à distribuição.

A produção e promoção de audiovisuais nos países ibero-americanos é apoiada pelo programa Ibermedia, centrando-se em produtores e distribuidores independentes dos países membros, e estabelece critérios específicos para o acesso àquelas actividades. A regulamentação passa por, no caso de co-produções, por exemplo, serem obrigadas a serem em idioma Português ou Espanhol; o realizador, argumentista, compositor, os principais actores e equipa técnica também tem de ser oriundos desses países.

Nenhum progresso pode fazer-se face à globalização a menos que a cultura seja reconhecida como um ingrediente fundamental de qualquer estratégia de desenvolvimento e isso envolve a promoção de sinergias entre o sector cultural e áreas como educação, turismo, economia, assuntos internacionais e meio ambiente. Mas, também, exige uma abordagem macroscópica para a cadeia de valor que favorecerá o equilíbrio entre a produção cultural, a distribuição e o consumo, num passo para a

⁴⁵ No que diz respeito ao reforço do património e da cooperação cultural entre os Estados-Membros, a Comissão Europeia deverá tomar as indústrias criativas em consideração na sua política para o mercado interno e sublinha o papel da cultura como catalisador da criatividade no âmbito da Estratégia de Lisboa para o crescimento e emprego (Anheier e Isar, 2008: 169).

promoção e o desenvolvimento sustentável. A realização e divulgação de estatísticas que ilustram o estado da produção cultural e da sua diversidade são fundamentais para orientar o processo de planeamento a longo prazo, o que incluirá o financiamento de micro e pequenas empresas e indivíduos, a promoção do diálogo entre a sociedade civil e o sector privado – mudando o paradigma de envolvimento empresarial com a cultura da filantropia para oportunidades de negócios e fomento de programas como o co-produções, destinadas a quebrar barreiras culturais de determinada região.

5. A nova economia criativa

Como observado desde o início, a actual política de economia criativa, nos Estados Unidos, faz parte de um paradigma da política emergente caracterizada por diferenças notáveis do modelo do século XX, pelo financiamento público das artes. Na verdade, implícitas políticas de experimentação, personalização e aprendizagem estão presentes em muitas comunidades locais, enquanto a integração está a ser formada por uma comunidade política informal, ligadas tanto ao nível nacional e internacional, em rede. O reconhecimento dessas políticas é, então, usada por outras comunidades para formular as suas próprias iniciativas de economia criativa e para construir uma ampla consciência pública do papel das artes na nova economia do século XXI. Em contraste com o paradigma de política cultural anterior, as actuais iniciativas de economia criativa, ao nível local, não são apenas um impulso global, mas um reconhecimento do valor público das artes, nas formas de identidade cultural, a imagem da comunidade e da sua qualidade de vida.

«Na arena da política, as forças da globalização colocam desafios particulares» (Anheier e Isar, 2008: 39), já que, em última análise, os decisores políticos devem ser guiados pela vontade coletiva daqueles que eles representam. O conceito foi desenvolvido pelos *media* franceses e estudiosos de comunicação na década de 1980, reconhecendo que a indústria cultural é uma expressão legítima da cultura. O reconhecimento da cadeia de produção une ambas as questões: as actividades culturais (cinema, televisão, livros, jogos de computador, teatro, música, etc), e a produção cultural (fabricação, distribuição e consumo).

A abordagem do processo de produção cultural incorpora tanto a produção como o consumo num sistema interdependente, de empresas em equilíbrio delicado – já que o ciclo de vida dos produtos e a sua grande rotatividade, resultam e são resultado de inovações, fundamentais à sustentabilidade do sector. É o consumo que sustenta a produção e ambos estão dependentes de um mercado competitivo que obriga a recorrer à tecnologia para massificar a produção – sem perder a qualidade e capaz de gerar os lucros necessários. No contexto da economia criativa, vemos riscos a serem tomados, testemunham-se os agentes de mudança e utopistas que a partir de empresas inovadoras e sustentáveis ampliam os meios de sustento e de criação de valor cultural, aos produtores e consumidores de serviços e produtos culturais.

As empresas culturais também implantaram o capital financeiro, humano e cultural de uma forma estratégica e empreendedora, dependente de investimentos e financiamentos, para suportar os seus projectos, de quem se espera a mesma capacidade de gerar lucro enquanto criam valor cultural, para a comunidade e para o consumidor (Anheier e Isar, 2008: 97).

O capital humano, a sua capacidade de gerar novos conhecimentos, a partir do conhecimento existente, e as artes, a cultura, como ponto fulcral da capitalização, orientada para um modelo de vida e de trabalho, fazem da actividade cultural uma força vital para as identidades locais, como elemento chave da marca local e ferramenta de *marketing* político-social. Globalmente, e a diferentes velocidades, a capacidade de criar novas ideias e novas formas de expressão para a economia do conhecimento está a tornar-se reconhecida por criar riqueza (cultural) nacional e pretende ser reconhecida como criadora de herança, enquanto é forma de produção de riqueza, de conhecimento, transformadora, produtora de ideias e identidades.

«Do ponto de vista das indústrias criativas a sua acção não se reduz a produção de riqueza e emprego e vai mais além, criando espaços para comunicar, reflectir e celebrar a diversidade das expressões culturais» (Anheier e Isar, 2008: 9).

No que diz respeito à produção (e distribuição) de filmes, o cinema é reconhecido como o paradigma da globalização cultural e um dos mais dominantes

fluxos culturais contemporâneos. Nos Estados Unidos da América, as indústrias criativas são fundamentais para o comércio internacional. A exportação de filmes, TV, música, livros e *software* gera mais receitas no exterior que qualquer outro sector, incluindo a aeronáutica, a agricultura ou a produção automóvel. Na relação entre a importação e a exportação, é somente a indústria cinematográfica que detém saldo positivo de comércio com todos os países do mundo, isto é, exporta mais do que compra. Os filmes norte-americanos são distribuídos em mais de 150 países, numa quota de mercado ainda maior do que a televisão, já de si tão lucrativa. Facto a realçar é que a maioria das receitas dos filmes vem da distribuição, nos mercados internacionais, em formato de DVD⁴⁶. O reconhecimento deste potencial está a fazer florescer outros núcleos de produção, equivalentes ao de Hollywood, como na Índia⁴⁷ (indústria chamada de *Bollywood*), na China, no Japão (principalmente com o cinema de animação), México, Venezuela e Brasil (maioritariamente na produção televisiva) (Anheier e Isar, 2008: 57).

Na Europa, durante os anos 1980, alguns dos aspectos mais controversos da unificação económica giravam em torno do futuro da televisão e o foco das deliberações foram questões urgentes sobre identidades locais, nacionais e étnicas. Tais preocupações foram sempre colocadas em termos dos meios de comunicação – crítica que alcançou notoriedade entre os estudiosos e decisores⁴⁸ políticos, durante os anos 1960, sugerindo que a supremacia ocidental e, em especial, a norte-americana, baseia-se na distribuição de produtos cinematográficos e televisivos para mercados distantes para onde deslocam os valores locais e instituições culturais.

⁴⁶ «O mercado do DVD permite obter mais dinheiro para fazer um filme. E um dos argumentos de venda consiste nos famosos extras. Ora os extras são, a maioria das vezes, as cenas cortadas, os disparates que o realizador fez. São, portanto, os elementos anti-artísticos.» (Chabrol, 2010: 82).

⁴⁷ Actualmente, a indústria cinematográfica de Mumbai/Índia é a primeira em termos de número de lançamentos (Anheier e Isar, 2008: 57-8).

⁴⁸ Ou ‘think tanks’: organizações/indivíduos que se dedicam à análise de políticas públicas e de pesquisa, e à proposta de soluções; alguns são partidários outros têm como função principal dar apoio intelectual a políticos e/ou partidos, funcionando como grupos de interesse/ lobbie, consultores de media, spin doctors (relações públicas para a política), e os próprios partidos políticos. Os think tanks europeus e americanos têm desempenhado um papel importante no processo de elaboração de políticas, responsáveis pela criação de uma verdadeira mudança na política pública. Têm grupos de reflexão que funcionam com orçamentos, propósitos e pesquisas. Como a União Europeia pretende integrar diferentes Estados-membros, a necessidade de uma comunidade verdadeiramente diversificada de think tanks Europeus nunca foi tão grande. (cfr. McGann, 2010: 10-14).

Em 1990, no entanto, o valor desta tese, baseada no *imperialismo* ocidental dos meios, começou a ser posta em causa por variadas razões: porque era ampla e de natureza estrutural, não tendo em conta as diversas formas pelas quais o público faz uso dos meios de comunicação estrangeiros; também parecia ignorar a influência crescente de produtores nacionais de *media*, não reconhecendo a crescente importância de centros de *media* transnacionais de produção em cidades periféricas, como Mumbai, Beirute ou Hong Kong. A tese do imperialismo dos *media* passou a estar focada no cinema nacional e no sistema nacional de radiodifusão, dando pouca atenção à circulação cada vez mais complexa e transfronteiriça (Anheier e Isar, 2008: 57-8).

Desde 1980, o número de produtores de audiovisuais, distribuidores e consumidores tem crescido drasticamente, primeiro na Europa e depois na Ásia, com China e Índia trazendo quase dois bilhões de novos espectadores nas últimas duas décadas do século XX. Em muitas partes do mundo, as corporações foram adaptando as suas operações às condições locais, ao mesmo tempo que o filme local e as empresas de televisão se foram tornando mais globalizadas, tanto ao nível das abordagens como das práticas. A globalização acontece como resultado de práticas económicas e culturais que, com vista à integração (global), se reflectem no processo de produção. Estão a enfraquecer a coerência cultural de todos os estados-nação, inclusive os economicamente mais poderosos – ao contrário da teoria do imperialismo dos *media*, que enfatizam a extensão de auto-consciência do poder centralizado, as teorias da globalização sugerem que o mundo está cada vez mais interligado como resultado de interacções complexas, de lógica da acumulação, trajectórias de migração de criativos e as forças de variação sociocultural.

Quando aplicada aos meios de comunicação contemporâneos, esta teoria sugere que, apesar de, por exemplo, um filme poder ter como objectivo servir determinada cultura (nacional) ou mercado (local), deve, ao longo do tempo, reutilizar os seus recursos criativos e remodelar o seu terreno de operações se quiser sobreviver à concorrência e aumentar o lucro. O capitalismo torna-se, assim, mais do que um modo de acumulação, mas numa forma de organização para a observação e adaptação, continuada e integrada dos processos de produção e comercialização, atingindo um aperfeiçoamento nos sistemas de distribuição.

Para David Bordwell, a história do cinema americano – a área mais comercial e mais intensivamente estudada no sector do audiovisual – fornece um bom exemplo desta tendência. Durante a primeira década do século XX, a exibição de filmes norte-americanos dependia de pequenas empresas que colaboravam com a indústria cinematográfica. No entanto, com o surgimento das cadeias de salas, a distribuição ficou mais sofisticada e, com a intensificação da concorrência, as empresas cinematográficas acabaram por centralizar todo o trabalho em grandes estúdios, como numa fábrica. Com vista ao lucro e melhoria da qualidade, reduziram-se custos e aumentou-se a produção. Ao reconfigurarem a organização, de produção, os gestores concentram a força criativa de trabalho num único local, onde podiam ser implantados diversos projectos sob a orientação de um único escritório, de cada estúdio de produção. Inspirado pelo taylorismo (então em voga entre organizações industriais), as principais companhias cinematográficas separavam o planeamento da execução: a criação de um plano (ou guião) para cada filme orientou o trabalho de diversas especializações (iluminação, maquilhagem, cenografia, música, etc.) originando um número equivalente de departamentos. O cinema americano entrou nesta fase industrial durante a década de 1910, com a intensificação da produção e gerou ganhos de eficiência, proporcionando aos proprietários das salas, em todo o país, um fluxo confiável de produtos de qualidade. Padrões semelhantes surgiram na indústria do cinema, modelo industrial de capital intensivo, que prevaleceram nas principais empresas cinematográficas. Estas empresas adoptaram o paradigma, e, em vez de produtos redundantes, apresentam um produto relativamente original que, com as mesmas práticas de produção, evoluiu para um produto cada vez mais padronizado, o mesmo que levou a realização de filmes destinados para um público de massa e de «unificação de valores» (Flichy, 1995: 46-50).

Os filmes, pela sua forma de produção, através dos seus meios de distribuição, concederam ao seu produto a designação, economista, de bens públicos, já que cada filme é uma mercadoria que pode ser consumida sem diminuir a sua disponibilidade para outros potenciais clientes. O facto do custo de reproduzir e fazer circular um filme ser relativamente baixo, quando comparado com os custos de criação do seu protótipo, obriga o seu produtor a fazê-lo circular o mais profusamente possível, acompanhando-o de uma infra-estrutura de distribuição igualmente dilatada. O objectivo principal da

distribuição é, portanto, o de estimular a demanda e garantir o acesso público aos filmes, em todos os locais possíveis. A distribuição de filmes durante este período é um exemplo do cinema enquanto empresa capitalista.

As empresas audiovisuais industriais contam com a criatividade, como um recurso fundamental, requerendo novos arquétipos de mão-de-obra, conscientemente motivadas pela inovação estética, assente nas ponderações sobre o mercado. Atrair e gerir talentos é um dos desafios mais difíceis que os produtores enfrentam, mas a um nível mais amplo também exige a manutenção de acesso à mão-de-obra especializada para se abastecer regularmente, razão pela qual estas empresas tendem a aglomerar-se em determinadas cidades.

A história sugere que devemos olhar para além da lógica de acumulação para entender os padrões de migração criativa. O mecenato chamou artistas para locais específicos e, muitas vezes manteve-os nesse local grande parte das suas vidas úteis. O patrocínio, significativamente influenciado por trajetórias de migração, durante este período, atraiu os artistas para a co-localização, para junto dos seus pares, gerando efeitos de aprendizagem recíproca. Por todo o mundo, os industriais de espectáculos, as galerias e os estabelecimentos de ensino (subsidiados) aumentaram o capital cultural da classe empresarial emergente e atraíram novos talentos para as cidades, de Berlim a Nova Iorque e Xangai. Estes circuitos foram formalizados na indústria do cinema com uma lógica de produção convergente à qual se soma a aglomeração⁴⁹ de trabalho criativo. Não obstante, este formato também trouxe o fim do sistema de estúdio Americano (na década de 1950) e Chinês (1970) e estas indústrias de cinema, artistas vinculados aos estúdios e trabalhadores tiveram de deslocar-se, substituindo a segurança do emprego num estúdio pelas incertezas do trabalho precário, em produtoras independentes, reforça aquele historiador.

Em geral, podemos concluir que a produção cultural é especialmente dependente

⁴⁹ No caso da indústria cinematográfica americana, está classicamente organizada na zona de Hollywood, onde se podem encontrar os grandes estúdios e os produtores independentes, porque ambos contam com as empresas que lhes proporcionam os *inputs* intermédios (argumentistas, laboratórios, desenho e construção de cenários, etc.). Isto é, numa economia de escala, numa partilha associada, aqueles fornecedores e os seus clientes formam *clusters* que diminuem alguns dos custos fixos de produção (O'Sullivan, 2009: 47-8).

de efeitos de aprendizagem mútua e trajectórias de migração criativa, que, inevitavelmente, surgem em determinados locais, como sejam os centros de criatividade. Na era moderna, esta lógica, convergente de produção do capitalismo, foi-se juntando às trajectórias de migração criativa, gerando centros de produção transnacionais, particularmente no cinema. Actualmente, o aumento dos fluxos comerciais e a diminuição das barreiras comerciais possibilitam o surgimento, em qualquer parte, de centros capazes de atrair talentos de todo o mundo e produzir narrativas populares. No entanto, são as complexidades da distribuição que minam pretensões isoladas, locais, especialmente quando os produtos criados dependem e concorrem com outros, mais próximos de outros centros já instalados, de referência e de influência no mercado (Anheier e Isar, 2008: 218).

Em meados de 1910, já as empresas exportadoras de filmes norte-americanos dominavam o mercado, levando, ainda, a uma maior concentração de recursos, encorajando a definição de estilos cinematográficos e valores de produção. Em 1920, começaram a ouvir-se líderes políticos a pedir regulamentação para esta actividade, originando as quotas à importação e regulamentação dos conteúdos dos filmes de Hollywood (Bordewell, 1985: 93). As instituições nacionais foram, e continuam a ser actores importantes, apesar de tudo, porque quando a popularidade das narrativas de Hollywood aumentou alguns países viram-se obrigados a estabelecer políticas culturais para abordar a influência crescente deste novo produto cinematográfico. Este produto apresentou um desafio político único, já que era distribuído mais amplamente que os jornais, revistas ou livros (cuja circulação estava limitada aos consumidores alfabetizados e que partilhassem o mesmo idioma).

Por sua vez, o regime de licenciamento comercial de radiodifusão americano tornou-se o padrão para a implantação nas atribuições de transmissão via satélite, pressionando os outros governos para se adaptarem àqueles modelos comerciais. A política dos *media* daquele país permanece uma força influente e as políticas estatais não são as únicas a organizar e explorar as forças de variação (sociocultural). Através daquele modelo, há outros exportadores poderosos que empregam talento criativo e têm formas culturais distintas. Fazem uso de redes sociais e de informação privilegiada para obterem vantagens de mercado, como é o caso de *Bollywood*, que adaptou a criatividade

do cinema americano e onde a globalização criou um ciclo fascinante de causa e efeito na indústria cinematográfica (indiana), trabalhando para um país (subcontinente) onde há uma demanda por um estilo ocidental, tanto ao nível dos temas como do enredo dos seus filmes, produzidos de forma a não ofender o seu sistema de valores tradicionais. Isto é, a demanda obrigou a ocidentalizar as histórias. A globalização é, em muitos aspectos, um paradigma para análises custo-benefício, que está a trazer à paisagem cultural indiana com uma diversidade e riqueza nunca antes vistas, enquanto, ao mesmo tempo, este fenómeno estará a precipitar a perda de uma identidade cultural – embora só o tempo poderá afirmar concretamente quais os efeitos da globalização.

Hoje, o capital audiovisual é um conceito que se destaca das lógicas espaciais de capital, criatividade, cultura e política sem privilegiar nenhum, abrangendo dinâmicas, como a história, que delineiam as operações de capital e as migrações de talento. Embora as forças comerciais tenham efeitos salutareos sobre cinema e televisão, em várias partes do mundo, a política de comunicação (regulamentação da importação, controlo ao acesso, censura de programas) continua a ser uma necessidade urgente.

As políticas nacionais para comunicação devem, portanto, incidir na oferta, intervindo selectivamente para melhorar a produtividade dos seus centros de *media* e instituições nacionais, fornecendo infra-estruturas, recursos educacionais e financeiros, reconhecendo e apoiando os locais que reúnem talento e recursos, capaz de gerar uma programação/produção inovadora. No caso do cinema, o Estado deve financiar estratégias para que o mérito possa ser reconhecido pelo mercado (e, aqui, o produtor e o distribuidor deveriam ser essenciais). O Estado deve garantir a existência das infra-estruturas indispensáveis, deve aumentar as bases culturais e a independência dos espectadores, deve proteger a cinematografia da única forma possível, respeitando a lógica dos autores e dos produtores, tentando recuperar - incluindo culturalmente - a distância que os separa.

Em muitos casos, o Estado precisa de privilegiar e subsidiar as instituições que se dedicam aos *media*, porque elas fornecem recursos vitais para as culturas locais, nacionais e alternativa. Esta intervenção política visa atenuar, moldar ou modificar a lógica do mercado – mudar os mercados e mudar os públicos.

É neste sentido que, cada vez mais, os apoios políticos e financiamentos públicos são oferecidos aos festivais artísticos na expectativa de um benefício económico. Os festivais são encarados como um benefício para a economia local, aumentando o emprego e o investimento estrangeiro, as visitas turísticas. Com estes encaixes adicionais, reforçam imagem (de marca) positiva para a cidade, através das suas campanhas de *marketing*. Apoiados nesta lógica económica do discurso político dominante, os promotores/organizadores de festivais tendem a sobrevalorizar esse impacto, quando procuram subsídios públicos para os levar a cabo. O impacto esperado reflecte a descentralização da política cultural, com cidades que se tornam apelativas para os possíveis financiadores de actividades culturais, que substituem os governos nacionais/locais nesse apoio e, conseqüentemente, criam um fenómeno de concorrência crescente entre os municípios que os querem albergar. Salvaguardamos que os estudos de impacto não podem ser considerados completamente fiáveis, já que partem da iniciativa dos próprios interessados, de forma a fornecerem prova de um resultado, antecipadamente, positivo.

Em muitos festivais, especialmente os que ocorrem em lugares menos centrais, a redistribuição dos recursos financeiros existentes na economia local, podem, de facto, gerar ganhos inesperados no comércio/serviço locais (restaurantes, cafés, hotéis e empresas de transporte, etc.), mas as oportunidades de emprego criadas, são temporárias e dependem, na verdade, cada vez mais dos voluntários (Anheier e Isar, 2008: 6).

Assim, a relação entre festivais artísticos e a indústria do turismo é complexa e problemática. Se, por um lado, há lugares em que os festivais são capazes de actualizar a oferta, do ponto de vista turístico, atraindo mais e fazendo com que gastem mais, noutras, que já são destinos turísticos importantes (Londres, Paris, Tóquio, Rio de Janeiro ou Cairo); por outro, o seu impacto é limitado e diluído no volume de negócios do turismo dessa cidade. Noutros, menos procurados, há um grande volume de visitantes concentrados naquele período o que pode gerar um lucro significativo, na área turística, durante o festival, mas somente pela concentração de um elevado número de participantes e espectadores e sem continuidade.

Estes eventos só são possíveis através de uma combinação de patrocínios privados e apoios públicos e são instrumentos para promoção da cidade por diferentes

grupos de interesse que acreditam que a cultura melhora o fluxo de capital: atraindo turistas e profissionais especializados, impulsionando economia, através de um projecto de modernização nacional, numa estratégia de globalização. Apontamos como exemplo os Jogos Olímpicos de Los Angeles que, em 1984, numa programação cultural rica tornando-se comum a cada edição deste evento, como uma espécie de festival artístico que acontece em paralelo aos eventos desportivos.

O prestígio é verdadeiramente uma ‘obsessão’, um foco local, que mantém as lógicas de iniciativas como a Capital Europeia da Cultura, uma iniciativa da União Europeia que teve a sua primeira edição, em 1985, em Atenas, sendo desde então, organizada, todos os anos, por uma ou mais cidades, com estruturas e programações para funcionar durante um ano, como de um festival gigante. A contribuição da União Europeia está estipulada em cerca de 1,5 por cento do seu orçamento total, o que torna evidente o foco local/nacional referido acima, pelo enorme investimento das autoridades nacionais, regionais e locais, com (escassos) retornos directos e patrocínios variáveis. Este evento, em particular, é visto, desde a edição de 1990 (Glasgow), como uma oportunidade de investimento em infra-estruturas, o que aumenta muitíssimo os orçamentos sem que os benefícios económicos correspondem às expectativas nem o volume de visitantes seja esperado. Isto quer dizer que, apesar de haver um aumento de receitas originárias das unidades hoteleiras, transportes, restauração, entre outros, a verdade é que, passado esse ano de ‘explosão cultural’, não é garantido que a cidade mude radicalmente aos olhos dos turistas e que se mantenha a regularidade de programação que os atraiu inicialmente (Anheier e Isar, 2008: 264-5).

Mas o mais importante é entender os festivais artísticos como espaços para a mercantilização dos trabalhos artísticos. Os bens culturais são oferecidos em pacotes programáticos, feitos para criar uma impressão de diversidade, abundância e riqueza, uma forma de exposição sedutora da criatividade artística e talento e onde o mais anónimo criador pode aproveitar a exposição que os nomes mais conhecidos lhe dão.

A maioria dos programadores dos festivais tem orçamentos para deslocações muito reduzidos pelo que são obrigados a programar mais a partir da ‘fama’, das notas críticas, da reputação entre pares, do que da observação *in loco*. Muitas vezes são as entidades ou um patrocinador a suportar esses encargos, enquanto faz as suas próprias

sugestões.

Nos festivais de cinema, em que estão em destaque as longas-metragens, os interesses comerciais prevalecem, e é a presença de estrelas e o seu *glamour* que alimentam a atenção da comunicação social e sustentam as operações de fundo, as de negócio, e patrocinam a atribuição dos prémios. Estes prémios têm um valor comercial específico, como são reconhecidos os de Veneza, Cannes, Moscovo, Berlim, etc. mas há aqueles que resistem à mercantilização, buscando a marginalidade, em detrimento de sobreexposição. Estes servem um público que tenta fugir à globalização e apostam mais no local, no específico e de curta duração. São uma oposição cultural aos eventos mais globalizados, de consumo cultural, estabelecidos em centros de prestígio e alvo da atenção do público.

As autoridades, face aos cortes públicos, reconhecem que o apoio privado é uma espécie de panaceia, mas, em vez de se desenvolverem políticas consistentes, para o financiamento, os festivais dependem cada vez mais de um apoio local que vê nestas iniciativas uma forma de promoção, até internacional, enquanto lhe é reconhecido o valor subjectivo, o prestígio. Os grandes festivais permitem que se formem consórcios para produzir obras excepcionais, de elevados orçamentos, com base na garantia da exposição adequada e da exploração prolongada.

Desde a Bauhaus, como dizem Anheier e Isar (2008: 310), e dos grandes modernistas com os seus projectos urbanos, como aqueles dos arquitectos Le Corbusier e Óscar Niemeyer, a estética tem vindo a ser pensada e produzida em massa e, com a chegada da economia cultural, o impulso nessa direcção tornou-se ainda mais evidente. As indústrias culturais produzem uma enorme gama de bens e serviços e encontram-se tanto na produção de artesanato como na produção de filmes e, independentemente da localização dos mercados finais, muitos destes produtos são caracterizados por complexas relações, do lado da oferta, especialmente nos grandes centros urbanos. Paradigmático deste tipo de produção é reconhecermos a indústria do cinema de Hollywood, a dos *media* em Manhattan, da moda em Paris e Milão, e as da música, teatro e dança em Londres. A sua concentração espacial, para além da acção directa no mercado local, permite obter grandes vantagens económicas, devido à proximidade, e garante-se como centro criador de emprego. Sabemos que a aglomeração de empresas e

trabalhadores especializados funcionam como ímanes para outras áreas de trabalho/serviços, desenvolvendo-se e valorizando-se novos talentos enquanto se actualizam as capacidades locais de produção. Simultaneamente, as relações formais e informais estruturadas, desta rede, funcionam como locais de aprendizagem e consequente inovação (Anheier e Isar, 2008: 313).

As formas simbólicas, como sejam os filmes, os programas de televisão, as gravações musicais, as criações de moda, produzidas para diferentes mercados, retratam, de certa forma, imagens locais, culturais, tradições. Os Estados europeus e da América do Norte têm compromissos estabelecidos para revalorização urbana o que está a permitir não só promover investimentos mobiliários que podem servir a produção de projectos, mais ou menos, eminentemente locais, enquanto os dotam de capacidade de chegar aos consumidores, de todo o mundo, como saídas importantes para a comercialização e distribuição (Anheier e Isar, 2008: 313). Este assunto é de especial importância, no que diz respeito aos produtos culturais, porque eles estão sujeitos, acima de tudo, a uma valorização através de critérios simbólicos, e não utilitários, do consumidor, e, em muitos casos, são dependentes de tipos peculiares de infra-estruturas e organizações para a sua transmissão.

No caso do cinema, o mau desempenho comercial dos filmes franceses nos mercados estrangeiros prende-se, para lá da questão linguística, com as dificuldades competitivas do *marketing* do cinema francês, dos seus sistemas de distribuição, fora da França. Aqui, podemos apontar a crítica, que poderá – ou poderia – ser feita ao mesmo tipo de apoio em Portugal, a necessidade de apoiar, subsidiando, não só a produção, mas também a distribuição. Esta é, de facto, uma necessidade (e fragilidade) reconhecida no programa da União Europeia, o Media Plus⁵⁰ (Anheier e Isar, 2008: 319).

Os teóricos contemporâneos têm investido na explicação do significado social das formas simbólicas produzidas em ambiente industrial. Alguns cientistas sociais estão dispostos a manter a linha da Escola de Frankfurt – da condenação da cultura mercantilizada – mas no século XXI, na era da globalização, parece-nos que essa produção está cada vez mais longe de um padrão, da uniformização da cultura de

⁵⁰ Iniciado em Janeiro de 2001, sucedeu ao Programa MEDIA I e Programa MEDIA II, com o principal objectivo de criar sistemas de distribuição internacionais para os produtos audiovisuais europeus.

massas e que, acima de tudo, entrámos numa fase de produção cultural policêntrica e polissémica: os centros de produção cultural são fragmentos da população mundial, organizados, relacionando-se de forma colaborativa e competitiva, num meio onde a viabilidade de um projecto depende da sua capacidade de encontrar um nicho de mercado, específico, para si – a globalização não estará, assim, a conduzir a produção cultural para a homogeneização, já que as diferenças se mantêm e nem um sistema orientado para o mercado da oferta cultural o forçará a alterar esta realidade.

Por isso, não se deve censurar a cultura de massas pela sua existência contraditória nem a sua objectividade, próprias da obra de arte, enquanto os consumidores são motivados a redescobrir bens culturais com que se querem identificar – o carácter universal da informação é a validação do produto face ao consumidor.

A prática da indústria da cultura assume a questão do lucro, sem pudor. Os produtos, sujeitos a um mercado, passaram a ser a (única) fonte de rendimento dos seus criadores, este factor não é novidade na indústria da cultura: ela organiza e produz rigorosamente os seus produtos e a autonomia da criação artística, que, provavelmente, nunca existiu de forma pura, tende a ser substituída pelas regras da indústria da cultura, consciente ou inconscientemente.

A produção cultural que, na sua forma mais pura, não se limitava a reproduzir os desejos dos homens, opunha-se às condições em que se desenvolvia prestando uma homenagem à humanidade, a novidade da indústria da cultura é que ela produz mercadorias que são, de forma absoluta, obras de arte. Por tal, a *indústria*, na produção de cinema, remete para a padronização do *objecto* final, do processo de produção e da racionalização das técnicas de distribuição, que comprova as metodologias, técnicas, de actuação, em termos de divisão extensiva do trabalho, na utilização de máquinas, na distância dos trabalhadores dos meios de produção. O afastamento evidente no conflito entre os criativos (artistas activos) desta indústria cultural e os que detêm o poder decisório (os produtores, o Estado, os estúdios), mesmo quando nos detemos em formas de produção mais individuais/caseiras (independentes), não deixam de se estruturar num serviço/produto dirigido a terceiras pessoas, com formas de organização comuns a outras indústrias, e que se refere às obras de arte como produtos, assente numa técnica de distribuição e reprodução mecânica (Adorno, 2003: 98-100).

E é por isto, porque o cinema está dependente duma planificação análoga à de outras indústrias, dada a extensão dos custos de investimento requeridos, que nele é tão visível o desconforto face aos assuntos comezinhos e calculistas face à verdade do objecto, da sua capacidade/possibilidade de manipular massas, de servir de propaganda de incentivar determinado turismo (Adorno, 2003: 98-9).

A viabilidade de um processo que se baseia no princípio do choque suscita dúvidas. Os *homens do cinema*, ostracizados por serem demasiado intelectuais, deveriam adoptar o procedimento da reflexão: os filmes proporcionam modelos de comportamento colectivo, o que não é apenas uma imposição de ideologia. Pelo contrário, o seu carácter colectivo é imanente aos elementos nucleares do cinema onde todos respondem ao mesmo apelo. É inegável que o cinema corresponde, de facto, ao que os consumidores querem, ou melhor, propicia-lhes um cânone inconsciente. Se assim não fosse, a indústria da cultura ter-se-ia tornado uma cultura de massas, embora a identidade destes dois fenómenos devemos ter o cuidado com a *standardização* (Adorno, 2003: 189-190).

A história da arte é substancialmente uma história de meios e linguagens onde as tecnologias (do final de século XX) acrescentam qualidades e conjunturas ao pensamento artístico. Num sentido social, a posição que a arte assume no contexto cultural é de natureza política, mas a arte não está mais ao serviço das camadas dominantes, nem fica legitimada somente por uma elite social ou económica. Efectivamente, não está mais limitada a hierarquias.

De acordo com Cláudio Biondi (vol. I, 2005: 13), este é um fenómeno complexo e orgânico, um sistema, na sua organização, controlo, estrutura e interacção. O que, sobretudo, nos interessa entender é de que forma a componente económica é uma parte formadora do seu estatuto e não só a componente estática que tanto o caracteriza. Desta forma, entenderemos que o objecto produzido, o filme, chega ao seu destino, até ao consumidor, quais os mecanismos que regulam a sua realização.

Uma reflexão sobre os motivos que fazem um indivíduo ir ao cinema acaba por nos conduzir à necessidade entender a forma como um filme foi produzido. A escolha está directamente relacionada com os factores de produção, como iremos aprofundar.

O cinema como produção expressiva pertence a um complexo orgânico onde é impossível separar o conteúdo económico do primeiro termo e a dimensão estética do segundo (Biondi, vol. I, 2005: 13). A fim de clarificar conceitos, dizemos que produção é a expressão que ilustra o conjunto dos elementos humanos, técnicos e recursos financeiros que reúnem as condições necessárias à realização de um objecto, ou produto, audiovisual. A produção destes, quer sejam filmes de ficção, de publicidade, documentários, séries para a televisão, qualquer que seja o suporte (película ou vídeo), obedecem a uma metodologia semelhante. Assim, conhecer os elementos nela envolvidos, a sua forma de execução, organização, sistematização e controlo, é conhecer o mundo da produção e do papel do produtor.

Conforme nos diz Eduardo Geadá (1998: 9-10), é conhecida a reacção dos primeiros espectadores na sessão inaugural do *Cinématographe Lumière* de 1895. O cinema - como figuração do mundo, tornado espectáculo, graças à ilusão do movimento, à duração do tempo do evento e à apreensão do sentido das imagens no presente - provocou um extraordinário efeito de realidade, um dos mais fortes efeitos de ficção de que o cinema é capaz. O cinema restituía a vida com um grau de realismo que nenhum outro meio de reprodução ou de representação consegue atingir. Cumpria-se um dos mais persistentes sonhos do homem, ao realizar a ilusão perfeita do mundo sensível. O cinema torna-se o inventário das criações e das aspirações do ser humano, que as próprias imagens projectadas constituíam um testemunho exemplar. Não eram só paisagens naturais e monumentais, usos e costumes de povos distantes, que deslumbravam os espectadores em todo o mundo, era a descoberta de um sem-número de objectos, ordenados como mercadorias, que inaugura a civilização da imagem e uma era de consumismo. Recordamos, com Arnheim (1989: 103-8), que o cinema surge como forma arte quando apresenta o mundo não só objectivamente mas também subjectivamente, quando cria novas realidades, por meio da técnica, cria mundos mágicos, relações simbólicas entre acontecimentos e/ou objectos que não têm qualquer relação na realidade.

A ilusão de que os espectadores se encontram em contacto directo com a realidade representada (sem mediação), como se o mundo se organizasse naturalmente em discurso, é um efeito extraordinário da ficção, na medida em que potencia a atenção,

a memória e a imaginação do espectador para a sequência dos eventos dramáticos estruturados pelo acto da narração. O efeito da ficção é o de suscitar a ilusão de que nos encontramos perante um encadeado lógico de acontecimentos, temas e personagens que esgotam o conhecimento do assunto circunscrito, resultando em matérias e figuras com aspecto consistente, completo e fechado sobre si mesmo (Geada, 1998: 12).

A revalorização do argumentista, na organização dos estúdios e nas teorias do cinema, que contrariavam a aplicação dogmática da política de autores⁵¹ centrada na figura do realizador como única instância geradora de sentido, não invalida a importância histórica de alguns pressupostos mais produtivos dessa política, desencadeada, nos anos cinquenta, nos *Cahiers du Cinema* e o aparecimento de um paradigma reflectido da crítica cinematográfica, coincidente com a emergência do cinema moderno das quais práticas e modelos do *cinema novo*, ressurgem cinematografias europeias e ‘terceiro-mundistas’ (nas décadas de sessenta e setenta), para confirmarem o fim da ordem institucional reguladora das normas que sustentaram o cinema clássico (Geada, 1998: 358-359).

A organização industrial daquele cinema, dominado pela expansão mundial dos filmes produzidos e distribuídos pelos estúdios revela-se inseparável da reformulação dos modelos dramáticos e narrativos (heranças do teatro e da literatura) – o argumento⁵² -, subordinando o trabalho dos realizadores ao poder económico dos produtores, à participação das estrelas e aos gostos do público. Sob o primado económico em que a produção é a acção, que transforma os bens de primeira necessidade em bens de utilidade mais complexa (Biondi, vol. I, 2005: 14). Isto é, a produção cultural transforma as necessidades humanas em algo mais sofisticado, em bens ou serviços, um produto cujo valor final é superior à soma de todos os bens primários envolvidos na sua realização.

Independentemente do valor intrínseco do bem produzido, há que considerar

⁵¹ Conforme Eduardo Paz Barroso (2002: 209), a prática exclusiva desta política conduz ao risco da negação da obra em benefício da exaltação do seu autor.

⁵² Woody Allen (2007: 59) ironiza com a prática dos E.U.A. onde a escrita de argumentos, merecedores de Óscares, ângulos de câmara mais adequados, a interpretação, montagem e efeitos sonoros, podem ser aprendidos em campos de férias, dirigidos a adolescentes.

outros valores, como o da utilidade social. Ora, segundo aquele mesmo autor (Biondi, vol. I, 2005: 15), os processos de transmissão, interacção, transferência e participação possibilitam uma dinâmica a que chama o ciclo produtivo:

1. Um sujeito transforma a sua intenção comunicativa numa *expressão-conteúdo*⁵³ significativa;
2. A *expressão-conteúdo* detém um valor de significação complexa e maior que a soma dos bens utilizados na sua transformação;
3. O valor é maior e mais eficaz no momento da transferência;
4. Um outro sujeito adquire a *expressão-conteúdo* transformado em significado.

Então, e a propósito do cinema, assumimos que este é o resultado de um desejo e necessidade humana, que é um bem material ou, até, um serviço, resultado de um processo produtivo. Na origem do artefacto está a idealização de uma expressão para revelar um conteúdo e para concretizar o processo de transformação há que dispor de um suporte material e, no fim, o reconhecimento de sentido nesse conteúdo.

O filme será, desta forma, um artefacto comunicativo, resultado de uma transformação produtiva, com a finalidade de satisfazer um desejo de comunicar seja qual for o motivo ou o suporte utilizado (Biondi, vol. I, 2005: 16). Olhamos para a cinematografia como uma forma de comunicação plena, cuja realização usa todos os recursos disponíveis para contar uma história e onde a possibilidade de difusão está intimamente relacionada com as condições socioeconómicas e políticas que a contextualizam. O cinema é, então, um artefacto comunicativo que é necessário criar e produzir um signo, um fim, uma imagem, um modo de filmar. Através do talento do realizador, num todo, com a disponibilidade e a receptividade do espectador, é dado um sentido à *expressão-conteúdo* (Biondi, vol. I, 2005: 33). É intenção do realizador rever-

⁵³ Por *expressão-conteúdo* o autor entende o resultado do processo produtivo, o artefacto material ou imaterial, sempre presente, qualquer que seja o processo. Por exemplo, no caso da produção cinematográfica, há uma preocupação no equilíbrio entre os custos e dividendos e os encargos previstos, os custos de produção e a qualidade do artefacto realizado. A partir deste autor, produção é o processo de transformação que advém de uma necessidade do ser humano e a expressão-conteúdo é o núcleo da comunicação estabelecida entre dois sujeitos. Quando a expressão-conteúdo é regulada por um processo produtivo deve obter os melhores resultados.

se no conteúdo, libertando o significado que o receptor lhe reconhecerá. Por isso a aquisição do produto e a percepção do seu significado são coisas diversas, num sistema de comunicação, é através deste que alcançam o seu valor comercial. Quando a quantidade de produto adquirido implica um equilíbrio económico no ciclo produtivo e a qualidade da percepção do produto resulta de uma evolução cultural. Há, no caso português, uma falha neste sistema de comunicação, quer seja pela quantidade quer pela sua percepção - cremos que não será pela falta de qualidade do bem.

6. A utilização do cinema enquanto produto cultural

Se um filme foi concebido e realizado para uma fruição primária numa sala de cinema, esta condição induz o espectador a ter um determinado comportamento. Este comportamento tem um peso e importância na actividade de utilização. Quando o filme é emitido numa estação de televisão, por exemplo, o comportamento do espectador altera-se completamente. Independentemente do espaço de difusão e do valor estético, acreditamos que um filme tem sempre importância ideológica e económica⁵⁴.

A criação⁵⁵ e a operacionalização resultam da sucessão temporal próprias da relação entre os instrumentos e ambiente comunicacional. A sucessão destes factores tem implicações ao nível criativo e estético, bem como nos domínios operacionais e económicos entre os diversos níveis de especialização das funções (Biondi, vol. I, 2005: 57). A produção de natureza comunicativa decorre num contexto externo, diferente da produção dos bens materiais. Para a produção de bens ou artefactos comunicativos é necessário, por exemplo, ter em consideração os dados sociológicos, demográficos, da criação cultural naquele contexto, obrigando a recorrer a dados que permitam definir o ambiente comercial, tendo em consideração os efeitos culturais e demográficos que se impõem à sua produção. Assim, o produtor cinematográfico distingue-se de todos os outros (industriais de bens materiais e comunicativos) pelas motivações e força

⁵⁴ A natureza estética de um filme pode estar condicionada, ou condicionar, a natureza económica de uma empresa produtora, tal como a sua natureza jurídica, o que poderá condicionar a natureza estética de um filme (Biondi, vol.I, 2005: 54).

⁵⁵ «Os três processos criativos básicos do cinema são a redacção do argumento, a produção e a realização.» (Marner, 2007: 11).

operacional que dedica ao seu produto, (necessariamente estético), assim como o realizador cinematográfico se distingue dos outros, dos directores, pelas motivações criativas que impregnam o seu processo. Na realização cinematográfica, as relações estabelecidas entre os colaboradores e os canais de comunicação são mais determinados por exigências de operacionalização e de índole económica, do que pelas criativas e estéticas. Aliás, são disso prova os créditos finais de um filme (Biondi, vol. I, 2005: 55-56) que são determinados pela força comercial (movidos pela máxima de que pelo nome se avalia o produto) e normativa (a publicidade ao autor/realizador é obrigatória).

7. O produtor e o realizador de cinema

A relação entre o realizador, o produtor, o crítico e o espectador baseia-se nas suas próprias competências. O produtor vale-se do profissionalismo do realizador para concretizar um projecto. O realizador aceita determinado desafio, concretizando-o de acordo com as condições estéticas e económicas; o espectador deve confiar no projecto do realizador e na opinião do crítico, enquanto este deve considerar as necessidades do público. Este sistema sobrevive sobre as competências de cada um, da sua relação e do desempenho de cada um dos seus elementos. A única hipótese de controlo deste sistema está no respeito pelas relações que o compõem. A divisão de funções e o seu reconhecimento por parte de cada um dos seus elementos são fundamentais. Isto é, por exemplo, um produtor e um realizador podem não concordar com o outro, mas não podem negar a competência naquela função. Uma das características dos agentes económicos no campo da realização audiovisual assenta, precisamente, no profundo reconhecimento da importância que a criação e produção têm nesse processo, e, por isso, não é indiferente qual desses profissionais toma decisões em cada uma das áreas.

A divisão de funções nas diversas fases do ciclo produtivo (pré-produção, realização e pós-produção) é herdada do sistema americano. Nos Estados Unidos, muito provavelmente, resultado da sua cultura, é dada enorme importância às fases de elaboração do projecto e planificação. Noutros países, principalmente na Europa (em Portugal), já é dada maior relevância à realização do que à produção.

De acordo com Biondi (vol.I, 2005: 70), a realização de um filme é um contínuo,

em que cada fase está estritamente dependente da anterior e da seguinte. Estas são, para este autor e na nossa perspectiva: a pré-produção, a elaboração do projecto; a planificação; o financiamento⁵⁶; a preparação; a realização; a edição; e a estreia.

8. A realização e a produção de cinema

A produção cinematográfica acontece a diversos níveis (escalas), desde a mais artesanal à mais industrial, sendo determinada pela recepção esperada do público. Assumir que é um processo de divisão de trabalho, responsabilidades, competências, desde a pré-produção à produção e, finalmente, à pós-produção, responde, também, ao tipo de realização pretendida (Villarejo 2007: 108). Por exemplo, os argumentos que diferem do produto final podem sugerir problemas (técnicos ou outros) com que a produção e a realização se depararam. Estudar a produção cinematográfica é, portanto, aprofundar este processo dos seus diferentes ângulos, das instituições, dos indivíduos e das organizações profissionais.

Um produtor pode ter desenvolvido uma excelente ideia ou ter um conceito original para apresentar. Pode, até, ter conseguido realizar o capital necessário à sua realização, mas o seu maior trabalho será sempre o de manter o projecto coeso do princípio ao fim. É uma tarefa árdua que requer a capacidade de tomar as melhores decisões sob as piores condições⁵⁷. Nas produções de baixo orçamento, o produtor responsável é, invariavelmente, aquele que assume responsabilidades em todas as áreas. Quando confrontado com as dificuldades de ter pouquíssimos recursos é-lhe, também, exigida uma enorme criatividade para concretizar todos os meios necessários, enquanto organiza os transportes das equipas e equipamentos técnicos, actores, assistentes, verificar os locais das filmagens, enquanto faz sandes e serve chá. É uma actividade que

⁵⁶ «Teniendo siempre en cuenta los intereses financieros ya mencionados, el productor debe ser una persona con un profundo conocimiento del medio y con una idea muy clara sobre los riesgos que se asumen en cada producción, es decir, debe conocer los límites. En este marco, el productor tomará una serie de decisiones fundamentales, la primera de las cuales es encontrar los apoyos financieros necesarios para desarrollar su producto [...]» (Cabezón e Gómez-Urdá, 2003: 12).

⁵⁷ No universo das grandes produções, os produtores trabalham directamente com os directores de produção, numa gestão diária. Apesar do tipo de problemas poderem ser idênticos, ainda que proporcionais ao tipo de produção, as soluções estarão mais facilitadas, os prazos de entrega e orçamentos mais controlados, o decorrer de todo o processo mais facilitado por cada elemento exclusivamente dedicado às suas responsabilidades.

provoca, facilmente, elevados níveis de exaustão, sendo, previsivelmente, *stressante*. De forma a minimizar estas situações, aconselha-se a delegar o mais possível, sempre que possível, mantendo, desta forma, espaço para avaliações e tomadas de decisões mais lúcidas, e, consequentemente, menos dispendiosas.

9. O perfil do produtor

Uma das características fundamentais de um produtor é a sua capacidade de organização. Tem de, igualmente, dominar todas as áreas, ser capaz de assumir todas as responsabilidades – desde a aprovação do argumento final à formação das equipas, conhecendo todos os meandros técnicos, legais e financeiros da produção. Ao nível da gestão de equipas, o produtor assume, também, a difícil tarefa de as motivar, responsabilizando-se por todo o projecto e todas as questões e problemas subjacentes. Isto é, no final, será a sua palavra que prevalece. Prever e entender os problemas, fraquezas e necessidades de cada fase resulta apenas da experiência e do trabalho *em campo*. Ainda assim, qualquer pessoa com vontade de colaborar e entender os diversos mecanismos, em qualquer projecto – já que há tantas áreas a controlar que toda a ajuda, com mais ou menos responsabilidades, é bem-vinda.

Para melhor entender as responsabilidades específicas de um produtor, temos de ter uma visão geral do que é preciso, em cada uma das fases, para levar um projecto até ao grande ou pequeno ecrã.

I. Pré-produção

A pré-produção⁵⁸ caracteriza-se pelos esboços da proposta de argumento, do

⁵⁸ Antes de se dar início a esta fase, o início do projecto começa com o desenvolvimento da ideia, das suas componentes criativas. Um realizador de artefactos comunicativos audiovisuais, director ou produtor deve ser, sobretudo e principalmente, um bom espectador de cinema e muito dificilmente o será se não for um leitor (de livros), ouvinte (de música), um admirador (de pintura e escultura), um espectador (de teatro, dança, etc.). Se não se investe no próprio gosto, se não se for atento ao contexto audiovisual, se não se maravilha com o talento, não será capaz de manifestar a sua competência de produtor como aquele que empenha o seu próprio capital para realizar um bem material, contrariando a característica específica desta profissão em que capital e talento são um só. A acção do produtor deve antecipar, mesmo que através da imaginação, a capacidade perceptiva do espectador, entender quais são os elementos que contrariam a história e considerar a coerência por trás do projecto e

orçamento (de custos) previsional e um primeiro calendário de produção. É o momento em que o produtor pode tentar o compromisso de elementos fulcrais da equipa, como sejam o realizador, a equipa de produção, os actores, e argumentista⁵⁹. Isto fará um projecto mais forte e atractivo para potenciais financiadores, sejam eles particulares ou públicos. Por exemplo, a confirmação do interesse de um conhecido actor ou realizador aumenta a credibilidade de um projecto e favorece o interesse no seu investimento e potencial de visibilidade (incluindo da parte do público). Porém, nesta fase, ainda não há qualquer garantia de exequibilidade e poderá demorar anos até se passar à fase seguinte, acartando, com isso, enormes frustrações e alguns investimentos sem garantias⁶⁰.

O financiamento é um ponto fulcral quando se trabalha nas áreas do audiovisual, já que sem os necessários apoios e tendo em consideração apenas os custos técnicos não se pode viabilizar nenhum projecto. A actividade de reunir financiamento é um dos mais importantes requisitos de qualquer produtor. Também a sua reputação jogará a favor em qualquer assunto relacionado com o financiamento e gestão porque, por exemplo, quando abordamos grandes empresas de exploração e desenvolvimento deste tipo de projectos a confiança é imprescindível. Esta confiança, principalmente para o independente e/ou estreante, é avaliada através da boa qualidade da elaboração do

intenções iniciais.

⁵⁹ O guião respeita toda a componente literária da realização cinematográfica. Tem ainda uma componente técnica que respeita a componente produtiva. A ideia para o argumento tem características comuns e outras diferentes se for um produto, por exemplo, televisivo ou para uma sala de cinema. É muitas vezes a única oportunidade do argumentista explorar toda a história. É um texto que, de acordo com Biondi (vol.II, 2005: 15) é a partitura dramática do filme, com um tratamento que respeita o projecto criativo bem como o operacional. O *script* é, para aquele autor, condição essencial para fazer cinema, mas não necessária. Isto é, alguns produtos audiovisuais não seguem um argumento ainda que, no final, ele exista. É a necessidade organizativa que o determina (como um documentário ou uma série televisiva). O *script* pode ser, ainda, fruto da vontade do argumentista ou do produtor. Muitos negam que a narração cinematográfica necessite de uma estrutura narrativa mais ou menos rígida, outros sustentam que sem essa estrutura a possibilidade de expressão corre perigo; outros, ainda, reconhecem-lhe a origem no talento; outros, por fim, refutam que a estrutura impeça a aplicação de regras estéticas. Assim, é função do produtor a verificação constante e contínua dos efeitos das condicionantes instrumentais no ambiente operacional, mas esta verificação nunca pode ser conduzida pelo gosto pessoal. A presença de uma estrutura ou a possibilidade da sua existência é muito importante. Crê-se que uma narração de sucesso respeita sempre uma estrutura definida.

⁶⁰ A primeira operação financeira é a aquisição dos direitos de autor, que legitimará todas as acções subsequentes. São tidos em conta, naquilo que diz respeito aos direitos de autor e Copyright, assuntos relacionados com as boas práticas legais, éticas, como sejam: o direito à privacidade, a difamação, trabalho com crianças e autorizações de filmagem, sempre que estas apresentem questões limitativas de segurança e saúde pública ou dependam de condições muito especiais de policiamento, etc.

projecto e da sua irrepreensível apresentação. Tanto ao nível escrito como oral, a apresentação tem de ser clara e concisa. O papel do produtor, neste momento, é o de estimular o interesse dos possíveis financiadores, num meio onde há uma notória concorrência. Qualquer produtor – mesmo o independente ou estreante – tem de conseguir convencer e seduzir o seu interlocutor para garantir os melhores contratos, preços e prazos. Daí ter de ser capaz de elaborar um calendário de produção realista e de acordo com os recursos garantidos, harmonioso, com as diferentes disponibilidades e compromissos dos elementos da equipa.

Na fase de projecto⁶¹, por ser apenas a fase inicial, o planeamento não foge à regra que acompanha quase todo o processo operacional: a interacção e sinergia de duas exigências a que podemos chamar planificação e controlo, que correspondem, respectivamente, ao levantamento de necessidades e a verificação da sua satisfação. Para os podermos realizar devemos estar sempre atentos àquelas necessidades e controlar a possibilidade de agir. No âmbito do cinema é ainda mais relevante a planificação, já que determina todo o projecto. A simultaneidade do planeamento e controlo passam pela necessidade de evitar incoerências numa acção que é dinâmica e interdependente. Em projecto, bem como na fase de realização, a aplicação de conceitos de planificação e controlo são proporcionais à qualidade da sua execução. No campo audiovisual estas duas exigências têm em vista a componente criativa (dos instrumentos) e operacional (dependente do ambiente) sendo satisfeitas mediante uma técnica de análise aplicada a todo o sistema produtivo.

Poderemos dizer que todos os dados relativos a uma área, à análise de planeamento⁶², sistema de instrumentos⁶³, análise de controlo⁶⁴ e sistema ambiental⁶⁵,

⁶¹ Começa-se com os elementos mais vagos (o sujeito: tem em consideração o estilo e o mercado), analisa-se o terreno sobre o que se quer construir (o tratamento: reconhecimento da estrutura narrativa, características dos interpretes, género e tipo de público alvo e, finalmente, possibilidades de financiamento) e elabora-se um projecto final e definitivo (o argumento: definição da situação, das personagens e, também, a fiabilidade do projecto) (Biondi, vol. I, 2005: 69-70). Este faseamento permite, também, o controlo e verificação de eventuais falhas na estrutura narrativa e, a par com o planeamento, controla-se e verifica-se os custos e rendimentos previstos para aquele tipo de necessidades. Os dois componentes do planeamento, criativos e operacionais, desenvolvem-se de forma sincrónica e coerente.

⁶² Os dados relativos aos instrumentos (interpretação, fotografia, som, desenho e direcção) que temos à disposição que, juntamente com os relativos ao ambiente (linguísticos, tecnológicos, de realização, normativos, comerciais, etc.), compõem a base de fiabilidade do projecto. Isto não resultará se todos

influenciam e condicionam os elementos das outras áreas e as suas actividades (Biondi, vol. II, 2005: 11).

Todas as valorações e decisões estão dependentes destas operações e resultam nas operações que modificarão, se necessário, o projecto, dando início a um novo ciclo.

A capacidade de antecipar é capaz de ser a única regra constante na profissão de produtor.

A primeira acção, que preside a toda a fase de projecto e que resulta na capacidade de criar ou valorizar um projecto cinematográfico, é a leitura intensa de todos. O produtor convence-se que os elementos que constituem um projecto vão na direcção certa, mas tem de colocar a ‘lente da fiabilidade’ e preparar uma série de apontamentos sobre detalhes de estilo, de estrutura, que não o convencerem. Esta fase clarifica se o produtor e o autor querem mesmo realizar este projecto. É necessário ter sempre presente que um filme é um objecto de desejo de muitas pessoas (produtores, financiadores, realizadores, autores, etc.) que pretendem intervir, legitimamente ou não. Se, por algum acaso, essas ideias forem irreconciliáveis o melhor será adiar o projecto para outra ocasião (Biondi, vol. II, 2005: 12-3).

O projecto caracteriza-se por uma actividade de documentação e verificação. É necessário conhecer todos os detalhes sobre tudo o que diz respeito ao projecto que estamos a desenvolver. Esta é a única forma de conseguir uma narrativa coerente. Se deixarmos essa acção para a fase seguinte, para o planeamento, será muito mais difícil.

Pragmaticamente, para um produtor, a realização de um filme começa quando se

os dados não estiverem harmonizados.

⁶³ O sistema de controlo instrumental depende dos dados recolhidos no anterior sistema, analisados, segundo perfil temporal e o modelo de produção, conferem mais hipóteses aos planos de trabalho, projecto executivo, etc. e muito úteis à sequência da produção.

⁶⁴ No sistema de análise de controlo, estão dispostos todos os procedimentos necessários à gestão administrativa, ao controlo de gastos, à assinatura de contratos, os dados resultantes das estimativas financeiras e económicas do ponto anterior irão demonstrar o sucesso da gestão decorrente – assim voltamos ao primeiro sistema.

⁶⁵ No sistema de controlo ambiental os dados analisados na operação anterior confluem na orçamentação que permitirá manter a qualidade da conexão e harmonização.

decide investir parte dos recursos económicos, perseverança e tempo para garantir a fiabilidade do projecto.

Se o produtor está convicto do projecto, deverá segurá-lo através da sua apresentação ao argumentista e realizador, que melhor o servirão. A opção do produtor implica aceitar várias realidades: depois de aceitar o projecto aceita, também, a capacidade profissional da equipa, quer seja escolha sua quer seja de outros.

Depois desta fase, de garantir a história e os principais colaboradores, inicia-se uma das fases mais importantes e interessantes, a da montagem financeira do projecto. Este é o momento de planificação (da sucessão de acções e dos respectivos recursos no espaço e no tempo) e de busca de financiamento - fases que estão interligadas, já que reflectem o levantamento realizado, de todas as necessidades e condicionamentos, da previsão de todas as condições respeitantes ao equilíbrio económico e à coerência estética. Os recursos são todas aquelas pessoas e todos meios financeiros envolvidos, distribuídos de acordo com o calendário (dividido em dias de trabalho) pelos locais de filmagem⁶⁶ (interiores, exteriores, nos locais ou em estúdio) e produção.

O relatório de todas as informações necessárias à planificação e financiamento de um filme definirá as condições em que serão tomadas as futuras decisões, fundamentais à planificação e estratégia de produção (previsão de custos, composição da equipa, etc.). O estudo de fiabilidade, feito na fase de planeamento, é como um plano de vigilância e aqui importa sublinhar a importância do guião ou *script*, que contém todas informações que dizem respeito aos ambientes onde decorrem as cenas, às personagens, à natureza e qualidade das equipas artísticas. A verificação, organização e detalhe da sua relação com o argumento são o garante de que se está a respeitar o projecto encetado. Para a elaboração desta ferramenta há regras elementares a observar (Biondi, 2005: 41-2): escrever, em média, 45 linhas por página, com aproximadamente

⁶⁶ Em praticamente todas as produções cinematográficas, as filmagens têm lugar nos espaços que melhor servem a realização, mas devem ser feitas, acima de tudo, em ambientes que se conhecem muito bem ou que se dominam através do um plano (prévio) de reconhecimento. Isto é, a partir de um plano, tanto quanto possível sigiloso, o director geral ou director de produção, de acordo com a informação recolhida, deve obter as licenças necessárias, ter em consideração as normas laborais aplicáveis nesse local, a meteorologia, os prestadores de serviços e infra-estruturas disponíveis (pessoal indiferenciado, técnicos especializados, alojamento, alimentação, transportes, meios/sistemas de comunicação, laboratórios, etc.). Esta visita deve ser realizada por aquele que cabalmente possa, face àquelas condições, tomar de imediato aquelas medidas necessárias.

85 caracteres por linha, em folha de formato A4, utilizando espaçamento simples e a fonte *courier*; de acordo com a norma (americana), a acção é descrita numa linha, com o diálogo e nome do personagem ao centro; sempre que se alteram as características do ambiente, introduz-se, de novo, o título da cena e os devidos detalhes; usar sempre uma definição do tempo passado entre uma cena e outra; detalhar, sempre que possível, o tipo de efeitos visuais ou especiais previstos. A atenção à norma, na prática, permite avaliar com relativa facilidade a duração de cada cena e quanto durará a fase de rodagem, respeitando estas regras podemos ter alguma garantia de que uma página é equivalente a quarenta e cinco segundos de filme.

Elaborado o guião podemos passar à fase de organização cronológica, o plano de filmagens (*scheduling*), com base na recolha de informação já feita e organizada em sucessão. Este documento reflecte as questões fundamentais da produção. As cenas são agrupadas segundo as suas localizações, ambientes e realçar as cenas que devemos gravar em determinado ambiente, prevendo, através do número de páginas e posterior montagem, quanto durarão nesse lugar e quais os elementos que devemos deslocar.

Organizar um plano de produção significa prever⁶⁷ a duração de cada fase da realização. O mais difícil e importante será a fase das filmagens, pelo seu peso na gestão financeira de um filme. A previsão pode ser sustentada por alguns *standards* de trabalho. Tanto a edição como a realização podem corresponder a critérios economicistas ou de organização, necessitando de ser constantemente controladas permitindo, assim, que alguma alteração possa ser introduzida, sem prejuízo dos aspectos criativo e produtivo. No plano de produção, entre o período de preparação e realização, existe uma relação proporcional entre o tempo necessário à preparação e àquele que decorrerá até à conclusão da realização.

«Nisso sou formal: é na relação entre aquilo que queremos exprimir e a escrita – repito, a escrita – que as coisas se passam. Tudo o resto são rectificações que fazemos durante a rodagem. [...], e não rectificações em relação à realidade do filme, já que a realidade do filme são também os actores que temos à nossa frente. Repito: é necessário definir na nossa cabeça, com precisão, aquilo que queremos contar. [...] o importante é apercebermo-nos a tempo para não sermos apanhados de surpresa. [...] o que não me impede, por vezes, de ser surpreendido.» (Chabrol, 2010: 37)

⁶⁷ Entre o período de preparação e realização existe uma relação proporcional entre o tempo necessário à preparação e àquele que decorrerá até à conclusão da realização.

A fase de planificação deve servir também para ter uma ideia, tão real quanto possível, da distribuição de tarefas compatíveis com o tipo, estilo e natureza do produto. Desse cruzamento de informação, da disponibilidade financeira, de recursos, de equipas teremos uma ideia sobre a viabilidade do projecto, do calendário de fiabilidade.

Seguindo uma lógica sequencial, esta é a altura de realizar o orçamento de despesa que, obedecendo a uma metodologia rigorosa, advém da prática corrente no sistema cinematográfico. Utilizando as ferramentas necessárias e com base na informação recolhida, podemos fazer o acompanhamento real dos custos e, a cada momento, esses reflectirão e condicionarão o decorrer da produção. A previsão de custos não é independente de outras técnicas de planificação, mas sim parte integrante e interligada.

Uma fase crucial para (garantir) o financiamento passa pelo *pitching* esta apresentação também se desenrola observando algumas regras: a apresentação do tema, dos personagens e do elenco, sinopse/*story line*, resumo, currículo dos intervenientes, documentação para a melhor visualização da ideia, plano de filmagens, previsão de custos, necessidades técnicas, plano de financiamento e imagem de marca, se possível. Para escolhermos a quem dirigir aquele *pitching* há que ter presentes todas as condições necessárias ao desenvolvimento do nosso projecto observando as tendências de mercado, os efeitos de uma má avaliação do projecto, a tipologia e desenvolvimento do mercado, a relação entre as condições necessárias e os instrumentos disponíveis.

A realização de um plano de financiamento, é, assim, uma avaliação de todos os meios materiais necessários. Quando, por exemplo, os custos médios (previstos) são superiores aos lucros (previstos), é fácil imaginar a dificuldade que um produtor vai encontrar para conseguir o financiamento de um filme. Esta fase é a menos previsível de todo o processo e aquela sobre a qual mais depende o projecto, a sua autonomia financeira e, por consequência, a artística. Quando aquela questão se verifica – o que acontece inúmeras vezes no nosso país – a diferença é assumida pelo produtor que, ao assumir o risco, tenta, durante todo o processo, reduzi-lo. Uma das formas de reduzir este risco é garantir uma parte na distribuição, outra será garantindo os parceiros necessários com quem, obrigatoriamente, terá de partilhar a responsabilidade de tomar

decisões.

«Ao assumir o risco o produtor tenta encontrar, no processo, por exemplo na distribuição, os parceiros necessários e com quem terá, obrigatoriamente, que partilhar a responsabilidade de tomar decisões. Esta transferência, ou partilha, altera as relações de poder e afecta directamente o conteúdo produzido ou a produzir.» (Biondi, vol.II, 2005: 61)

Esta transferência (ou partilha) altera as relações de poder e afecta directamente a autonomia do projecto tendo de ser, tanto quanto possível, minimizada.

«A autonomia das obras de arte que, decerto, nunca existiu de forma integralmente pura e que foi sempre atravessada por uma constelação de efeitos, tende a ser suprimida pela indústria da cultura, com ou sem a vontade consciente das instâncias de decisão.» (Adorno, 2003: 98).

A autonomia do campo da produção restrita pode ser medida pelo poder de definir os seus próprios critérios de produção e avaliação dos produtos. Portanto, quanto mais produtores culturais formarem um campo legítimo menos sujeitos estão a factores externos, como os económicos, políticos e sociais (Bourdieu, 1993: 41).

No funcionamento do mercado do sector audiovisual, a flutuação dos valores deve-se aos diversos canais de financiamento⁶⁸ possíveis. Os pressupostos de financiamento assentam, por exemplo, no número de espectadores esperados e na venda do *produto* em suportes que vão para além das salas de cinema.

A expressão do mercado encontra-se tanto na sua grandeza geográfica como demográfica, na fluidez possível de uma linguagem ou idioma homogéneos, na estabilidade nas trocas comerciais e na periodicidade da demanda e da oferta (Biondi, 2005: 63). Por exemplo, o mercado dos E.U.A. é muito amplo, homogéneo, discretamente fluido e com baixo índice de periodicidade. Na Europa, o incremento do

⁶⁸ As fontes de financiamento podem classificar-se como directas e indirectas (Biondi, 2005: 59-64). Consideramos directas as fontes condicionadas por consórcios, co-produções, associações, etc. As indirectas são as que têm origem nos apoios governamentais, da união europeia, etc. O financiamento de um filme está reservado àqueles que vão ao encontro das estratégias de uma empresa de produção cinematográfica. Se forem encontrados os necessários pontos fortes em determinado projecto a possibilidade destes serem também reconhecidos por aqueles responsáveis pelo contrato de distribuição, co-produção, júris de concursos, entre outros, conferindo as bases para a materialização do financiamento.

sector televisivo influenciou a demanda de produtos audiovisuais⁶⁹ (com algumas das suas características) determinou o estado da produção cinematográfica, o gosto dominante e, previsivelmente, nos apoios do Estado a um projecto em detrimento de outro.

Para colocar um produto cinematográfico no mercado, é necessário clarificar algumas das suas características como sejam o género e público-alvo, dados que se entendem como fundamentais. O sucesso de financiamento de um projecto cinematográfico passa muito pelos factores que o distinguem: se o projecto é um filme de género ou experimental; se tem como objectivo a apresentação em sala, telefilme ou suportes de venda directa ao público; se tem manifesto interesse local, nacional ou internacional; se as componentes estilísticas e produtivas lhe conferem espectacularidade (os efeitos especiais ou exotismo dos ambientes) e conteúdo (como, por exemplo, as adaptações de obras famosas); e se tem um interesse particular ou pode encontrar outros mercados (caso das co-produções nacionais ou internacionais) (Biondi, 2005: 68). Com tantos factores – tantos quantos os parceiros – que determinam o seu plano operativo, quanto mais concreto for o projecto mais clareza e segurança trará a todos aqueles que o queiram realizar. A natureza dos produtos audiovisuais, da sua

⁶⁹ Para Cádima, é inegável, hoje, que é a própria televisão que está a contribuir de forma clara para um certo crescimento da produção cinematográfica. «No que diz respeito à forma como o cinema passa na televisão poder-se-ia seguir a própria experiência portuguesa, sobretudo no plano quantitativo, com base nos estudos de audiências. Numa análise que fizemos durante os meses de Outubro e Novembro de 1994, era visível que entre dois filmes como *As Asas do Desejo*, de Wim Wenders, e *Crocodile Dundee II*, as diferenças eram substantivas: 0,4 por cento de audiência média face aos 15,7 por cento do filme australiano. O filme de Wenders, que tem sido considerado um dos grandes filmes dos anos 80 era positivamente marginalizado pelo grande público da televisão, tendo sido um dos filmes com audiência mais baixa ao longo dos dois meses em análise. O perfil do telespectador típico das rubricas de cinema deixaria prever uma outra resposta à programação de cinema dos quatro canais portugueses: tem entre 25 e 34 anos, é homem, vive na região da Grande Lisboa e pertence à classe alta/média alta (A/B). É natural, portanto, que um dos filmes mais seguidos dos últimos anos na televisão portuguesa seja uma obra de Spielberg – *Indiana Jones e a Grande Cruzada*, emitido na SIC em Janeiro de 1995, tendo obtido uma audiência média ao nível da telenovela brasileira (19,4 por cento) e share de 52,6 por cento ao longo dos seus 126 minutos de duração. É claramente a adesão inquestionável do público ao modelo do cinema americano de grande espectáculo. [...] No final dos anos 80, a televisão francesa co-produzia praticamente um terço dos filmes franceses (um pouco menos do que provinha dos avanços sobre as receitas). Recorde-se *Le Rayon Vert*, de Rohmer, que passava nas salas após a emissão no Canal Plus, o que acabaria por lhe ser benéfico. Recordem-se ainda as múltiplas versões cinema/TV, com longas-metragens e conjuntos de episódios para TV. É uma outra questão fundamental a relação entre série e televisão. De facto, a série não diz apenas respeito a um determinado tipo de programas, a um género televisivo, ela é sobretudo um modo de funcionamento do media – e também, sem dúvida, um dos parâmetros essenciais não só para uma caracterização da estética televisiva, mas fundamentalmente para a definição do seu dispositivo tecnodiscursivo.» (Cádima, 1999).

evolução histórica como indústria, determina as suas condições de criação. Se, por um lado, dão a ilusão de maior liberdade, por exemplo ao realizador, são também, por outro lado, um formato nem sempre fácil de seguir, quando o tecido industrial não é substancial.

Não podemos deixar de sublinhar que o êxito, nesta área, passa por acções constantes de relações públicas junto dos financiadores, distribuidores, canais de televisão, entidades de edição, especializadas na área, já que a fase seguinte, da preparação, depende de todos os contractos já estabelecidos e da sua concretização, que dão as necessárias garantias e segurança às equipas envolvidas.

A preparação interna representa a fase em que se criam as melhores condições possíveis de realização, que se obtém com a racionalização de todos os meios disponíveis, optimização e controlo de custos, dotando de alguma flexibilidade a criação, a produção e verificando a cada passo, através dos mecanismos já apresentados, o estado do projecto. Para tal, temos de ter em consideração dois elementos: o estado do financiamento (se está todo conseguido ou incompleto⁷⁰) e o tipo de produção (se co-produção, associação, etc.), ambos resultando da experiência do produtor e da sua posição face ao mercado - são a sua *liberdade*.

Estas duas fases são as que melhor caracterizam o trabalho do produtor, que, por sua vez, se espelharão no estilo de filme⁷¹, nas condições organizativas e nas condições financeiras. A função do produtor é a de fazer estas características funcionarem perfeitamente, geri-las de forma harmoniosa e coerente com o projecto.

É, também, nesta fase do trabalho do produtor que advêm compensações, sejam elas ao nível financeiro ou de cooperação entre os diversos elementos da equipa. É, aliás, o crescendo de colaboradores (e contratados) da fase de realização que levanta o primeiro problema (prático) de gestão a um produtor, sendo, portanto, fundamental,

⁷⁰ Mesmo com um financiamento completo, o produtor terá de ter muito cuidado com as suas opções, sendo que esta é a fase em que o seu controlo é absoluto. Todos os recursos financeiros disponíveis aguardam o melhor investimento possível, com vista à realização de lucros no final do projecto.

⁷¹ Se, por um lado, o estilo de um filme determina algumas das condições de realização, por outro, estas também o condicionam.

nesta fase, construir e redefinir um equilíbrio entre a linha produtiva, estilo do filme e os meios que lhe estão afetos. Só assim poderemos verificar se todas as operações previstas estão a ser cumpridas, no tempo estimado e avaliar os elementos que não estão a servir o projecto. Teremos, por fim, as informações necessárias à reprogramação - se necessário - e, eventualmente, à inclusão de acções complementares, que nos permitirão reduzir os efeitos da pressão associada⁷² a este tipo de organização (preparatória).

Chegamos, desta forma, ao momento dedicado aos detalhes, ao *scheduling*, à inserção, em sistema, de todas as informações que descrevem as condições em que cada cena deve ser representada. Esta é uma operação analítica que exige muita paciência para fazer e refazer os planos de cenas, de forma a rentabilizar todos os recursos sem perder de vista a qualidade artística e técnica, implicando identificar possíveis problemas e imaginar as suas melhores soluções. Esta acção operativa tem como finalidade essencial evidenciar possíveis problemas, bem como permitir rever preventivamente alguns contratos, licenças e outras autorizações. Este plano de trabalho consiste em distribuir e organizar todos os detalhes pelas suas semelhanças e pela optimização dos custos. Para tal, é fundamental manter contacto directo com todos os intervenientes gerindo o seu trabalho. Realizando uma análise diária, estaremos certos de ter uma visão real da fase do projecto. Há, para este efeito, alguns critérios de prioridade organizativos que devem ser observados, mesmo que possam variar ligeiramente, e que são: estabelecer o tempo máximo para a realização das cenas; conglomerar as cenas de acordo com os seus ambientes e intervenientes⁷³; aplicação de uma economia de escala⁷⁴ nas operações e preparação dos dias de forma a evitar, por exemplo, a repetição de uma cena no dia seguinte; tentar respeitar a sequência

⁷² Como seja o facto de não termos obtido respostas, confirmações ou os apoios previstos.

⁷³ É no *set* que estão presentes o maior número e mais diverso tipo de técnicos especializados. É, portanto, aqui que a capacidade de síntese e acuidade são mais importantes. É, também, neste ambiente que acontecem os maiores milagres, técnicos e criativos, só possível com uma preparação e comunicação fortes. Ou seja, a presença de todos os meios técnicos e humanos necessários e a sua disponibilização tendo em conta a sucessão os planos e cenas.

⁷⁴ Para se chegar ao *set* são necessários preparativos mais ou menos logísticos, como sejam os meios, encargos e duração das viagens, número e custo das pessoas deslocadas para esse local, a sua concentração (espacial e temporal), a rapidez de resposta (espacial e temporal), a economia nos meios de alojamento e alimentação.

cronológica⁷⁵, tanto quanto possível (Biondi, vol. II, 2005: 74).

«O plano de trabalho consiste em fazer com que a rodagem possa ser assegurada nas melhores condições possíveis, e ‘as melhores condições’ implicam também as condições financeiras, ou seja, a garantia de que a rodagem não vai ficar mais cara do que o necessário. [...] Um bom assistente é aquele que, da forma mais astuciosa possível, consegue conciliar as coisas para que as sequências relativas aos três andares sejam rodadas em três dias, e, se possível, em dois, sem que isso afecte a qualidade da interpretação e da filmagem. [...]. Um outro método consiste em ‘agrupá-los’. Mas há interesse em ‘agrupar’ os cenários antes de ‘agrupar’ os actores. [...] Significa filmar de seguida todas as cenas em que intervém um actor, ou todas as cenas que ocorrem num mesmo cenário quer elas se encontrem no início, no meio ou no final do argumento. [...] O princípio base de um plano de trabalho ideal é agrupar os cenários pela sua ordem cronológica, o que significa aproximarmo-nos o mais possível da evolução da acção. [...] Todos estes elementos devem ser avaliados e fazem parte dos problemas da preparação de um filme.» (Chabrol 2010: 86-8)

Começámos por considerar a escolha de actores como uma das chaves de sucesso de um filme e todos eles têm características que influenciam directamente o que vemos no filme. É por isso que a distribuição de papéis é uma operação tão delicada e difícil na preparação de um filme. As consequências de um erro nesta fase podem comprometer o sucesso do projecto de forma definitiva e incontornável. Mas também para os outros papéis, não interpretativos, mais técnicos e especialistas (realizador, responsáveis pela cenografia, figurinos, fotografia, som, montagem) e a forma como se relacionam e colaboram, são igualmente determinantes para o desenvolvimento desejado do projecto, no tempo previsto e com o orçamento disponíveis.

É a partir da redacção dos diversos contratos (de financiamento e prestação de serviços) que o produtor tem uma ideia clara de quantas e de que género são as relações que terá de gerir. A estrutura organizativa de um projecto audiovisual deve ser oportunamente decidida. Cremos que é na fase de realização que encontraremos mais colaborações (pessoal técnico, artístico e fornecedores), é por isso que um determinado sistema de produção cinematográfica expressa não só a cultura estética mas os meios disponíveis à sua realização. A racionalização dos custos, o suporte logístico e de gestão são indissociáveis das condições de produção (Biondi, vol. II, 2005: 117).

⁷⁵ A sequência cronológica é «[...] a ‘arquitectura’ de um filme, porque o ‘objecto’ filme deve ser harmonioso. Isso acontece porque um filme é composto por um certo número de sequências. [...] Sim, o argumento é um edifício cuja construção avança de sequência em sequência. A dificuldade reside no facto de ser mais fácil equilibrar bem o interior de cada sequência do que um conjunto de sequências.» (Chabrol, 2010: 29 e 36).

A preparação externa pressupõe um suporte operacional, enunciado segundo o imperativo de que nunca faltará nada no *set* e que o *set* não faltará a ninguém (Biondi, vol. II, 2005: 100). Isto é, no *set*, nunca poderá faltar nada do que foi previsto para aquele dia de trabalho, resultado de uma coordenação dessas condições, tão detalhada, que serve todos os que nele trabalham⁷⁶. Esta questão implica o trabalho coordenado e de colaboração entre todas as equipas, o que não sendo uma competência directa da produção é-lhe também exigida. Para tal, os diversos elementos são divididos em equipas de suporte logístico, de gestão e elementos de suporte à realização (massa heterogénea) e age de forma a criar compatibilidade, funcionalidade e perfeita eficácia. O suporte logístico é o complexo de todas as operações e meios necessários à dotação do *set* de todas as condições de trabalho tidas em linha de conta aquando da sua escolha tendo em consideração, por exemplo, as facilidades de acesso (para a produção e realização), para equipa de fotografia, som e guarda-roupa, cenografia, segurança e a possibilidade de realizar todas as tarefas emergentes destas actividades. No *set*, podemos encontrar o assistente de produção ou produtor executivo, cuja função de ‘relações públicas’ passa pela coordenação das actividades executivas em total respeito pela agenda e local de gravação; o responsável de ligação (sobretudo, num país estrangeiro), que assume todos os assuntos burocráticos e as relações com todos aqueles, externos à equipa, de quem dependerá a concretização do trabalho previsto; assistente de realização responsável pelas relações com os actores e pela continuidade em produções com orçamentos menores; o coordenador de transportes; o responsável de saúde; o responsável pelos consumíveis; o consultor responsável pela documentação (conhecimentos de história), que zela pela veracidade e coerência das cenas realizadas; responsável pela aquisição ou aluguer de itens necessários no local.

Todas estas pessoas e as suas acções convergem no sentido de um suporte de gestão, que não devemos confundir com a gestão de recursos. Trazemos esta questão porque é central na fase de preparação, prevenindo e controlando os recursos potencializando-os. A produção e realização cinematográfica assentam em actividades de previsão de necessidades, controlo de recursos e coordenação das acções segundo essas necessidades. A fluidez do trabalho depende enormemente da sucessão

⁷⁶ É por isso que o *set* fica, no final do dia, pronto a receber o dia seguinte e as suas necessidades.

cronológica das tarefas de previsão, controlo e coordenação. O conhecimento aprofundado das necessidades permitem encontrar o melhor equilíbrio entre o estilo do filme e a forma de o financiar. A equipa de produção terá sempre de saber onde está cada um dos elementos da equipa, de acordo com as funções que desempenha - onde e quando.

II. Produção

A fase de produção tem início quando estão reunidas as condições para realizar actos tão relevantes como sejam os contratos de trabalho (com actores, equipas técnicas e de apoio), de adjudicação ou aquisição.

Gerir qualquer projecto de produção requer um espaço físico (um escritório) onde se centraliza todo o trabalho de gestão e administração, do princípio ao fim do processo – esta deve ser a primeira medida a tomar nesta fase.

Nesta fase em que é desenvolvido o orçamento em todos os seus detalhes, são atribuídas as percentagens a cada uma das etapas e a cada item, permitindo conseguir os melhores preços - aqui convém também prever quais as categorias mais frágeis. É nesta altura que acontecem os conflitos entre a ideia e a sua exequibilidade.

Na verdade considera-se um projecto em fase de produção quando se encontra em rodagem - *on-set* (quando as filmagens têm lugar em estúdios, ou cenários, construídos para o efeito) ou *on location* (a «filmagem que tem lugar em interiores ou exteriores reais) (Worthington, 2009: 25). Dependendo do tipo de projecto (e de orçamento), a produção pode demorar dias, meses ou até anos.

O produtor que não está directamente envolvido nos aspectos criativos, ou artísticos, dá o apoio directo às equipas e ao realizador, garantindo que a visão artística é alcançada, dentro de determinados limites financeiros e de calendário. O papel do produtor é o de organizar, gerir e solucionar os problemas inerentes à vida do projecto e as suas características fundamentais, nesta fase, são aquelas que implicam capacidade de resolução de imprevistos e manutenção da calma sob as maiores pressões – de

incumprimento do calendário de filmagens, da indisponibilidade de algum interveniente, de condições externas (climáticas, greves, etc). Mesmo tendo tudo planeado, nesta fase, o controlo pode começar a fugir – orientar o processo para que tudo corra como anunciado, e alguma imaginação para solucionar problemas, dentro do horário e orçamentos previstos, é fundamental nesta altura.

A realização, em si, varia consoante o tipo de equipamento e suporte que se usa e acontece através das mãos de um operador, em determinado *setting*.

Como já foi referido, há um equívoco entre o poder de decisão do realizador, enquanto elemento de uma operação, e o poder económico, o poder de decisão económico. A verdade é que as questões económicas se sobrepõem sempre às estéticas, porque todas as decisões estéticas fazem parte de um projecto maior.

O controlo dos meios é particularmente visível na fase anterior, em que se harmonizaram as necessidades com os recursos disponíveis. Nesta, tudo é possível acontecer, num contexto de divisão e organização do trabalho em que todas as partes estão envolvidas⁷⁷, incluindo a realização. A harmonia criativa necessária à unidade da expressão cinematográfica deve conter-se ao seu ambiente produtivo (Biondi, 2005: 100) cabendo ao produtor considerar os aspectos próprios da realização num contexto maior e não privilegiar um em detrimento de outro, nunca perdendo de vista o propósito que o conduz.

«Quem quer que realize filmes e não compreenda que o tempo de rodagem é um tempo de felicidade, não deve continuar a fazer cinema [...]. Mas a rodagem é, deve ser, uma verdadeira alegria. [...] é um prazer quando sabemos para onde vamos. Quando avançamos como um cego, o que acontece de tempos a tempos, é uma enorme angústia para todos.» (Chabrol, 2010: 119).

O desenrolar da realização evidencia que uma cena, mesmo que não empregue muitos recursos (humanos), necessita de muita preparação e organização dos recursos. De forma a optimizá-los é necessário entender e aplicar os recursos humanos sob duas

⁷⁷ O principal recurso à disposição de um produtor de produtos audiovisuais não é, contrariamente ao que se possa pensar, o económico-financeiro, mas o humano. O recurso económico-financeiro é uma força (energética) que nos permite seguir um certo trajecto, bem como escolher o pessoal de quem o projecto depende. A maior diferença entre uma e outra força, é que a humana, pela sua especialidade, traz mais valor quanto maior é o seu grau de adaptabilidade e de experiência (Biondi, vol. I, 2005: 31).

categorias: os que são esperados durante toda a rodagem⁷⁸ e aqueles que lá se encontram só num determinado momento e/ou para cenas específicas.

Durante a realização, o ritmo do trabalho é determinado pela sucessão cronológica dos factos previstos e, portanto, de uma correcta e facilitada gestão dos recursos, daí ser fundamental uma previsão acurada, mas, também, uma comunicação imediata de alterações possíveis ao plano e a sua consequente reorganização. Muitas vezes, à primeira vista, num *set*, somos levados a crer que, numa aparente desordem, ninguém faz nada (mas que tudo se resolve). Estes momentos (ilusórios) são apenas o reflexo da organização do trabalho e acontecem sempre que há alternância de equipas e de acções necessárias à realização. Cabe ao produtor e ao realizador o cumprimento rigoroso, e tantas vezes impossível satisfazer, do plano de filmagens do dia e, quando é imprescindível, reformulá-lo. Tal tem de ser feito antes dos trabalhos daquele dia serem dados por concluídos.

Talvez por haver tantas particularidades no *set*⁷⁹, foi sendo criada uma separação clara de funções, uma personalização do trabalho o que, muitas vezes e particularmente nas produções assentes no modelo industrial americano, se encontra bem espelhada nos créditos finais de um filme, onde é evidente o número de pessoas e especialidades que estiveram envolvidas.

III. Pós-produção

A fase da pós-produção, a última do processo de produção, é marcada pela

⁷⁸ As equipas presentes aquando da rodagem são: o argumentista, o realizador, o produtor, o responsável pela fotografia, responsável pela cenografia, os intérpretes, os responsáveis pelo som e guarda-roupa, e, eventualmente, um administrador delegado, quando se produz para outras Empresas, Sociedades ou Estúdios, que o exigem. «Alguns realizadores não conseguem suportar a presença de um produtor no plateau, pois ficam com a sensação de que a sua autoridade é diminuída pela presença do tipo que paga, [...]». Eu gosto bastante que ele apareça, porque é suposto não abrir a boca, o que o coloca em posição de inferioridade. É por isso que, na maioria das vezes, os produtores visitam muito raramente o plateau, e aqueles que o fazem é porque são realizadores em potência. [...] Ou então deixá-lo fazer o filme, assiná-lo, desde que eu receba o meu cheque.» (Chabrol, 2010: 68).

⁷⁹ O cenário é um dos seis elementos da *mise-en-scène* (Villarejo, 2007: 156) e que são, ainda: a iluminação, o guarda-roupa, a maquilhagem, coifure e encenação. «Um dos segredos da *mise-en-scène* é saber exactamente aquilo que vamos fazer. [...] Parece-nos que a ideia deveria ser, precisamente, eliminar o maior número de imprevistos possível. Mas, pelos vistos, nem todos pensam assim. E a verdade é que há quem viva bem com os imprevistos.» (Chabrol, 2010:29)

edição⁸⁰ do filme no seu formato final. O produtor tem, uma vez mais, de defender que a edição respeita o calendário e orçamentos disponíveis, enquanto o realizador acompanha de perto a construção do objecto final. Muitas vezes, o realizador quer trabalhar sozinho com o editor⁸¹, deixando o produtor de fora até o processo estar

⁸⁰ Os projectos audiovisuais, tradicionais, são realizados e editados de acordo com a exibição e distribuição, que pode ser: em salas de cinema, mercados específicos (escolas, bibliotecas, centros de formação, etc.), festivais, DVD, televisão, internet e outros formatos digitais (telemóveis, tablets, etc.). A constante mudança destes mercados influenciam decisivamente todo o processo de realização de conteúdos. Esta é a derradeira fase do filme, quando é escolhido o seu futuro económico e estético, mas também do que o projectou (o produtor) e o concretizou (o realizador). Se um filme vier a ser um sucesso comercial, será mais fácil para o seu realizador propor novos projectos que serão mais facilmente concretizados; se o filme for elogiado pela crítica, o produtor adquire mais confiança, o que lhe permite ser mais autónomo na próxima empreitada. Por outro lado, se o filme não for um sucesso nas salas e na imprensa especializada, os nossos protagonistas terão um caminho mais difícil a fazer. Ora, até este momento, podemos encontrar três visões do filme (a do responsável pela edição e montagem, a do realizador e a do produtor) que podem ser, como questões de gosto, conflituantes nesta fase: o editor realiza o seu trabalho, colocando-se no papel do espectador; a presença do realizador garante a coerência estética e o produtor a económica, a realização do filme só foi possível graças à convergência estética e económica do projecto (Biondi, 2005: 153).

⁸¹ A edição passa por um conjunto de operações, que variam um pouco, dependendo da natureza, realização e finalidade do projecto. Esta actividade está reservada a laboratórios especializados, desde a imagem ao som. Pela natureza criativa e adaptável, assim como a produção, esta actividade nem sempre é devidamente valorizada e reconhecida, e muitas vezes um filme encontra a sua solução estética e argumentativa na mesa destes técnicos. A organização do plano de edição é posta à prova a cada passo e quando, por exemplo, é uma equipa diferente que tem de fazer a montagem. Essencialmente a montagem tem em consideração quatro pontos fundamentais: a diegese, a sucessão de factos que contamos no nosso filme, o desenvolvimento da história; sintagma e paradigma, a relação entre os diversos elementos da história, a coerência da montagem dos diversos cortes das diversas cenas; o ritmo que advém mais do que da velocidade e variação dos cortes mas a coerência que essa velocidade trás ao estilo e ao tema abordado – em boa verdade cada espectador tem o seu ritmo próprio interno que acontece quando este se rende ao filme; e, por fim, a preparação da montagem que passa por organizar e sincronizar o material (imagem e som) obtido com a rolagem. O processo de montagem deve ser assegurado por uma equipa eficiente em número e características. É por tal que também reflecte as características da realização e de projecto económico de produção. Tanto a edição e como a realização podem corresponder a critérios economicistas ou de organização, necessitando de ser controladas constantemente, de forma a permitir que alguma alteração possa ser introduzida sem prejuízo, criativo e produtivo. Esta é a derradeira fase do filme, quando é escolhido o seu futuro económico e estético, mas também de que o projectou (o produtor) e o concretizou (o realizador). A edição passa por um conjunto de operações, que variam um pouco dependendo da natureza, realização e finalidade do projecto. Esta actividade está reservada a laboratórios especializados, desde a imagem ao som. Pela natureza criativa e adaptável, assim como a produção, esta actividade nem sempre é devidamente valorizada e reconhecida, e quantas vezes um filme encontra a sua solução estética e argumentativa na mesa destes técnicos. A congruência do Plano de Edição é posta à prova a cada passo e quando, por exemplo, é uma equipa diferente que tem de fazer a montagem. Essencialmente, a montagem tem em consideração quatro pontos fundamentais: a diegese, a sucessão de factos que contamos no nosso filme, o desenvolvimento da história; sintagma e paradigma, a relação entre os diversos elementos da história, a coerência da montagem dos diversos cortes das diversas cenas; o ritmo que advém mais do que da velocidade e variação dos cortes, mas a coerência que essa velocidade trás ao estilo e ao tema abordado – em boa verdade, cada espectador tem o seu ritmo próprio interno que acontece quando este se rende ao filme; e, por fim, a preparação da montagem que passa por organizar e sincronizar o material (imagem e som) obtido com a rolagem. O processo de montagem deve ser assegurado por uma equipa eficiente em número e características. É

concluído. Se a relação entre os três for de total confiança, poderá ser positivo, no final, ter um olhar novo, e crítico, sobre o seu resultado.

Nesta última fase, surge a única possibilidade de recuperar o capital investido e esta condição é obrigação do produtor, ao tentar que o projecto seja visto ou distribuído pelo maior número de pessoas possível⁸². Se o projecto foi apoiado, por exemplo, por um canal/rede de televisão, distribuidor ou exibidor, é natural que haja mecanismos de promoção associados, mas normalmente cabe ao produtor garantir os materiais e contratos publicitários, entregues com as cópias do filme.

Sejam quais forem os mercados e objectivos, é sempre necessário explorar antecipadamente (na fase de desenvolvimento e pré-produção) a venda antecipada do produto que permitirá ao produtor alcançar os seus mercados e recuperar o investimento.

Feita a montagem é impressa a película, reproduzindo o seu negativo de acordo com a película de trabalho, o seu positivo. O negativo é o momento na vida da realização cinematográfica que marca um ‘ponto sem retorno’. Alcançámos, assim, o *final cut*⁸³. O *final cut* é a seríssima realização dos interesses morais, que derivam da paternidade e da pertença de direitos patrimoniais da obra (Biondi, vol. II, 2005: 168-70).

Segue-se um momento extraordinariamente significativo da vida de um produto audiovisual, o momento da *preview* (da apresentação do filme para uma plateia seleccionada e antes da exibição pública), que, para além de conter um enorme investimento financeiro, marca o início do seu novo ciclo produtivo. A rentabilização

por tal que também reflecte as características da realização e de projecto económico de produção.(Biondi, vol. II, 2005: 153-63)

⁸² No orçamento, terão sido previstos montantes para realizar, nomeadamente, cópias extra, custos de participação em festivais e pacotes de imprensa.

⁸³ Versão final de um filme, editada e autorizada pelo realizador ou produtor. No momento da formalização do contrato entre o realizador e o produtor, aquando da formação de vontade contratual, o *final cut* está presente e resulta do tipo de relação entre e de cada uma das partes e dos seus direitos e deveres e é nas mãos dos produtores que fica a responsabilidade de o fazer cumprir, no ponto de vista da gestão dos recursos técnicos, estilísticos, e económicos (p.e. encargos extraordinários para fazer a sincronização, montagem, licenças, preview).

desta operação recai na organização da plateia, constituída pela crítica, pelo conjunto de líderes de opinião, que dará com a sua opinião (bem fundada) e uma previsão do seu futuro do projecto, depois do lançamento. É «uma projecção de controlo que nos EUA se faz sempre antes de os filmes serem exibidos ao público», explica o actor Joaquim Leitão⁸⁴.

A partir deste momento, encerrar-se-ão as actividades técnicas de edição com a inserção de modificações pontuais e estamos, assim, prontos para a impressão da cópia – momento derradeiro do ciclo de realização do filme. Impressa a cópia, procede-se ao visionamento daquilo que tem de conter os traços estéticos e de gestão, à garantia do cumprimento de todas as obrigações legais, enfim, estamos prontos para a apreciação dos espectadores e da crítica, os utilizadores do nosso produto audiovisual.

«Para quem realizou o filme, há sempre um lado chocante na crítica, quando ela é negativa [...] é melhor decidir que a crítica, qualquer que seja o grau de honestidade deste ou daquele que a redige, é o resultado de uma sensação, num momento determinado, de uma pessoa que tem a possibilidade de a dar a conhecer. Só isso, e mais nada. [...] O sucesso é simultaneamente de crítica e de público. [...] O sucesso é de público mas não de crítica [...] O sucesso é de crítica mas não de público [...] O fracasso é de crítica e de público. [...] Por vezes é verdade, e poderá demorar os anos necessários para que um filme seja reconhecido [...] filmes que hoje estão nos píncaros podem parecer ridículos daqui a vinte anos. Regra geral, os produtores e os realizadores preferem que o filme funcione, mesmo com más críticas, do que o contrário. É simplesmente uma questão de sobrevivência» (Chabrol, 2010: 117-8).

O lançamento é o momento em que o filme ganha a sua razão utilitária, ao ser visto pelo público. A fruição do objecto consubstancia-se na disponibilidade do espectador para adquirir o bilhete. O filme deve dignificar essa disponibilidade, apresentando e conduzindo-o pela matéria, pelo filme feito para o espectador, com que tem um contrato funcional, obrigando-se a uma coerência entre os aspectos estéticos e técnicos, comunicando o seu conceito através de dinâmicas psicológicas, culturais e sociológicas (Biondi, vol. II, 2005: 174-6).

É aqui que a componente de sucesso se evidencia. Esse sucesso é composto pelas dimensões económicas, estéticas e temporais que desencadeiam (algo quase mágico), frequentemente, marcas para a história de cada cultura, comunidade ou outro conjunto social. A melhor publicidade ainda é a palavra partilhada entre pessoas, entre

⁸⁴ *Diário de Notícias*, 26 de Dezembro de 1997.

os elementos do seu grupo.

As diferenças de filme para filme determinam, também, as suas campanhas de publicidade e promoção. A estratégia publicitária de um produto deve ter, não só, as suas características específicas, mas também, o efeito directo no seu espectador através das sinergias próprias e sincrónicas com as suas necessidades.

Considera-se, nesta fase, os contactos directos com a imprensa especializada, presença em eventos relacionados com a vida da sua produção e a realização de outros suportes que ajudam a recordar este objecto, sempre que possível. Muito provavelmente, o mais difícil, será escolher uma linha de acção: uma campanha publicitária, contactos com a imprensa, com agentes publicitários.

No mercado europeu, torna-se muito difícil assegurar uma campanha publicitária, já que o desafio, quase impossível, de uniformizar os vários detalhes que lhe estão associados, sejam económicos, culturais ou técnicos derivam das características década consumidor, que é tão diferente nesta união. A dinâmica do processo produtivo (criativo e operativo) não é alheia à formação de infra-estruturas, tecnológicas, normativas, de formação industrial, em concordância com o contexto cinematográfico – que se deseja significativo em todas as sociedades.

Já no sistema produtivo americano, a sinergia criada resulta na criação da disponibilidade do público, podendo-se falar de um *star system*⁸⁵ que é, em si, um motor económico, que reforça no público a segurança da qualidade e profissionalismo de determinado projecto. É verdadeiramente incontornável a sua importância, na produção cinematográfica americana, o aparato cultural, social e económico que dele advém. É notável, também, como afirma Biondi (vol.II, 2005: 157-9), o seu impacto nas regras de produção, na formação de profissionais, no sistema bancário, dos valores que veiculam, por exemplo, os eventos que lhe estão associados. É, contudo, possível naquele mercado numeroso e economicamente poderoso.

⁸⁵ Devemos enunciar o papel das vedetas e dos heróis, padrões morais que, na sua natureza duplamente ordinária e extraordinária, e modelos de identificação e projecção do espectador, que se configuram como ícones de um limbo onde o realismo e a idealização se indiferenciam, diz-nos Luís Carlos Nogueira. [Em linha]. [Consult. 24 Novembro. 2013]. Disponível em <URL: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/nogueira-luis-cinema-adorno>>.

Por isso, a publicidade é fundamental para qualquer produção, independente do mercado. O projecto tem de ter uma identidade viável, ao nível da publicidade e *marketing*, sendo que constituem o ‘cartão-de-visita’ de um produtor, realizador e demais elementos creditados. Daí serem incluídas verbas no orçamento para esse fim e previstas fotografias de filmagem para poderem ser elaborados os referidos pacotes para a imprensa⁸⁶, onde se inclui a folha de imprensa, cartazes e *websites*.

De acordo com a produtora e académica Charlotte Worthington (2009: 64) esses pacotes devem estar disponíveis em suportes mais tradicionais, como em papel, CD ou em formato electrónico e devem incluir: informação sobre *copyrights*; um excerto da banda sonora; detalhes técnicos como identificação das cenas apresentadas, duração e formato do filme; transcrição do argumento final; lista de créditos finais completa; uma sinopse; um sumário; um conjunto de fotografias promocionais em alta resolução e devidamente identificadas; cartazes ou outros suportes de promoção; menção a prémios e participações em festivais; cópias do filme; e os contactos. Com regularidade, esses suportes podem ser enviados para promover o filme junto dos distribuidores⁸⁷, festivais⁸⁸, público especializado, como sejam os críticos⁸⁹ e jornalistas.

A aceitação do cinema como visão do mundo não se aplica apenas aos cineastas,

⁸⁶ Onde se encontra a folha de imprensa ou press sheet que referimos mais à frente.

⁸⁷ Na Europa, o distribuidor tem a garantia antecipada de todos os dividendos da exibição do filme. Ou seja, o distribuidor passa a proprietário do filme, excepto determinação contrária. Antes mesmo do nascimento dos regulamentos comunitários que dominam a nossa organização e burocracia, países houve que, devido à recessão do mercado cinematográfico, encontraram nos canais de televisão uma forma de manter a sua própria cinematografia. Assim, rentabilizaram o seu poder de mobilizar o público ao de comunicar. Assim, encontraram complemento ao apoio estatal para fazer face aos custos, cada vez maiores e superiores aos retornos financeiros, da produção cinematográfica nacional. Produtores e autores acusam os distribuidores de privilegiarem as produções americanas, estes apontam o dedo aos produtores e autores por não irem mais de encontro ao gosto do público; e, finalmente, ambos se acusam mutuamente. «Produtores e autores acusam os distribuidores de privilegiarem as produções americanas, estes apontam o dedo aos produtores e autores por não irem mais de encontro ao gosto do público; e, finalmente, ambos se acusam mutuamente.» (Biondi, vol. II, 2005: 185)

⁸⁸ Com o número cada vez maior de Festivais, a pesquisa daqueles que melhor enquadrarão o projecto é, também, da competência do produtor. Com a estratégia adequada e tendo o filme sido aceite podemos valorizar o projecto, atrair distribuidores e realizar contactos fundamentais. É uma actividade dispendiosa mas necessária.

⁸⁹ O produtor tem de conhecer estreitamente este meio, conseguindo, assim, maximizar, nos seus contactos, o impacto que este poderá ter junto do seu público-alvo.

aos escritores e aos produtores, mas também aos espectadores, na medida em que o regime de consumo e fruição de filmes, no período clássico, é indissociável da sessão em sala escura, onde a projecção surge como a materialização de um imaginário colectivo partilhado em rituais de reconhecimento (Geada, 1998: 358-60). A intervenção do crítico neste imaginário, como nos diz Eduardo Paz Barroso (2002: 208-9), é o de apresentar um sistema de valores fundado no gosto e na sensibilidade como meios de apreensão do artista, actividade esta sempre sujeita ao risco da *petição de princípio*⁹⁰.

A última responsabilidade do produtor é a de encerrar a produção (Worthington, 2009: 33), concluir qualquer assunto pendente, encerrar o expediente e as contas, e enviar os seus pacotes para a imprensa.

⁹⁰ Quando há uma falta do orador, que não se preocupa com a adesão do auditório às premissas apresentadas (Barroso, 2002: 209).

CAPÍTULO III – Analogias e Diferenças entre os Sistemas de Produção Europeu e Americano

Quando se trata de cinema, não se pode colocar, em particular, no caso do cinema americano, a questão da individualização, porque o cinema é uma arte «popular e industrial» (Barroso, 2002: 204). Hollywood produz um cinema popular e industrial que tanto se traduz em imagens como na ‘exportação’ do seu modelo de cinema e de sociedade.

Porém, em 1900, era a indústria cinematográfica europeia que exportava filmes para todo o mundo, chegando mesmo a abastecer metade do mercado os E.U.A. Em 1920, no entanto, os filmes europeus tinham praticamente desaparecido da América, e até mesmo da Europa. A teoria sobre custos irrecuperáveis, ou *sunk costs*, e da estrutura do mercado sugere que uma escalada de custos irrecuperáveis durante uma fase de rápido crescimento nos E.U.A. que resultou num aumento da concentração. Onde somente as oito empresas⁹¹ sobreviventes dominavam a produção internacional de cinema e a sua distribuição. As empresas de cinema europeias, embora rentáveis, não conseguiram acompanhar aquelas outras, e, depois da guerra jamais conseguiram alcança-las.

De acordo com Gerben Bakker, antes da Primeira Guerra Mundial, as empresas de cinema europeu produziam a maioria dos filmes exibidos na Europa, e durante alguns anos foram os maiores fornecedores dos filmes mostrados nos E.U.A., a par dos noticiários – ambos originários da Europa – e rapidamente entendidos como produtos que alcançavam os seus maiores lucros no mercado americano. Depois da guerra, a situação inverteu-se e, com a emergência dos estúdios de Hollywood, este passou a

⁹¹ A Warner Bros., a Paramount, a MGM, a RKO, a Twentieth Century-Fox, a Universal, a United Artists e a Columbia. (Bakker, 2003: 3).

fornecer a maioria dos filmes exibidos na Europa, situação que se manteve até aos nossos dias. Nunca mais os produtores ou distribuidores de filmes europeus conseguiram ter uma presença significativa, e duradoura, nos E.U.A.

Esta transformação, assinalável, de dominação económica, foi causada pela quebra generalizada das empresas de cinema europeu, baseada na teoria da organização industrial, tecnologia e estrutura de mercado. A hipótese aqui apontada assenta na teoria de que da mesma forma que o tamanho do mercado cresceu, os custos de produção de um filme também, e como os custos não recuperáveis aumentaram, e tamanho do mercado importava, a Europa encontrava-se cada vez mais em desvantagem. Alguns economistas sugerem que a indústria cinematográfica sempre esteve concentrada em Hollywood, mesmo antes da mudança. Porém, esta perspectiva prende-se, somente, com a concentração geográfica da indústria. Se analisarmos a indústria cinematográfica antes do período em que as empresas de cinema norte-americano controlaram o mercado, doméstico e externo, antes da década de 1910, uma outra história pode ser contada.

Para podermos falar do sistema europeu, temos, obrigatoriamente, de falar do americano, já que foi, e é, o maior mercado de cinema, acabando por se tornar o centro da produção e distribuição mundial de cinema e porque aquele sistema face ao americano reduziu a sua quota de mercado de 60 por cento para um número irrelevante. Há que, nesta altura, debruçarmo-nos sobre aqueles que melhor representaram tal fenómeno: a Grã-Bretanha (o segundo maior mercado dos E.U.A) e a França (o segundo maior exportador, antes de 1920) apesar de culturalmente mais distante dos E.U.A.

As empresas cinematográficas francesas foram rápidas na produção e, subsidiárias, de distribuição tanto para os países europeus, como para os E.U.A., dominando a distribuição internacional de cinema antes de meados dos anos 1910 (com Méliès, Pathé, Gaumont e Éclair). Mas, no início dos anos de 1920, tudo isso mudou e a indústria cinematográfica europeia já só detinha uma quota reduzida do mercado dos E.U.A. e uma pequena parcela de seus mercados domésticos. A maioria das grandes empresas europeias vendeu as suas subsidiárias estrangeiras e abandonou a produção de filmes, enquanto os estúdios de Hollywood as foram substituindo nas redes de distribuição, ainda de acordo o investigador.

Entre 1910 e 1916, as quotas das indústrias britânicas e francesas nos seus mercados domésticos diminuíram de acordo com o mesmo padrão – com a quebra na quota de mercado europeu nos E.U.A. Estas quebras podem ser resultado da Primeira Guerra Mundial e da consequente redução dos mercados internos europeus. No entanto, pode-se argumentar, também, que, sem a guerra, a mudança poderia não ter sido tão extrema – se por um lado, a guerra obrigou ao encerramento de muitas salas de cinema, por outro, cresceu a procura por entretenimento cresceu e, em 1919, a receita do cinema foi 2,5 vezes maior à de 1914 (Bakker, 2003: 16). Durante a Primeira Guerra Mundial, a quota de mercado europeu decaiu, em termos absolutos e o número de filmes europeus lançados foi o mesmo em 1914 e em 1919. Muitas das grandes empresas europeias de cinema serviram as propagandas dos governos. Aliás, as maiores empresas cinematográficas francesas foram processadas no pós-guerra, por terem beneficiado com os lucros da guerra. Se a indústria cinematográfica europeia saiu prejudicada pela guerra, não podemos afirmar que tivesse estagnado ou acabado. É neste período, de 1915 a 1917, que surgem as longas-metragens, um novo produto que se tornou o *standard*⁹² – mesmo que longe da capacidade dos americanos em produzir dramas de grande orçamento. Em termos absolutos, a indústria cinematográfica europeia terá continuado a crescer, pelo menos, moderadamente, durante a guerra, enquanto, em termos relativos, a sua quota no mercado mundial se foi tornando cada vez menor. Importante será referir, também, a questão de como o filme de longa-metragem se tornou o padrão, durante a década de 1910. Antes desta altura, uma sessão de cinema significava ver uma sucessão de diversos filmes, cada um com duração entre um e quinze minutos, de géneros diferentes (desenhos animados, notícias, comédias, filmes desportivos/de ginástica e dramas. Após este período, o cinema passou a significar filme dramáticos, com a duração de uma peça de teatro, habitualmente baseado numa história famosa e com um elenco, igualmente, famoso e que levaram as empresas cinematográficas a gastarem enormes somas em contratos de exclusividade, de direitos de autor sobre os romances e peças de teatro, em efeitos especiais e cenários. Com o aumento da extensão dos filmes, cresceram, também, os gastos em custos

⁹² No entanto, a maioria das longas-metragens apresentadas em sala e distribuídas para consumo doméstico terá entre os 90 e os 120 minutos De acordo com a Academy of Motion Picture Arts and Sciences, uma longa-metragem tem a duração de 40 minutos ou mais [Em linha]. [Consult. 2 Setembro. 2012]. Disponível em <URL: <http://www.oscars.org/awards/academyawards/rules/rule02.html>>.

irrecuperáveis. Em termos de produção, as despesas cada vez mais altas, o aumento acentuado nos gastos de produção⁹³ cinematográfica, durante a década de 1910, coincidindo com o momento em que o filme de longa-metragem se tornou o formato padrão – em termos económicos, enquanto tecnologia e inovação o cinema tornou-se cada vez mais um substituto para o teatro (ao vivo) e passou a integrar os mercados para o entretenimento, produzido num único local e distribuído ao nível nacional e internacional.

Uma explicação avançada por Bakker (2003: 54), para o declínio da indústria cinematográfica europeia, recaia no facto de, na década de 1910, ter ocorrido uma mudança substancial no gosto dos americanos pelos filmes estrangeiros (e, até, um sentimento generalizado contra estes), o que pode clarificar as causas da quebra nas receitas que chegavam do mercado dos E.U.A. Uma das razões que podemos apontar, por aferição, é que uma indústria com um elevado grau de homogeneidade é provável que seja rentável num mercado com determinado tamanho.

A indústria cinematográfica tem três características importantes com relação à questão dos *sunk costs*⁹⁴: os gastos com a produção de filmes podem ser considerados

⁹³ O custo médio dos filmes da Fox aumentou de 13 000 dólares em 1914, para 32 000 dólares em 1917 e para 106 000 dólares em 1927 – o último ano antes do sistema sonoro ter sido implementado, o que veio aumentar em sete vezes os custos; no caso de Cecil B. de Mille, um dos produtores da Paramount, aumentou os seus custos de 15 000 dólares em 1913 para 128 000 dólares em 1920; os custos Warner Brother aumentaram, em média, de 90 000 dólares em 1922 para 168.000 dólares em 1927. Isto é, os custos médios, reais de produção, por filme, cresceram 38% entre 1919 e 1921 (de 24 000 dólares para 57 000 dólares) e 14% entre os anos de 1921 e 1927. Na indústria dos E.U.A. os gastos reais de produção aumentaram 35% entre 1919 e 1921, de 32 a 42 milhões de dólares, e cresceu 10%/ano entre 1921 e 192. Os encargos com a cenografia e equipamento *on set*, e outras de categorias endógenas, triplicaram entre 1921 e 1925 – num crescimento de 31,6%/ano; as despesas com câmaras e projectores (basicamente com despesas exógenas) aumentaram 63,7% entre 1921 e 1925, equivalente a um crescimento de 13,1%/ano. Da mesma forma, os custos de distribuição aumentaram – e em 1914, a empresa francesa Pathé fundou o primeiro sistema de distribuição, com representação em 31 cidades, exemplo seguido por outras empresas; em 1919, o custo operacional de um sistema de distribuição nacional, nos E.U.A., situava-se entre os 520 000 dólares e os 780 000 dólares/ano, sem incluir as despesas de promoção (Bakker, 2003: 25). Este caminho acentuou-se, em 1920, quando todos os grandes estúdios tinham as suas estrelas sob contrato, sob o argumento que ajudava à obtenção de lucro e uma ‘garantia’ de retorno sobre um investimento, que acreditamos terem sido elevadíssimos. (Bakker, 2003: 19).

⁹⁴ Estes são aqueles custos que não podem ser evitados quando uma empresa entra no mercado e que não podem ser recuperados. Enquanto exógenos, os custos irre recuperáveis são ditados pela tecnologia e são aproximadamente os mesmos para qualquer empresa na indústria. Já os endógenos, como sejam a publicidade ou pesquisa e desenvolvimento, podem ser decididos por cada empresa, conforme o seu projecto (Bakker, 2003: 16).

como custos irre recuperáveis, pois todos os custos ocorrem antes das cópias serem feitas e distribuídas; os custos irre recuperáveis na produção de filmes são, principalmente, endógenos, já que o custo de produção de um filme é extremamente baixo em comparação com o tamanho do mercado; a produção de filme tem a particularidade de, mesmo antes de ser comercializado, já estar protegido pelas leis de direitos de autor e a sua produção e distribuição poder ser entendida como forma de publicidade (através da escolha do elenco, de um argumento adaptado de uma obra literária). As três características antes apresentadas sugerem que a teoria de custos irre recuperáveis poderá, eventualmente, explicar o declínio da indústria cinematográfica europeia.

O processo pelo qual a oportunidade de negócio surge, no mercado de filmes, na década de 1910 – provavelmente como hoje –, é explorada por quem se encontra(va) mais bem colocado e arriscou⁹⁵ Na Europa, o filme parecia ter capacidade semelhante para gerar receitas, particularmente na Grã-Bretanha onde, um pouco mais tarde do que os norte-americanos, mostram um escalonamento no trabalho e confirmam a superioridade, na rentabilidade, da longa-metragem: em 1918-1919, uma distribuidora de filmes reportou receitas de filmes de longa-metragem 32% maiores às de todos os

⁹⁵ No final dos anos de 1900, os empresários estavam em processo de descoberta, de experimentação, descobrindo que alguns tipos proporcionavam mais receita que outros. Em meados dos anos 1900, Adolph Zukor (mais tarde presidente da Paramount), que possuía catorze nickelodeons (cinemas com algumas centenas de lugares) nas grandes cidades e embora tenha tido dificuldades em obter o filme que queria fez todos os esforços ter os melhores, tendo chegado a exhibir um filme em três bobines o que foi um enorme sucesso durante meses, numa época em que os filmes exibidos eram menos de metade de uma bobine. Zukor, entretanto, pensou adaptar um romance ou uma peça em película, e para tal abordou s produtores, que estavam ocupados noutras empreitadas – ou descrentes de que os espectadores estivessem interessados em assistir a filmes de tão longa duração – acabando por em 1909 vender todos as suas salas para Loew (que mais tarde originaria a MGM), e dedicou os anos seguintes a estudar a indústria cinematográfica, a viajar e a assistir a muitos géneros diferentes de filmes – sentado na primeira fila e em vez de olhar para o filme fixava-se nos rostos dos espectadores. Em 1911 Zukor decidiu tirar as celebridades dos palcos e colocá-los nos filmes e em Novembro desse ano investiu 35 000 dólares para ter um filme protagonizado pela atriz francesa Sarah Bernhardt – os seus concorrentes ficaram surpreendidos mas o filme realizou a receita de 60 000 dólares, ainda assim insuficiente para recuperar custos, mas serviu o objectivo de testar o mercado. Nada que já não estivesse a ser feito por alguns empresários italianos, em 1910, com a realização de épicos (A queda de Troia e o Inferno de Dante, por exemplo), tidos como os mais caros conjuntos e longos. E, se por um lado os custos de produção estavam cada vez mais caros, por outro os preços dos bilhetes eram cada vez mais caros e o formato cada vez mais popular – mas ainda não suficientemente rentável já que obrigava a alugar salas, deslocar equipas (projeccionistas, pessoal administrativo, de promoção). A descoberta de que os preços mais altos dos bilhetes ajudavam a compensar os encargos de exibição deu a alguns produtores a solução para a rentabilidade da indústria, através da longa-metragem (Bakker, 2003: 30-6). «Os níqueis dos emigrantes foram um rio de ouro que entrou nas “caixas” dos Nickelodeons e o alicerce da indústria cinematográfica americana [...] nem só neste ponto o cinema americano está deverdor ao emigrante europeu» (Costa, 1977: 53).

outros formatos juntos (este resultado foi aferido num rácio receita/metro de filme). Na temporada seguinte, de 1919-1920, a diferença de receita entre longas-metragens e outros filmes foi mais do dobro – 67 por cento a mais por metro (Bakker, 2003: 19-22). Uma das vantagens das longas-metragens face a outros, como o noticiário, por exemplo, foi o facto de a receita não diminuir após o primeiro dia de exibição. Estes números são importantes, porque suportariam a ideia de que os filmes podiam/podem ser cada vez mais rentáveis, e que, portanto, uma escalada de gastos, com custos irrecuperáveis, na produção de filmes poderia ser uma estratégia rentável. Além disso, mostra, também, que os empresários descobrem a rentabilização dos recursos, e os que o fizeram foram capazes de salvaguardar uma posição, activa e importante, na distribuição e exibição. Isto é, ao poder aumentar os preços dos bilhetes poder-se fazer face, com essas receitas, ao escalonamento no trabalho, porque os espectadores estavam/estão dispostos a pagar mais por um recurso. Tal opção tem efeitos directos nas receitas. Naquela altura, o aumento dos preços combinado com a demanda crescente fez com que o cinema se sobrepusesse e viesse, em parte, a substituir o teatro, pois apresentava-se com características de inovação, muito apelativas e, muitas vezes, e como hoje, mais acessível que o entretenimento ao vivo. Nesta fase, propomos, como opção, até melhor proposta estratégica, uma discriminação (positiva) do preço de venda dos bilhetes, para as cinematografias europeias, no seu mercado. Desta forma, empreende-se uma estratégia económica para a salvaguarda do retorno do investimento, na exibição, a favor da produção – pese embora o facto de tal opção implicar uma dupla tributação, duplo investimento, do espectador nacional – ou, em alternativa, taxar, proporcionalmente, as produções externas (do espaço da União Europeia), um valor acrescido que poderia reverter directamente para o Fundo Europeu de apoio.

Inicialmente, quando os filmes eram vendidos, e, depois, alugados por uma taxa fixa, o produtor não acedia, verdadeiramente, a essas receitas marginais. Durante a década de 1910 as mudanças nas práticas de distribuição traduziram-se cada vez mais em lucros para os produtores, apoiados em contratos de distribuição. Em consequência, foi percebido pelo produtor que, para obter mais receitas adicionais, devia investir na qualidade do filme realizado, incentivando-o a aumentar os gastos com a produção do filme, mas de forma rentável. Sem essas mudanças na distribuição, uma estratégia de escalada dificilmente poderia ter sido rentável. Essa estratégia atraiu, também, os

distribuidores para investirem mais em publicidade, conduzindo assim a um duplo efeito sobre as receitas do produtor: mais receitas, graças ao aumento dos preços de utilização dos espaços, e, simultaneamente, ao aumento das receitas marginais (um retorno líquido de 25 a 50%/ano) sobre o capital investido nas salas de cinema (Bakker, 2003: 57).

Devemos sublinhar que as mudanças nas práticas de distribuição não envolvem apenas os produtores, para atrair lucros, mas mudaram toda a estrutura de incentivo à indústria, investindo mais em custos irrecuperáveis. Envolvidos nestas transacções e neste fenómeno, encontramos dois europeus: Pathé (França) e Nordisk (Dinamarca). Charles Pathé reorganizou os seus negócios nos E.U.A., no início da primeira grande guerra, e lucrou muito pelo facto de ter uma organização de distribuição nacional de vários filmes (noticiários) exibidos semanalmente e, não acreditando no novo padrão da indústria, acabou por realizar lucros substanciais, mas com os seus noticiários – seria mesmo seu o primeiro noticiário regular nos E.U.A. (1909). A empresa dinamarquesa Nordisk era financeiramente forte e foi um dos primeiros a lançar longas-metragens para a Nordisk o seu mercado *nacional* era o da Alemanha que terá sido lucrativo até 1917, enquanto exportava os seus filmes para todo o mundo e adquiriu distribuidoras e cadeias de cinema na Alemanha, Suíça e Áustria. No entanto, nos E.U.A., teve apenas uma pequena quota de mercado, devido a problemas com seu gerente (que se queixava recorrentemente do facto desse mercado não ser rentável). Em 1917, a expansão Nordisk chegou a um impasse quando o governo foi obrigado a fundir os seus activos alemães da UFA e de líder de mercado potencial europeu transformou-se numa pequena empresa de filmes dinamarqueses, acabando na falência, no final 1920. A Gaumont e Éclair foi muito cautelosa com os gastos crescentes com os custos de produção cinematográfica e as pequenas empresas italianas tentavam aumentar os gastos com os custos de produção cinematográfica até começar a guerra e os seus investimentos se perderam e os projectos cancelados. A fase de escalonamento nos mercados dos Estados Unidos enviou ‘ondas de choque’ para todo o mundo e, logo no início dos anos de 1920, a indústria cinematográfica europeia estava arruinada: muitas empresas de produção foram à falência, os distribuidores passaram a apostar nos filmes americanos ou foram adquiridas pelos estúdios de Hollywood, mas o facto mais surpreendente é este colapso parecer permanente.

As empresas europeias poderiam ter solicitado o capital necessário, aos grandes estúdios, para a criação complexos que permitissem intercâmbios criativos com Hollywood ou outros lugares; poderiam ter, eventualmente, revisto os seus orçamentos e o número de filmes produzidos, a um nível compatível com aqueles verificados, à época do surgimento de estúdios em Hollywood; garantir um sistema de pré-venda dos seus filmes em grandes pacotes, antes mesmo de serem realizados; investido em filiais de distribuição nos principais mercados, com contratos mais vantajosos. Ou seja, acompanhar de uma outra forma a evolução da tecnologia e dos mercados, podendo, dessa forma, ter, quem sabe, realizado grandes lucros com os filmes europeus, em todo o mundo, como sugere Bakker (2003: 44-57).

Lamentavelmente, nenhuma empresa europeia se destacou durante o resto do século XX, apesar das diversas formas de protecção governamentais, muito presentes dos anos 1920 em diante, em particular, com a chegada do sonoro em 1927 e a questão continua a ser a mesma: o que aconteceu/acontece na indústria cinematográfica europeia para não alcançar a dos E.U.A. Só encontramos explicação na teoria acima de que, para os produtos com elevados custos irrecuperáveis, o tamanho do mercado é o mais importante – uma vez que os custos totais (quase iguais aos custos irrecuperáveis) estão dependentes do número de produtos vendidos.

Ainda de acordo com o trabalho de Gerben Bakker, antes de 1914, os países europeus estavam receptivos aos produtos estrangeiros, mas, durante e depois da guerra, os consumidores tornaram-se mais hostis aos produtos de outros países, especialmente no que dizia respeito aos produtos culturais, como sejam os filmes, como reflexo das legislações criadas, especialmente para com os filmes alemães (proibidos na França e na Grã-Bretanha até início dos anos 1920) que respondeu com uma política semelhante. Depois de 1914, viu-se o aumento dos impostos e taxas e, em meados de 1920, a maioria das nações europeias introduziram legislações especiais, controlando o número de filmes estrangeiros que podiam ser exibidos. Enquanto isto, o acesso ao mercado dos E.U.A. manteve-se, não podendo, portanto, ser razão para o declínio da europeu, mas talvez seja essa a resposta para o facto das empresas de cinema europeu se terem tornado mais dependentes dos seus próprios mercados nacionais, por causa da criação do imposto sobre grandes quantidades de entretenimento nos cinemas, variando de 20 e

50%, e, aliado à desintegração do mercado interno europeu, culminou com a diminuição das vendas do filme europeu. Não obstante as questões economicistas, certo é que a degradação do sistema europeu contribuiu a deterioração do clima político da Europa, com a consequente fuga do seu capital criativo para Hollywood. Além da quantidade, sem precedentes, de capital humano e financeiro não ter parado de circular para fora do continente europeu, os mercados financeiros europeus observam uma instabilidade nos apoios à indústria do cinema: há que ter em linha de conta a origem dos filmes europeus, tão heterogénea como os seus usos e costumes, constringindo a aplicação das convenções de linguagem

Concluindo, Bakker (2003: 56-7), no caso da indústria cinematográfica europeia considera que a questão do tamanho do mercado se tornou cada vez mais importante e as empresas europeias a encontravam em desvantagem nos seus «pequenos, e desintegrados, mercados domésticos». A diferença entre um sistema e outro advém tanto do contexto como da diversidade sociocultural em que se desenvolvem as suas cinematografias e que, também, derivam das questões económicas e políticas das duas Grandes Guerras. E será o reconhecido espírito de pioneiro que caracteriza os primeiros séculos da história dos E.U.A. que ajudou a estabelecer a génese do seu sistema económico e de todos os outros. Foi esse mesmo espírito, empreendedor, que permitiu o nascimento de uma indústria cultural e o seu espírito prático que favorece a aceitação de novas práticas culturais. E é a um conjunto de actividades e serviços que levam os seus filmes (resultado da sua arte e cultura) até ao espectador que os americanos chamam indústria⁹⁶.

No início do século XX, a indústria cinematográfica europeia foi mais forte do mundo, e, em poucos anos, não só perdeu a sua supremacia como foi totalmente marginalizada, só se mantendo viva graças à protecção dos diversos governos. Em Hollywood, o número de transacções entre empresas da indústria do cinema tem

⁹⁶ Movie industry é uma cadeia económica em que os elos da produção, distribuição, exibição e difusão nos meios electrónicos se comportam como vasos comunicantes. Salas e mercados auxiliares (como o do vídeo, DVD, televisão, cabo, internet) têm uma importância crucial na produção de filmes, se são longos ou curtos ou documentários, o formato e a modalidade de registo. [Em linha]. [Consult. 20 de Outubro de 2010]. Disponível em <URL:http://www.ancine.gov.br/sites/default/files/artigos/arte_ou_industria>.

crescido nos últimos 50 anos, indicando que pequenos grupos ou empresas estão, agora, a fornecer os estúdios com serviços essenciais, tais como: guarda-roupa, construção de cenários e iluminação e outras formas de talento, organizadas independentemente e sem vínculos de contrato de exclusividade de trabalho⁹⁷. O sistema de estúdio de Hollywood do século XX, o seu conjunto de normas de criação, surgiu a partir de interações complexas entre os estúdios e a comunidade cinematográfica local e os efeitos de aprendizagem mútua prevaleceram tanto na era dos estúdios como depois da sua desintegração.

Um filme será sempre uma forma de expressão individual ou de uma sociedade e o que esta indústria faz é, através de técnicas de *marketing* global, difundir, através dos seus produtos, os valores da sociedade, valores e hábitos de consumo de entretenimento sob o pressuposto de que aqueles melhoram a sua qualidade de vida. O que a indústria americana faz, como outras, procurar os resultados comerciais que atestem, acima de tudo, a vitalidade da área através do consumo.

«Produtores para produtores têm de ultrapassar a contradição da sua relação com o seu (limitado) público através da representação transfigurada representação da sua função social, aliás, no caso dos produtores para não-produtores, a quase coincidência da autentica representação e a verdade objectiva da profissão artística, que é, inevitavelmente, efeito ou condição primeira para o sucesso junto do seu público específico.» (Bourdieu, 1993: 130)

Como Bourdieu (1993: 130) quando nos fala de públicos específicos, cremos que todo o filme tem o seu público, é uma questão de achá-lo. E, também, sabemos que o

⁹⁷ Este padrão de desintegração incentiva estúdios a recorrerem à subcontratação e talentos locais, porque a proximidade permite que os directores e produtores controlem o trabalho criativo, terciarizado, alterando-o e com mais facilidade e mais frequentemente no processo de trabalho. Quanto aos trabalhadores, estes agrupam-se em torno dos estúdios e das empresas de subcontratação, e a instabilidade do contrato laboral a curto prazo é compensado pelo maior número de oportunidades de emprego. Os bens/serviços culturais tendem a localizar-se onde subempreiteiros e trabalhadores qualificados se encontram e onde formam as suas redes transaccionais – uma indústria de cultura gera uma espiral de crescimento num determinado grupo. Porém o trabalho criativo caracteriza-se, também, pela sua migração, na busca de trabalho – as localidades que não conseguem garantir boas bases àquelas indústrias acabam por ter dificuldade em atrair talentos, mantendo um actividade regular, mesmo no caso daquelas que conseguem ir garantindo apoios governamentais regulares. Aliás, a única maneira de um novo cluster pode surgir é se os seus produtores oferecer produtos sensivelmente distintos (Bourdieu, 1993: 128-9).

sucesso⁹⁸ de um filme não se dá somente na contemporaneidade do espaço. Pode, na verdade, verificar-se ao longo do tempo. Há uma particularidade a registar nesta indústria da cultura. Presumimos que tal fenómeno se prenderá com a qualidade do seu público, em termos de formação de opinião, do prestígio intelectual e artístico alcançado pelos realizadores, elenco e demais elementos da equipa. Quer isto dizer que o filme reflecte a imagem da própria sociedade e do mundo e que uma cinematografia nacional é tão importante como preciosa quer num mercado de consumo massificado, quer noutro (num nicho).

Naquilo que diz respeito à diversidade do cinema europeu, a sua capacidade de ampliar e enriquecer a experiência de vida de quem assiste é um valor intangível que nem por isso deixa de constituir um bem material difícil de concorrer com a diversidade, nacional, americana, assente num mercado interno forte e um enorme impacto no exterior. Podemo-nos fazer valer de exemplos, tanto europeus como americanos, de realizadores de reconhecido sucesso mundial, como Woody Allen⁹⁹ e Pedro Almodóvar¹⁰⁰, mas que representam apenas uma pequena quota das audiências em sala

⁹⁸ Usaremos as palavras de José Gomes Ferreira para incluir outras condições para o sucesso de um filme: a sinceridade e a liberdade: «as obras de arte só podem ser realizadas por homens livres! Só assim conseguem emocionar, prender, vencer, esmagar. A razão do êxito dos filmes de Chaplin reside na sua sinceridade.» (Ferreira, 2000: 37).

⁹⁹ Depois de escrever para alguns talk shows acabou por ir apresentar o seu próprio material como comediante (stand up) foi contratado para escrever o argumento do *What's New Pussycat* (1965). Este filme foi determinante para este autor entender que não poderia trabalhar num filme sem o controlo completo sobre a produção. Apesar de suas histórias e de estilo tenham mudado ao longo dos anos, ele é considerado como um dos melhores cineastas de nosso tempo por causa de seus pontos de vista sobre a arte e seu domínio da realização. [Em linha]. [Consult. 2 Setembro. 2012]. Disponível em <URL: <http://www.imdb.com/name/nm0000095>> .

¹⁰⁰ As "estreias" dos seus primeiros filmes (em Super 8) eram famosas, no contexto de uma contra-cultura (pop) que se impunha rapidamente, e Almodóvar tornou-se uma das suas estrelas de "La Movida". Aliás, Almodóvar acha que David Lean é o único exemplo de um cineasta que fez super-produções. (<http://www.imdb.com/name/nm0000264>, que assinou, entre outros, *Lawrence da Arábia* (1962), que influenciou criadores de outros sucessos na actualidade; na edição dos 100 Melhores Filmes Ingleses, 1999), compilado pelo British Film Institute, 5 dos seus filmes estavam na lista dos melhores 30. Muitas vezes, usa simbolismo e técnicas metafóricas para retratar histórias circulares.[...]. Foram-lhe oferecidos projectos em Hollywood que recusou por causa dos métodos de trabalho, mas Almodóvar está habituado a fazer a história, a escrevê-la, ou adaptá-la, dirigi-la de forma pessoal, a as decisões com base no princípio da autoria, enquanto coordena toda a equipa, enquanto que, na sua opinião, em Hollywood há demasiadas pessoas a tomar decisões antes do realizador/director. [Em linha]. [Consult. 2 Setembro. 2012]. Disponível em <URL: <http://www.imdb.com/name/nm0000180>>. Almodóvar será, então, à semelhança de Lean, «um cineasta cujo cachet foi sempre maior junto dos colegas do que junto da crítica», mostrando-se, como Lean, perplexo pelo facto de a sua ambição de fazer filmes dirigidos à 'classe média ser tão incompreendida pela crítica (Jorge Mourinha, *Jornal Público*, 10 de

e este será, porventura, o retrato do cinema de autor com relativo sucesso comercial¹⁰¹.

Acreditamos que, mesmo numa relação desproporcional, é possível ter o sucesso (de bilheteira), o reconhecimento (da crítica), mantendo a marca da autoria de uma cinematografia, como repara Eduardo Paz Barroso (2002: 204 e 208):

«A tradição de Hollywood passa então a ter que ser equacionada na definição de uma forma de genealidade respeitante ao modo de fazer cinema. [...] Para que um realizador entre efectivamente na categoria dos autores, deve valorizar uma matéria prima, o que faz com que o próprio autor [...] se transforme no tema a desenvolver [...], no caso do cinema de autor, é uma história que se repete e altera de filme para filme.»

Encontramos, no aparecimento e disseminação da televisão, uma alteração na forma de fazer cinema, mas não de o consumir. E é sobre a importância de ambos os meios e da sua relação e das suas implicações na estrutura social americana, que acreditamos encontrar explicação para o sucesso da produção cinematográfica americana. Se aprofundarmos as questões históricas implícitas nos hábitos de consumo do espectador americano, somos capazes de, recuando até aos anos 50, verificar que o cinema era, até então, um grande espectáculo popular e que a maioria dos seus espectadores habituais passaram a ser fiéis telespectadores – nessa época, o cinema passava por uma progressiva habituação do público a um novo formato e por uma reconfiguração¹⁰². A produção televisiva apresentava, sobretudo, no que diz respeito à ficção, séries televisivas e as *soap operas*¹⁰³, só surgindo posteriormente os

Maio de 2013).

¹⁰¹ Dahl, 2002.

¹⁰² Pela introdução de novos processos de produção, novos processos narrativos e de um novo discurso que acabava, que se entrecruza, com as práticas enunciativas do dispositivo televisivo. [Em linha]. [Consult. 2 Setembro. 2012]. Disponível em <URL:<http://www.fcsh.unl.pt/cadeiras/httv/artigos/o%20cinema,%20o%20publico,%20a%20televisao>>

¹⁰³ O termo foi usado, pela primeira vez, pela imprensa americana, na década de 1930, para designar um género muito popular de dramas em episódios, transmitidos na rádio nacional. O seu nome ‘soap’ alude ao seu patrocínio, por fabricantes de produtos de limpeza doméstica, e ‘opera’ sugeriu da aplicação de formas dramáticas às suas narrativas. Este tipo de novela caracteriza-se, e distingue das séries, por não haver nenhuma ligação narrativa entre os episódios e cada episódio conta uma ou mais histórias independentes, podendo o espectador usufruir daquele género de entretenimento sem ter conhecimento do que aconteceu nos episódios anteriores. Este tipo de novela tem uma conotação negativa, ou pouco positiva, porque, em termos culturais e estéticos, se destina a um público pouco

telefilmes¹⁰⁴. Isto é, os modelos de ficção televisiva, apesar de específicos deste meio (há uma especificidade da linguagem televisiva), do seu dispositivo tecno-discursivo¹⁰⁵, estão muito próximos do modelo discursivo e narrativo do seu cinema¹⁰⁶.

F. Rui Cádima (1999) recorda que há uma outra questão, fundamental para esta análise, que se prende com o campo de recepção do cinema e da televisão¹⁰⁷. Há que

qualificado/instruído. [Em linha]. [Consult. 2 Setembro. 2012]. Disponível na WWW: <URL: <http://www.museum.tv>>

¹⁰⁴ O telefilme apresenta-se como um novo dispositivo de produção e de difusão, feito para a obtenção imediata de resultados de audiências. Tecnicamente, pela supressão da noção de enquadramento, há directa influência tanto no que diz respeito à narração, como à estética – o *close-up* sobrepõe-se à profundidade, ao relevo, à densidade.

¹⁰⁵ O modelo tecno-discursivo unívoco da televisão clássica acrescenta, ainda, a função hegemónica que é, em regra, a do "divertimento", dispositivo que se torna numa espécie de consciência moderna.

¹⁰⁶ Considera-se que televisão e cinema partilham alguns dos mesmos recursos expressivos, na medida em que há a partilha da linguagem audiovisual. Com os avanços técnicos e a possibilidade de montagem e gravação em vídeo, encontramos face a um regresso às práticas cinematográficas de edição, agora ao serviço da recomposição do real televisivo. [Em linha]. [Consult. 2 Setembro. 2012]. Disponível em <URL: <http://www.fcsh.unl.pt/caadeiras/httv/artigos/o%20cinema,%20o%20publico,%20a%20televisao>>

¹⁰⁷ A história do cinema não é apenas a história dos filmes e cineastas mas a história dos vários significados que o público tem atribuído aos filmes. Depois dos anos 80 e 90, o espectador passou a ser visto como possuidor de um olhar que é sempre racional e o entendimento do processo cinematográfico condicionado pela natureza histórica e social condicionam. O espectador é levado a executar numerosas actividades como a percepção do movimento aparente como a reconhecer os vínculos entre cenas e atribuir significados abstractos ao filme, aplicando, normalmente, estruturas de conhecimento às indicações que reconhece dentro do filme. [Em linha]. [Consult. 24 Novembro. 2013]. Disponível em <URL: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/gomes-regina-teorias-recepcao-historia-interpretacao-filmes>> «A recepção do audiovisual pela audiência (receptores no modelo simples sequencial do processo de comunicação de massas com referências sociais e culturais comuns) que permitem que se realize uma análise homogénea do seu comportamento. Os membros destes grupos partilham formas de interpretação de uma determinada mensagem de acordo com condições e interesses sociais e culturais pré-existentes [...], o público que se desloca a uma sala para assistir a um filme é audiência e o público que vê esse mesmo filme em dvd também é audiência, embora entre os dois haja provavelmente diferenças substanciais no que se refere à necessidade e gratificação em causa para cada um dos indivíduos que intervêm nessa experiência [...]. Assim, mais do que a pertença, o que estrutura um determinado grupo como uma 'audiência', é o facto de o seu acesso a um evento ou conteúdo mediático ser estruturado de acordo com relações e poder e partilha que governam o acesso e o uso das dimensões informativas mediatizadas pela tecnologia [...], comunidades que partilham recursos de acesso e formas específicas de interpretação de uma mensagem ou conjunto de valores veiculados através da actividade de consumo do media [...] fazer parte de uma audiência é a mesma coisa que fazer parte de um evento mediático em que os sujeitos se envolvem para, através da apropriação de um dispositivo tecnológico, se dedicarem a actividades de uso de informação. [...] Uma audiência é então a soma complexa de um conjunto de interesses individuais e de acções e sistemas de condições que emergem para assegurar um processo de mediação tecnológica de acontecimentos e volumes de informação. [...] A análise quantitativa (ratings) só está preocupada com a mediação de audiências, enquanto que a análise sociocultural está mais preocupada com o significado cultural que as actividades destes grupos possuem a curto, médio e longo prazo [...],

referir que a progressiva integração da televisão nos lares europeus e norte-americanos teve impacto na afluência de espectadores às salas de cinema. Assim, no caso dos E.U.A., em 1929, quando se verificou um recorde na história do cinema americano, iam, em média, ao cinema, semanalmente, 95 milhões de americanos. Em 1940, a média semanal era de 80 milhões e, em 1950, essa média já havia baixado para os 60 milhões de espectadores/ano. Nos anos 50/60, quando a televisão tem um grande desenvolvimento, nos E.U.A., o número de espectadores de cinema quebra em 20 milhões por semana – enquanto o número de televisores cresce de 3.9 milhões para 55.6 milhões, o número de salas decresce de 19 mil, em 1946, para 9 330, em 1967. A partir dos anos 70, dá-se uma recuperação do mercado, que é também uma recuperação da indústria e da produção, é a aposta das *majors* nos *blockbusters*, da chegada de uma série de realizadores que vinham da televisão (Sidney Pollack, Arthur Penn, John Frankenheimer, Robert Mulligan) e das mudanças nas narrativas de ficção televisivas e cinematográficas. Em 1954, as parceiras entre os canais de televisão e os estúdios de cinema assumem-se, quando o canal ABC¹⁰⁸ anuncia um acordo com Warner¹⁰⁹ (para a

colocando por isso mesmo todo o ênfase no sentido das mensagens mediáticas e das práticas de uso dos media, assumindo o carácter polissémico dessas mesmas mensagens e considerando as formas populares de entretenimento, em que claramente o cinema se insere, como exemplos por excelência dos padrões mediáticos com que as audiências activas interagem. No cinema, tal como noutros media, a audiência pode ter origem, quer na sociedade, quer no media e nos conteúdos. Ou os indivíduos estimulam um determinado tipo de oferta, ou o media atrai as pessoas para aquilo que elas julgam que ele oferece.» (Damásio, 2006: 1428).

¹⁰⁸ Criada em 1927 pela RCA (Radio Corporation of América, e originalmente chamada de Blue Network - porque no final dos anos de 1920 a RCA também era proprietária da National Broadcasting Company (NBC) e tinha crescido tanto que se decidiu dividir em duas companhias, a Vermelha e a Azul. Em 1941, a Federal Communication Commission decidiu que uma empresa não podia ser detentora de mais do que uma rede, e a NBC optou por vender a Blue Network ao magnata dos rebuçados Edward J. Noble, que a rebaptizou de American Broadcasting Company (ABC). A rede tinha apenas 100 estações de rádio e sem grandes estrelas ao seu serviço lutou para se manter na indústria até ser vendida, em 1953, à United Paramount Theatres o que resultou na American Broadcasting-Paramount Teatros, Inc. com 708 salas de cinema, um canal de rádio com 355 filiais, um canal de televisão com 14 afiliados e emissoras de televisão e rádio em cinco grandes cidades. Em 1955, a Warner Brothers começou a produzir programas para esta companhia, e em 1957 a radiodifusão ultrapassou as salas de cinema como gerador de receita da empresa. Desde 1996 a empresa voltou ao seu nome original - ABC Inc. [Em linha]. [Consult. 9 Setembro. 2012]. Disponível em <URL: <http://www.library.hbs.edu>>

¹⁰⁹ Fundada a 4 de Abril de 1923, é uma das empresas mais bem sucedidas na indústria do cinema e televisão mundial. A Warner Bros Studios começou quando os irmãos Warner (Albert, Sam, Harry e Jack L.) fundaram a sua empresa de cinema. Desde 1903, viajavam entre o Ohio e a Pensilvânia, com seu projector portátil – um dos primeiros filmes apresentados foi de Edwin S. Porter, *The Great Train Robbery*, o primeiro filme a contar uma história completa. Em 1927, com o aparecimento do primeiro talkie (o som sincronizado com a imagem), *The Jazz Singer*, esta empresa passou a ser sinónimo de

temporada 1955/56), de produção de 41 horas de programas onde se incluem algumas séries (*Cheyenne*, *Sunset Trip* e *Marewick*) históricas e fenómenos de longevidade. Porém, nem todos os estúdios de Hollywood tinham descoberto a importância da televisão para a indústria do cinema. Curiosamente, a pioneira na programação televisiva norte-americana foi a inglesa Rank¹¹⁰ (em 1955) que vende 100 filmes à NBC¹¹¹. É a partir de meados dos anos 50 que, pela primeira vez na história do cinema, o público americano vai poder assistir aos clássicos da sua cinematografia na televisão. As noites de cinema em *prime time* passam para a ABC (1962) e para a CBS (1965). No

inovação. Desde os primeiros dias, a Warner Bros Studios acumulou um impressionante legado de entretenimento de qualidade e tecnologicamente avançada. A sua consistência no mercado dever-se-à à sua estabilidade de gestão (particularmente pelos padrões da indústria do entretenimento), parcerias de longo prazo com muitos dos criativos mais reconhecidos mundialmente e uma orientação para a excelência. Nos anos 40 eram produzidos cerca de 40 filmes por ano. A Warner Bros Television teve o seu início, de facto, em 1955, quando os seus estúdios de cinema estrearam a sua própria produção televisiva *Cheyenne*. Naquele tempo, a comédia destacava-se na produção para o pequeno ecrã, mas a Warner Bros Television encontrou um nicho importante no drama. [Em linha]. [Consult. 9 Setembro. 2012]. Disponível em <URL: <http://www.warnerbros.com/studio/about/company-history.html>>.

¹¹⁰ É hoje uma das principais empresas da Europa de jogos electrónicos, mas foi fundada, em 1937, por Joseph Arthur Ranking, como um conglomerado de empresas de cinema (como a Pinewood Studios e a Films Denham) adquiridas em anos anteriores. A este conjunto foram-lhe adicionadas, nos quatro anos seguintes, a cadeia de cinemas Odeon, a Gaumont-British Picture Corporation e os estúdios de cinema Elstree and Lime Grove. Durante os anos de 1940 e 1950, a The Rank Organisation produziu alguns dos filmes mais adorados da história do cinema inglês, como *The Red Shoes* (de Powell e Pressburger), *Brief Encounter* (de David Lean), *Henry V* e *Hamlet* (de Laurence Olivier). Durante as décadas seguintes, a Rank manteve uma posição de destaque na indústria de cinema da Grã-Bretanha. Em 1956, Rank entrou numa parceria com a Haloid Corporation dos E.U.A. para fabricar e comercializar equipamentos de fotocópia sob a marca Haloid Ranking – esta empresa tornou-se posteriormente conhecida como Rank Xerox, e em 1960 fazia detinha parte do estúdio de música Top Rank – vendido em 1960 à EMI – e estava envolvida no fabrico de rádios e televisores através da empresa Bush Murphy Group – vendida em 1978 à Great Universal Stores. A Companhia terminou sua longa associação à indústria do cinema em 2006 – quando vendeu sua empresa de pós-produção e distribuição Deluxe Film – sendo que já em 2000 tinha vendido os Odeon Cinemas e Pinewood Studios. [Em linha]. [Consult. 9 Setembro. 2012]. Disponível em <URL: <http://www.rank.com>>.

¹¹¹ A National Broadcasting Company (NBC) era propriedade da RCA (Radio Corporation of America) e, na sua origem, foi filial de um fabricante de equipamento electrónico que viu como estratégia de marketing a aquisição de receptores de rádio e televisão. Em Novembro de 1926, a RCA forma a NBC, como subsidiária, e a NBC começou as suas transmissões experimentais (em Nova Iorque, em 1932, no Empire State Building). Em 1935, esta empresa canalizava milhões de dólares para financiar a investigação e pesquisa televisiva; em 1939, tornou-se na primeira rede a introduzir transmissões regulares de televisão. Para a RCA, o objectivo principal era o de fabricar e distribuir receptores e programas. Após a Segunda Grande Guerra, a RCA agiu rapidamente e consolidou a sua posição na indústria da televisão, forçando o desenvolvimento de uma televisão, de acordo com os padrões técnicos estabelecidos, em 1941. No início de 1950, a NBC foi ajudar a fomentar e ampliar o mercado de televisores. No que diz respeito a programação, a NBC destacava-se em dois géneros: o drama e as comédia/variedades, e foi também responsável pela introdução da publicidade televisiva, associando os programas aos anunciantes/patrocinadores, pela programação para horários marginais e promoveu os espectáculos em directo. Em 1985, a General Electric comprou RCA – e, com esta, a NBC. [Em linha]. [Consult. 9 Setembro. 2012]. Disponível em <URL: <http://www.museum.tv>>.

final de 1968, estes canais oferecem diariamente uma longa-metragem aos seus telespectadores. O filme passa, assim, a ser uma peça fundamental na estratégia de programação e na luta pelas audiências.

Verificou-se que os filmes realizam uma boa parte das receitas e o público é chamado de novo às salas e, finalmente, em 1975, a média semanal de frequência das salas sobe para os 20 milhões, mantendo-se este número, com pequenas oscilações, até 1990. Embora os números relativos à década de 80 representem cerca de 1/4 do público dos anos 40, o número de salas sobe para as 23 689, nos E.U.A. Há que salientar que, no final dos anos 80, surge o fenómeno do vídeo, passando este a ser a principal fonte de receitas da indústria cinematográfica americana. Estes números permitem, porventura, avançar que também não será a televisão a causa do panorama da cinematografia europeia¹¹².

Se hoje é aceite que o autor do filme é o seu realizador, este facto foi, porém, objecto de duras batalhas teóricas e críticas e dependeu das épocas, dos modos de produção e, até, dos filmes: considerou-se como autor o argumentista (que inventa a história), o realizador (que a filma) ou o produtor (que toma decisões económicas determinantes para o projecto estético). Foi também nos anos 50, sob a influência da *Nouvelle Vague*, que a posição do realizador se tornou central e que este foi reconhecido como o único autor da obra. Os críticos dos *Cahiers du Cinema*, muitos deles também cineastas, construíram a figura de um *realizador-autor* cujo estilo e personalidade formavam a obra e garantiam a sua qualidade, nos antípodas daquilo a que François Truffaut terá chamado “os funcionários da câmara”, que realizam por encomenda os filmes que lhes são propostos. Oriunda da política de autores, a *Author Theory*, dos críticos americanos, atenua alguns ‘excessos’ desta posição, o que leva a erigir um panteão restrito de autores levados ao pináculo, independentemente do filme. Esses excessos foram apontados em França pelo próprio André Bazin, enquanto, em contrapartida, o *Free Cinema* inglês substitui esta posição por uma noção mais colectiva (Journot, 2005: 13; 119-20).

¹¹² Em linha]. [Consult. 2 Setembro. 2012]. Disponível em URL:<http://www.fcsh.unl.pt/cadeiras/httv/artigos/o%20cinema,%20o%20publico,%20a%20televisao.pdf>.

O Conselho Europeu de Cinema, dentro daquelas correntes, foi exigir à União Europeia que revisse os seus critérios para subsidiar a produção, incluindo projectos comerciais, para além dos bens culturais. Criticava-se a União Europeia por restringir o montante de apoio atribuído por filme, considerando-o um obstáculo, e procuravam uma visão mais ambiciosa, que considerasse as condições únicas das indústrias de cada Estado membro. Então, a *European Film Industries*¹¹³ definiria outras prioridades, não apenas aquelas relacionadas com o conteúdo, mas com a empregabilidade dos talentos nacionais e do seu capital para o crescimento de cada nação. Cientes das diferenças entre tradições e práticas das diversas regiões europeias em que, historicamente, se defendia a participação, através de apoios à promoção da arte a favor do lucro; aos directores em detrimento dos produtores, à produção sobre a distribuição e exibição. Defenderam-se, daquela forma, os valores do cinema artístico europeu através do financiamento, governamental, aos profissionais para poderem continuar a ignorar os problemas que fazem com que os seus filmes encontrem um público. Porém, a *European Film Industries* defende uma estratégia mais agressiva como a melhor maneira de proteger cinema nacional, abandonando o aspecto cultural para o cinema, atraindo capital estrangeiro, através da especialização em determinadas áreas de cinema, como a animação e os efeitos especiais; motiva os directores/realizadores a dar mais

¹¹³ Diz respeito ao cinema europeu, às indústrias de cinema e audiovisual, do continente europeu. A Comissão Europeia de Cinema, em 2001, proferiu a sua comunicação sobre o futuro da indústria cinematográfica e audiovisual na Europa. Assim, o sector audiovisual na Europa, visto como uma indústria estratégica que sofre de deficiências que dificultam a circulação de filmes e outras obras audiovisuais, a Comissão propôs-se a analisar os regimes de apoio nacionais de cinema sob as regras em matéria de auxílios estatais. Face às oportunidades oferecidas pela tecnologia digital para a produção e de distribuição de conteúdos, a Comissão tem a intenção de ajudar a remover os obstáculos que impedem os filmes e os industriais de tirarem pleno partido da dimensão comunitária, incluindo uma maior segurança jurídica. Foram tomadas em consideração as questões de utilização de obras (direitos), cinema digital, tributação do sector, a classificação de obras e outros problemas que afectam a circulação de filmes e outras obras audiovisuais. A Comissão apoia activamente o sector audiovisual europeu através do programa Media Plus (400 milhões de euros para 2001-2005) e "i2i Audiovisual", (uma iniciativa conjunta do Banco Europeu de Investimento e da Comissão), projectado para promover o capital de risco neste sector. A União Europeia tem como missão incentivar os países membros a cooperar na conservação do património cultural. Sobre o património cinematográfico, a Comissão Europeia apela para que o filme seja metodicamente recolhido, catalogado, preservado e restaurado, para ser mostrado às gerações futuras, orientando um esforço para proteger o património cinematográfico. No que diz respeito aos apoios dos Estados para o cinema, os critérios para determinar se o apoio estatal para o cinema é compatível com o direito comunitário da concorrência. No sentido de promover a indústria cinematográfica, o programa MEDIA promove filme europeu na fase de pré-produção, bem como na distribuição e na promoção, encontrando-se enquadrada na directiva Audiovisual Media Services (artigos 16 e 17) para o cinema e filmes para TV, aplicável aos produtos audiovisuais. [Em linha]. [Consult. 9 Setembro. 2012]. Disponível em <URL: http://ec.europa.eu/avpolicy/reg/cinema/index_en.htm>.

importância às fases de desenvolvimento e pré-produção do que seus antecessores e ao produtor, dota-o da sensibilidade e competências ao nível negocial e define o seu papel no processo de filmagem. Isto porque, apesar dos níveis de investimento variarem muito entre as diversas nações, esta seria a única forma de assegurar orçamentos para produção, ao ‘estilo de Hollywood’, possibilidade apenas concretizável com as co-produções - que para serem rentáveis têm de ser faladas em inglês, numa contradição que se vive, quando aos financiadores e organismos de financiamento governamentais se pede incentivo à protecção da especificidade cultural¹¹⁴. Ainda assim, foram estas propostas que permitiram, como à frente se verá, o trabalho em rede entre os diversos países, fazendo circular os seus recursos e talentos, mobilizando e potencializando o capital e melhorando a circulação dos filmes europeus neste continente. Com este princípio, surgiram novas multinacionais, formadas por empresas de vários países, que, na maioria dos casos, redundaram em colapso, como o da Polygram¹¹⁵. Verificou-se que essas grandes empresas acabaram por prejudicar os pequenos distribuidores que tentavam colocar esses filmes fora do mercado europeu.

Quer isto dizer que as indústrias europeias estão, necessariamente, a testar diferentes estratégias. A partir das informações disponíveis, e aqui apresentadas, a indústria cinematográfica da Europa pode conciliar o papel de um director/realizador com os meios disponíveis numa indústria cinematográfica incluindo o produtor. Esta tese comprova-se, com facilidade, quando identificamos alguns realizadores europeus que se tornaram produtores bem-sucedidos: Lars von Trier, Pedro Almodóvar, Nanni Moretti, e Nikita Mikhalkov (Jackel, 2003: 29). A sua actividade atesta que se pode alinhar a importância dos números com os interesses artísticos e comerciais numa rede de empresas e instalações integradas nas indústrias criativas (do cinema e audiovisual) respeitando as diferenças regionais que, a par dos apoios estatais, são geradores de

¹¹⁴ Em Março de 2003, o Conselho Nacional do Filme Europeu pediu à União Europeia que revisse o critério de subsídios à produção de forma a incluir projectos comerciais e não só culturais. A crítica dirigida à União Europeia de restringir o montante de apoio através de uma percentagem do orçamento condenava o sucesso de um filme, num mercado imprevisível. Consideravam que uma visão mais ambiciosa que considerasse as condições específicas que afectam cada um dos estados membros. (Jackel, 2003: 11).

¹¹⁵ Empresa produtora e distribuidora de cinema desde 1993 e 1966, respectivamente. Com o nome PolyGram Filmed Entertainment (PFE), foi criado o estúdio de cinema, em 1979, para competir com Hollywood – acabando por ser vendido à Universal Pictures em 1998. [Em linha]. [Consult. 9 Setembro. 2012]. Disponível em <URL: <http://www.imdb.com/company/co0030612>>.

emprego enquanto aumentam a qualidade e quantidade das produções.

Antes do aparecimento dos regulamentos comunitários, houve países que, devido à recessão do mercado cinematográfico, encontraram nos canais de televisão uma forma de manter a sua cinematografia, rentabilizando o seu potencial e mobilizando o público. Esta fórmula ajudou a obter o retorno financeiro necessário à produção, numa luta contra os distribuidores que privilegiam as produções americanas, sob o argumento de que estas são ‘mais ao gosto do público’. Desta forma, tanto os distribuidores como os produtores apontam o dedo, mutuamente, obrigando os Estados a tomar medidas protectoras da sua cinematografia – em consonância com as suas políticas culturais e sociais - fazendo com que o sistema produtivo de cinema europeu resulte num híbrido, entre os apoios públicos e privados.

O carácter da nossa cinematografia é, então, resultado da reflexão sobre o que é cinema de qualidade e cinema comercial. Mesmo que seja praticamente impossível desenvolvermos um projecto, na Europa, que não conte com o apoio público, acreditamos que esse projecto falhou porque não existe uma cinematografia europeia, mas sim diversas cinematografias dentro duma. Assim, a maior característica deste modelo produtivo passará pela possibilidade de apoios mistos¹¹⁶ à sua actividade, num contexto cada vez mais global e transnacional, que vá além do alcance das políticas nacionais e europeias – numa estrutura conceptual de produção cultural que englobe, directa ou indirectamente, praticamente todos os aspectos da condição humana, num conceito mais amplo do que os da economia ou sociedade. O modelo europeu de produção cultural, que propomos abordar, refere-se a uma construção social, de articulação e recepção, em que a cultura é a experiência vivida, criada para os indivíduos através de artefactos, símbolos, textos e objectos representativos, porquanto a produção cultural, no cinema, «pode ser indicativo das representações de uma sociedade (não da própria sociedade), na medida em que os filmes condensam aquelas representações que precisamente pela sua relevância definem uma cultura colectiva» (Areal, 2011b: 443). O cinema é a arte do discurso simbólico com um resultado mercantilizado mas, também, espontânea e informal, constitutiva da identidade colectiva e individual, comunicada através de formas diversas, pelas quais os significados,

¹¹⁶ Apoios públicos e privados, nacionais e estrangeiros.

artefactos, crenças, símbolos e mensagens, que através de instituições (mais ou menos organizadas) são armazenadas e depois transmitidas, aos meios de recepção.

«A noção de “sector cultural” vai-se alargando, neste contexto, a partir de um núcleo-duro centrado no conceito de produção e consumo artístico “irrepetível” [...] ao qual se acrescentam, primeiro, as actividades de massificação e divulgação dos produtos artísticos e dos bens e serviços culturais (ligados, por exemplo, à edição e à distribuição cinematográfica) e, posteriormente, aquelas em que a cultura é um *in put* num modelo produtivo que se afirma pela utilização intensiva de conhecimento» (Mateus, 2010: 12).

A cultura, em época de globalização, depende de um universo de interligações e interdependências, levada através do movimento de objectos e pessoas, entre as regiões, num espaço intercontinental. Assim, esta globalização é caracterizada pela união no/do mundo da/na economia cultural. A economia cultural, como um sistema económico para a produção, distribuição e consumo de bens e serviços culturais, através do mercado e de mecanismos não-mercantis, caracteriza-se por produzir saídas de conteúdo estético ou semiótico significativo, numa ordem intensamente focada na mobilização do conhecimento, da criatividade, dos atributos culturais, da sensibilidade e das características comportamentais da sua força de trabalho, em combinação com uma infra-estruturas tecnológicas totalmente dependentes de meios de comunicação digital.

A economia cultural é, então, dominada por regras e sistemas orientados pelos imperativos da produção de recursos, colocação e distribuição, numa dimensão económica da cultural plural. É disto exemplo, a convergência contemporânea para um sistema de prémios e recompensas, numa economia de prestígio. A arte, intimamente ligada ao dinheiro, à política, ao social e temporal, explora a natureza do poder cultural e da forma como este se relaciona com outras formas, artísticas e não só. No caso do cinema, os prémios mais ambiciosos estão cada vez mais sujeitos a irem para além das suas fronteiras nacionais, tanto como objectos de estima, como, acima de tudo, formas de legitimação.

Aqui, a linguagem das indústrias criativas veio às artes que se apresentassem como uma forma de resolver problemas sociais e económicos, o que significou, para alguns, adoptar novas formas de aferir o valor e a qualidade (e quantidade) do trabalho artístico e cultural desenvolvido. Fundos de apoio e desenvolvimento nacionais e regionais exigem uma justificação para a actividade produtiva cultural, conseguida

através da adopção de uma linguagem mais empresarial e obrigando a apresentar a arte não como uma expressão cultural simples mas como uma extensão da actividade económica. Uma forma de avaliar o sucesso dessa actividade é através de relatórios de número de horas pagas, de horas de sessões de formação, de resultados/retornos financeiros directos e indirectos, orçamentos de projectos e outros documentos que atestam a sua percentagem de execução. Uma grande parte, para não dizer, a totalidade, da produção artística contemporânea (nacional) é medida, digitalmente, através de números de consumo e distribuição (Anheier e Isar, 2008: 7).

Preferimos, nesta área, debruçarmo-nos sobre as oportunidades que este sistema disponibiliza para o investimento na produção, distribuição e consumo de bens e serviços culturais (como o cinema), num modelo que permitia a sua viabilidade, e até rentabilidade, enquanto permite o (re)florescimento da cultura em si, e onde as capacidades humanas envolvidas possam integrar uma agenda económica com benefícios sociais, que advêm do capital humano e da sua capacidade de gerar novos conhecimentos a partir daquele já existente. Para as indústrias criativas e culturais, não se trata apenas de gerar rendimento e emprego, mas também comunicar, reflectir e celebrar a diversidade cultural, idealmente, esperando que cada sociedade possa ser capaz de elaborar bens e serviços que expressam suas próprias visões e aspirações culturais, competindo de forma justa no mercado nacional, regional e global.

Mesmo dentro de um sistema assimétrico, através dos novos meios de difusão de conteúdos (digitais), tanto na produção televisiva como na de filmes (ou mesmo vídeos, música e outras formas mais restritas, como a ópera e o teatro), estão disponíveis, globalmente e sujeitos a intercâmbios através de co-produções internacionais (exposições conjuntas, conferências ou festivais), da partilha de custos, criando economias de escala que resultam na possibilidade da comercialização internacional, com resultados directos no crescimento e na cooperação entre distribuidores (de filmes, de empresas de *media*, editores e na indústria da música). São, de acordo com Anheier e Isar (2008: 16-23), quatro os modelos de relação entre a economia cultural e o resto da economia:

1. Modelo assistencial – O património cultural como sendo de importância muito marginal e hiper-local. O festival de artes é o protótipo deste modelo.

2. Modelo competitivo – A globalização e a mudança tecnológica relacionada como o aumento da tensão entre o valor económico e cultural, onde há uma perda de valor cultural como consequência do crescimento do valor económico das indústrias culturais. Assinalam-se aqui as disparidades -por vezes extremas- de acesso (e participação) aos bens culturais e nas oportunidades para a criação de riqueza.

3. Modelo de crescimento – É o seu maior exemplo a indústria de jogos, como sendo um dos sectores da indústria que melhor se encaixa neste modelo, baseado numa replicação do ‘modelo de Hollywood’.

4. Modelo de inovação ou criatividade – Defende a abolição da distinção entre produtor e consumidor, a ser produzido em centros mais dispersos em todo o mundo. É o envolvimento do património cultural no combate à pobreza e ao serviço da criação de infra-estruturas básicas. Assim, as empresas criativas são obrigadas a adoptar estratégias de que incluam o crescimento artístico com os bens necessários à sobrevivência financeira. O desejo de produzir um valor cultural reflecte-se na sua função.

A expansão dos mercados globais e a quebra as barreiras tradicionais permitem um fluxo de capital e de trabalho em todo o mundo que facilita a criação de um mercado extraordinário para muitos serviços -incluindo aqueles produzidos pela economia cultural. Tal evidência empírica aponta, como anteriormente referido, para um reforço da diferenciação cultural local contra as forças da padronização global e uma resiliência dos Estados contra a ameaça de um mundo sem fronteiras (Anheier e Isar, 2008: 19-20).

O valor económico e cultural gerado na produção de bens e serviços culturais é distribuído por aqueles que os consomem e que são disponibilizados pelas empresas, através dos *media* e das redes de comunicação (que transportam o produto e formam o mercado cultural). No entanto, o ambiente digital abre oportunidades para a subversão do sistema (por exemplo, através de pirataria), permitindo aceder a material protegido, sem o pagamento aos proprietários de direitos, mas é também, sem dúvida, o mais democrático e universal meio de promoção de bens e conteúdos culturais.

Considerando o mercado internacional do produto audiovisual (filmes e programas de televisão), se, por um lado, os produtores desses bens, em países como Estados Unidos, têm acesso a uma economia de escala e encontram mais facilmente

mercados lucrativos (enquanto se opõem a qualquer intervenção através de acordos comerciais internacionais), por outro lado, temos muitos dos países importadores que testemunham a sua cultura local a ser invadida por produtos estrangeiros, que as indústrias culturais locais são incapazes de combater. Os processos de globalização facilitaram a circulação de bens (e serviços culturais), contribuindo para aperfeiçoar tensões, entre o valor económico e cultural, na liça do comércio, mas a crise de valores existente na economia cultural contemporânea (tanto ao nível micro como macro) evidencia as divergências existentes entre o valor económico e cultural. As técnicas de avaliação do valor económico dos bens e serviços culturais estão em constante aperfeiçoamento (especialmente nas áreas não mercantis), sendo que, os métodos utilizados em economia, estão-se a provar serem adaptáveis e aplicáveis ao campo cultural. A elaboração de critérios adequados para a representação de valor cultural é uma tarefa difícil já que as decisões para a aplicação de recursos estão ser tomadas, todos os dias e a todos os níveis, por indivíduos e instituições (desde o artista freelancer à corporação nacional ou transnacional) de uma forma desigual, numa perspectiva de política pública, onde as forças da globalização colocam desafios particulares.

A nosso ver, os decisores políticos devem ser guiados pela vontade colectiva daqueles que representam e afirmar, inequívoca e consistentemente, o interesse público na cultura, mesmo que esta não seja uma tarefa fácil, proporcionando os recursos e o reconhecimento dessas actividades, pelos meios mais justos e globais ao seu alcance.

«A afirmação da globalização e da crescente interdependência internacional [...] não só não ficou à margem do sector cultural, como este, em muitos aspectos, se transformou num acelerador da própria globalização. A criação de mercados globais, a alteração radical das formas de criação e difusão artística e cultural [...] produziu efeitos directos, indirectos e induzidos, nas estruturas nacionais e locais e nas actividades culturais combinando elementos de abertura e protecção e de convergência e de diferenciação. A coexistência, na globalização, da uniformização e da diferenciação, confere às políticas culturais um novo papel na integração com as políticas económicas e de desenvolvimento institucional, verificando-se uma crescente referência, na gestão das economias, a valores culturais nacionais e locais [...]» (Mateus, 2010: 4)

Legislar o que é cultura e reconhecer que a indústria cultural é uma forma legítima de expressão, não sendo, por isso, uma tarefa simples.

A maior parte das indústrias culturais estão dominados por grandes corporações internacionais, e, abaixo delas, encontram-se muitos milhares de empresas (microempresas, grupos independentes, indivíduos) faltando nessa cadeia (empresas) mediadoras ou organismos estatais que a operem. Tal falta conduz a alguns desafios em termos de coordenação: desde o desenvolvimento de uma rede de empresas interdependentes (como num ecossistema), em crescimento, a evolução – e, fatalmente, a extinção; da gestão da vida dos produtos (desde o projecto, à criação e distribuição); e da criação de bases de inovação necessária à sustentabilidade da actividade do sector. Quando a estas fragilidades se acrescenta a incerteza de quando um produto poderá chegar a um mercado (ou, no caso do cinema, a uma audiência) há que avaliar, ainda, o elemento crítico temporal.

É imprescindível a coordenação na construção do mercado, só possível através da educação e da promoção, já que só assim o consumo alimenta a produção e ambos atenuam as diferenças deste mercado (altamente competitivo) onde o papel da tecnologia permite a produção em massa e possibilita a obtenção de lucros. A tecnologia, não sendo determinante, pode ser implementada, em economias mais frágeis, de forma a resultar em lucros ilimitados.

Numa escala global, e do ponto de vista da cultura ocidental, as desigualdades revelam-se através do domínio do hemisfério Norte -e das suas cidades- com as suas comunidades, lugares e mercados, onde os consumidores têm elevados e crescentes rendimentos disponíveis. A excepção encontra-se na significativa produção de literatura e cinema em países ditos não-desenvolvidos.

A economia cultural tem um sistema de feedback muito forte, por vezes institucionalizado, que parte da opinião dos críticos e da adesão do público. Os produtores culturais dependem e têm de ser capazes de se envolverem com esses mecanismos, num mercado cultural onde a diferença se faz na rapidez de resposta, face às mudanças. Esta é uma actividade que depende de um fluxo de elevada qualidade e quantidade de informações que, aliadas a uma apuradíssima avaliação, permitem uma interpretação realista e acurada da envolvente produtiva. Estes são, assim, os campos de força da economia cultural.

No caso da produção cinematográfica, onde a indústria está estruturada em torno do princípio de que mais de 75% dos filmes vai redundar em prejuízo (Anheier e Isar, 2008: 47).

Há imensos aspectos, muitos aparentemente irracionais ou contraditórios, assumidos (muitas vezes por amadores) que, como nas demais indústrias (culturais), são reconhecidos pela sua inovação, flexibilidade, capacidade de gerir a mudança e a adopção de métodos de gestão. Dado o crescimento desta economia, e da interdependência entre as produções sem fins lucrativos e com fins lucrativos, o formal e o informal, factor da falta de mercado fica significativamente diminuído, porque, para além do seu impacto local há que ter em consideração tanto a distribuição global como a diversidade das suas indústrias.

Certo é, na nossa opinião, que a economia cultural global confere poder à cidadania e acaba por ser uma oposição face às tendências globalizantes. O cinema é o ícone da globalização cultural e um dos fluxos culturais dominantes contemporâneos, porém, veja-se a sua diversidade.

Nos E.U.A., as indústrias criativas são fundamentais para o comércio internacional: a exportação de filmes, programas de televisão, música, livros e *software* gera mais receitas externas, do que qualquer outro sector (incluindo a indústria pesada ou a agricultura) (Anheier e Isar, 2008: 57); e, além disso, de entre todos os sectores, somente a indústria cinematográfica tem um saldo positivo de comércio (em todos os países do mundo bem como ao nível interno). Vendem mais deste seu produto cultural do que compram – um feito notável para uma indústria caracterizada por altos níveis de valor acrescentado, de custos de produção, atreita à influência de factores exógenos – são distribuídos num mercado mais amplo do que o da televisão, já de si de sobremaneira lucrativa.

No entanto, apenas uma fracção das receitas do filme são originárias da venda em sala, a maioria das receitas advém da distribuição nos mercados internacionais e dos lançamentos em DVD. O mercado global do filme vale cerca de 75 000 milhões dólares por ano e corresponde a quase dez por cento do sector de entretenimento global.

Quando os modelos tradicionais de mercado foram aplicados ao comércio de

cultura, o fenómeno do filme *blockbuster* que, muitas vezes, sufoca e mata a diversidade, muitas empresas de *media* apostaram em produtos culturais aparentemente (e realmente) vendáveis (como os filmes de grande sucesso e os *hits* da música pop) mas que rapidamente se extinguem. Por isso, talvez o objectivo mais coerente seja o de criar um círculo virtuoso entre a produção local, de distribuição global, numa abordagem integrada à cadeia global para a cultura.

Um vasto público encontra-se, agora, ligado de uma forma que ninguém poderia ter previsto até uma década atrás. Hoje, as pessoas estão mais informadas, sobre política, comércio, ambientalismo e justiça social, do que em qualquer outro momento o que significa que há menos clivagem entre a consciência e a capacidade de criar estruturas, organizações e formas sociais estáveis. Tal pode ainda não ser significativo mas o recente surto de interesse e atenção do público não tem seguido um caminho previsível dedicando-lhes, agora, mais atenção graças aos novos *media* (multiplataformas, banda larga, telefones moveis e outros dispositivos portáteis, entre outros *media* em desenvolvimento).

«Hoje, a tecnologia digital facilitou o processo [de interacção] de forma radical e descentralizada, comunidades de alcance e influência sem precedentes são formadas *online*.» (Anheier e Isar, 2008: 63).

Extrapolamos, aqui, estas possibilidades para a produção de filmes. Esta que é uma prática de colaboração e que envolve numerosos e diferentes parcerias entre indivíduos e grupos, desenvolve relações dos directamente envolvidos na produção de um filme (produtores, directores, actores e equipa) com aqueles mais na periferia (os políticos, financiadores, agentes, distribuidores, os organizadores de festivais, directores de programa, contabilistas, estudantes, público, críticos e académicos). Uma análise dessas relações pode-nos dar alguns indícios sobre como o objecto audiovisual é realmente valorizado, sendo estas diferentes relações têm de ser entendidas através da definição dos contextos em que operam, olhando para os processos que ocorrem nesses contextos e que influenciam as decisões tomadas. Uma vez mais, estas relações (formais ou informais) são determinadas por combinações de estrutura, discursivas e de parcerias (económicas e pessoais). No caso do cinema, por exemplo, na relação entre o produtor e o financiador público, há aspectos formais significativos que só funcionam em conjunto

com outras formas de influência: os objectivos traçados por um júri de concurso ou painel de avaliação; a qualidade do projecto de candidatura, etc.; o grau de influência do produtor; a participação efectiva do financiador nos momentos de decisão para a construção do filme, entre outras. E há, depois, as relações informais que surgem através de estratégias para o estabelecimento de uma boa reputação no meio; e a capacidade de estabelecer relações privilegiadas com os diversos intervenientes. As relações que visam o desenvolvimento de alianças farão com que as relações formais se desenvolvam mais rapidamente (boas relações com técnicos e artistas experientes, boa reputação nos *media* ou outras redes de poder) e são as relações de investimento comumente utilizado para estabelecer, manter e desenvolver estratégias na indústria cinematográfica. Alianças que bem sucedidas legitimam certos filmes num processo que se desenvolve através dos discursos e das estruturas em que foi construído e da sua importância para determinada cultura cinematográfica. Assim, estes projectos permitirão a um produtor (ou realizador) apresentar futuras candidaturas (a novos projectos cinematográficos, em festivais, etc.), definir um estilo, estabelecer-se como uma referência.

É por isto que acreditamos que um trabalho de produção deve, ou tem de ser orientado para o futuro, assente em estratégias de acumulação de valor (real e subjectivo), havendo, portanto, a necessidade de pesquisas abrangentes que considerem, para além das práticas de produção, os novos públicos, a ‘sedução’ de críticos, a compreensão do ambiente político e as melhores práticas de financiamento e comercialização. Desta forma, dinâmica e pró-activa, podem-se criar filmes que querem ser feitos e que querem ser vistos – filmes com sucesso.

A cultura, em época de globalização, depende de um universo de interligações e interdependências que é, cada vez mais e mais rapidamente, conduzida pelos movimentos de objectos e de pessoas, entre regiões, num espaço intercontinental. Assim, a globalização é caracterizada pela união no mundo da economia cultural. A economia cultural, como um sistema económico, para a produção, distribuição e consumo caracteriza-se por produzir saídas de conteúdo estético ou semiótico significativo, focadas na mobilização do conhecimento, da criatividade, dos atributos culturais, da sensibilidade e das características comportamentais da força de trabalho, em combinação com uma infra-estrutura tecnológica (agora) totalmente dependente de

meios de comunicação digital, no entanto, a dimensão económica da cultural é plural quando, por exemplo, se testemunha a convergência, contemporânea, para prémios e recompensas no sentido de uma economia de prestígio.

A arte passou a estar intimamente ligada ao dinheiro, à política, ao aspecto social e temporal, que explora a natureza do poder cultural e da forma como se relaciona com outras formas artísticas (e não só). É por isso que os prémios mais ambiciosos estão cada vez mais sujeitos a irem para além das suas fronteiras, tanto como objectos de estima como de fonte de legitimação. Aqui, a linguagem das indústrias criativas veio exigir que as artes se apresentassem como um meio para resolver problemas sociais e económicos, o que significou, para alguns, adoptar novas formas para aferir o valor, a qualidade e quantidade do trabalho artístico/cultural desenvolvido.

Optamos por, nesta área, nos debruçarmo sobre as oportunidades que este sistema disponibiliza, para o investimento na produção, distribuição e consumo de objectos e serviços audiovisuais num modelo que permite a sua viabilidade (e até rentabilidade), enquanto permite o (re)florescimento da cinematografia e das capacidades humanas envolvidas. São enumeras as possibilidades que o cinema encerra enquanto património, porque promove, por exemplo, a valorização e preservação de ofícios (tantas vezes excluídos), com argumentos que passam a integrar a *agenda* de economia, com benefícios sociais que advêm do capital humano e da sua capacidade de gerar novos conhecimentos a partir do já existente.

Assim, o cinema, enquanto forma de expressão cultural torna-se uma componente essencial da auto-representação, por parte das autoridades locais (pelos diferentes agentes políticos) e um elemento-chave da marca de um lugar através de um suporte de *marketing* que promove coesão social. Ou seja, as esferas de desenvolvimento cultural e económico cruzam-se e os significados culturais tornam-se elementos críticos das diferentes estratégias produtivas e discursivas.

Apesar da diferença de importância que cada região (ou país) atribui aos bens e serviços culturais – espelhado nas diferentes velocidades e graus de desenvolvimento e intensidade - a capacidade de criar novas ideias e novas formas de expressão para ‘alimentar’ a economia cultural (a economia do conhecimento) está no caminho de se

tornar uma base de recursos valiosos, um legado e não apenas uma indústria de massa com viabilidade, por ser capaz de dotar de conhecimento uma sociedade/região/comunidade de energia e dinamismo através da produção de ideias e identidades.

No cinema, como noutras áreas da indústria da cultura, não tratamos apenas de rendimentos e emprego, mas falamos de formas de comunicar, reflectir e celebrar a diversidade, idealmente, esperando que cada sociedade seja capaz de elaborar objectos que expressem as suas próprias visões e aspirações culturais e consigam competir de forma justa nos mercados nacionais, regionais e globais (Anheier e Isar, 2008: 321).

Há uma quase impossibilidade de controlar fenómenos, como os da circulação de bens (audiovisuais), preservação e conservação (da cinematografia nacional) ou da expressão de valores culturais (necessários à identificação dos seus destinatários com a história que se quer contar), os regulamentos da administração estatal (que controlam os apoios à produção/realização cinematográfica) que condicionam o desenvolvimento e concretização de um projecto desta natureza. Tal força os Estado a tomarem posições entre os produtores e autores através de medidas protectoras, consonantes com as suas políticas culturais e que têm maior ou menor sucesso.

De acordo com o entendimento de Charlotte Worthington, o ambiente económico da produção audiovisual estabelece condições e configura características que são, por vezes, contrárias à intenção de criar um bem cultural mas que não podem ser contornadas ou ignoradas, porque a capacidade de um produto audiovisual recuperar os seus custos é proporcional à sua capacidade de perdurar, no tempo, à sua capacidade de oferta e que é inversamente proporcional à sua complexidade da sua expressão.

Para a sua comercialização, no contexto das salas de cinema, tornou-se fundamental o reconhecimento dos elementos que identificam o produto (o género, o elenco, o realizador, o argumento, o país de origem) sendo que esses elementos, assim como o comportamento do espectador, variam segundo o fim da produção, visionamento (em sala, televisão, canais de especialidade, etc), dificultando a actividade dos seus agentes. Por isso temos de, em primeiro lugar, conseguir distinguir entre o financiador e o produtor e aceitar o conceito de indústria cinematográfica, certos que

nem todos os produtores são financiadores, nem tão pouco necessário ou desejável.

A função de produtor consiste, sempre e apenas, em tomar decisões e assumir as consequências que se prendem com as acções e com os resultados (bons, maus, económicos e estéticos) que delas derivam. Por isso é que procurar o financiamento e garanti-lo são os primeiros deveres do produtor e, conseqüentemente, ter o controlo (em escala) e responder por todas as questões de gestão do ciclo produtivo, da produção, realização e exibição (Worthington, 2009: 12). Esta característica do trabalho de produção (caracterizada pela verticalização) é o maior ponto de desconforto, mas acreditamos que, nesta área, é a única alternativa possível - e mesmo a única garantia de que um projecto cumpre com eficiência todas as etapas que o levarão ao (reconhecimento) público.

Na reflexão de alguns, arte e indústria são dois conceitos irreconciliáveis, porém, no ciclo de produção de um filme, a nosso ver, estes conceitos são indissociáveis uma vez que o produtor (cinematográfico) é quem reconhece o potencial de um projecto, assume a sua responsabilidade social e age (ao nível económico) de forma a não comprometer a coerência estética. É, enfim, um gestor que gosta de realizar e gerir (economicamente) a expressão estética. No mesmo sentido, o crítico¹¹⁷ que descreve a sua experiência cinematográfica, reconhecendo os fenómenos estruturais da realização e o modelo possível, supera as eventuais carências do espectador, aumentando a sua capacidade de análise de um filme. São, no fundo, ambas funções didácticas que aumentam as exigências do espectador (ou até do realizador) face ao objecto realizado.

O cinema é um meio de forte impacto social (de utilização colectiva) procurando-se, numa ida ao cinema, não apenas a percepção estética mas uma participação. A acção de comprar um bilhete para assistir a um filme implica uma disponibilidade especial, não podendo isolar o acto de fruição apenas na sala, pelo que há que incluir outros dados que o conduziram. Dai não considerarmos que o ciclo produtivo de um filme termina quando o espectador está sentado na sala. Para nós é mais uma fase que tem início.

¹¹⁷ O crítico é, no processo produtivo de um objecto cinematográfico, um espectador especializado.

Constituído por três elementos (o económico, o estético e económico-estético), o sistema audiovisual, particularmente o europeu, mostra-se com diferentes estilos de cinematografias, que correspondem a outros tantos mercados. Por isso, podemos considerar que o sistema cinematográfico é um complexo de modelos produtivos, correspondente àqueles sociopolíticos, normativos, tecnológicos e à cultura económica de origem; e por cinematografia entendemos como autor um complexo de valores *expressivo-significativo*, numa determinada área cultural, unidos por uma língua, usos e costumes; e mercado cinematográfico como a área de expansão comercial que pertence a um determinado sistema numa particular cinematografia, numa determinada época, como sistema produtivo e para além do processo económico que conduz à realização, inclui a distribuição e exibição de um bem audiovisual. É por isso que entendemos autoria como uma dinâmica criada entre produtor e autor, num contexto de exigências económicas e estéticas. Isto porque, entre o sistema produtivo cinematográfico e o mercado, há uma relação que se estabelece a partir da qualidade da obra produzida, que, por sua vez, influencia o mercado audiovisual em que se enquadra. O mercado, por sua vez, está intimamente relacionado com o ambiente linguístico.

É assim que, enquanto instrumento expressivo, com uma maior ou menor necessidade de universalidade, condiciona a necessidade de circulação da obra realizada. Isto é, a problemática da sua comercialização muda de acordo com a área artística de onde é proveniente, questão que ajuda a distinguir os mercados para as produções americana e europeias, há uma ligação entre o ambiente linguístico e ambiente comercial que diz respeito à capacidade de um certa cinematografia exprimir os valores que resultam da identidade e a sua compreensão pelos espectadores (Biondi, vol.II, 2005: 12-113).

Reforçamos, contrapondo ao sistema europeu, que o produto americano tem mais hipótese de definir um modelo dominante, universal, do que outros países ocidentais que não partilham características demográficas suficientes para formarem um mercado ou mesmo que, embora tenham um número de espectadores significativo, não dispõem de uma produção que possa ser vista como uma cinematografia independente, única. Ou seja, se o número de consumidores não partilhar, por exemplo, o mesmo ambiente linguístico, ou herança cultural, não pode ser visto e trabalhado como um todo.

Configura-se, assim, no sistema europeu, a obrigação dos Estados garantirem a existência das infra-estruturas indispensáveis que proporcionem as bases culturais e a independência dos seus espectadores, protegendo a cinematografia da única forma que a fisiologia do sistema audiovisual permite, respeitando a dialéctica base dos autores e produtores e recuperando a distância que os separa. Sublinhamos que, com as implicações das normas que têm de ser observadas pelos diferentes países membros do espaço comunitário, somente os organismos estatais podem/devem tutelar tanto a concorrência como o consumo.

A criação da oferta, que é uma necessidade primária do método de produção industrial, torna o mercado muito fluído e em contínua expansão, potencializada, graças à inovação tecnológica e que vemos reflectida em produtos diferentes e nos seus preços. A gestão da procura consiste em investir no mercado e determinar a linha de produção, sabemos que são as empresas americanas a fazê-lo, e na Europa, os Estados membros, sob orientações da Comissão.

As indústrias europeias de produção cinematográfica são, por força desses normativos, semelhantes no seu funcionamento, quer tenham, mais ou menos, preocupações com a cultura nacional ou com o desenvolvimento de emprego especializado, estão orientados para os padrões de realização comum. Ainda que entre os estados haja diferenças, nas práticas, em comum têm uma vincada orientação para a promoção da arte em detrimento do lucro; a consequente centralidade no realizador, e não no produtor; mais na produção do que na distribuição e exibição; e mais assente nos apoios governamentais do que nos privados. Assim, a produção cinematográfica europeia distingue-se, claramente, pela sua vertente artística, relegando a segurança financeira para segundo plano.

A verdade é que os *blockbusters* de Hollywood continuam a ter mais sucesso que as produções europeias e, muito devido ao facto da distribuição e exibição serem controladas pelas empresas americanas, por isso, dificilmente a produção europeia pode chegar ao seu público e, mesmo quando os apoios governamentais permitam à indústria estar despreocupada com os problemas do seu processo de produção, tal não evita o facto de dificilmente encontrar o seu público. Apesar do Conselho para o Filme ter evidenciado a necessidade de serem adaptadas estratégias mais agressivas e orientadas

para o negócio, de forma a salvaguardar as cinematografias nacionais do domínio de Hollywood, a esperança radica nas Indústrias Europeias, não para curar ou resolver o problema mas para, através de diversas reflexões nacionais individuais, se agir em conjunto, produzindo em formato pan-Europeu, co-produções financiadas pelo sector privado com alguma orientação para o mercado. Aliás, é disso exemplo o facto dos países do antigo Bloco de Leste assumiram formar consórcios de distribuição e condições de produção extremamente atractivas, até para os produtores norte-americanos, enquanto o Estado mantém uma atitude proteccionista no mercado interno.

Está, assim, a decorrer uma alteração nas indústrias europeias, na sua atitude face à produção e realização cinematográfica e, apesar das especificidades de ofertas de cada região, a possibilidade de encontrarem, em conjunto, formas criativas na obtenção de financiamento (com acordos para a utilização de estúdios de filmagem e de pós-produção, por exemplo), há a possibilidade de cada uma dessas economias se tornarem mais saudáveis.

Apesar do atractivo inicial sabemos que, a longo prazo, estas fórmulas não fomentarão a necessária segurança, pelo que as indústrias europeias têm de crescer em patamares semelhantes. Só desta forma se tornarão, todos, igualmente atractivos, nos diferentes tipos de produção e podemos ver favorecida a circulação de capital humano e técnico de qualidade e rentabilizando os seus investimentos. Sugere-se, então, que, tanto os realizadores como os produtores, sejam (re)considerados como fundamentais para o incremento e investimento, na fase de pré-produção (especialmente no desenvolvimento da ideia), reinventando a conflituante tradição europeia (assente na teoria do autor) e a de Hollywood (vocacionada para o entretenimento).

Ao novo produtor europeu se pede que seja capaz de adoptar um papel sensível no aspecto criativo do projecto bem como agilidade no que diz respeito ao lado empresarial do processo.

Naquilo que diz respeito aos apoios à Indústria, podemos encontrar programas de específicos a cada uma das fases da produção, tanto ao nível nacional como europeu, nos programas MEDIA ou Eurimages e nos programas de apoio dos Institutos ou Secretarias nacionais. Nestes programas, já que o investimento difere de Estado para

Estado, torna-se evidente que a única forma de produzir projectos que possam competir directamente (ao nível orçamental) é através das co-produções, e aqui, infelizmente a barreira da língua influencia muitíssimo o sucesso de qualquer projecto – o que é evidenciado nos lucros obtidos pelas produções em língua inglesa, deixando, naturalmente, o que obriga a abandonar a protecção das singularidades culturais.

Voltamos a reforçar que somente com trabalhos em rede entre estados se potencializam recursos e talentos, se mobiliza o capital e melhora a circulação de filmes europeus neste continente. É exactamente no que diz respeito à distribuição e exibição que há um equilíbrio difícil de encontrar, que promova o filme europeu, entre os grandes grupos, com os seus enormes meios e salas, e os pequenos, que promovem os filmes nacionais e que raramente resistem aos primeiros. Nesta ‘luta’ desigual, a existência de produção europeia e a formação de públicos depende da vontade (política) de aplicar medidas (protecionistas) coerentes.

Nas indústrias contemporâneas, para aqueles que as dominam, torna-se quase evidente qual o melhor caminho a tomar, quais as mudanças a adoptar e as tradições que será melhor abandonar. Através da informação disponibilizada em *The European Film Industries*, parece possível identificar o caminho em que se reconcilia o produtor com o realizador, orientando-os, de alguma forma, para a indústria, criando compatibilidades, onde os realizadores articulam a vertente artística com a comercial, aliando-se, de forma ‘saúdável’, na tentativa de os transformar em ícones e, conseqüentemente, reconhecidos mundial e globalmente. Como consequência, e tendo em vista a satisfação e diversão dos espectadores, a indústria cinematográfica obriga-se à *standardização* das narrativas, à exaltação de valores éticos e estéticos. Desta forma, acreditamos, não nos afastamos do cinema enquanto arte, embora assente em valores inversos, preservando a linguagem própria, a sua sintaxe e o seu vocabulário.

Aquilo que a indústria cultural, em particular no cinema, celebra são na verdade formas e narrativas múltiplas de um entretenimento (massificado) com uma linguagem simples que busca alguma universalidade através de formas de uniformização.

«A saída do filme nas salas é uma etapa à qual eu não gosto de me associar. Pertence a quem pagou o filme, ou seja, ao produtor. Ele tem o direito de querer recuperar o seu dinheiro e eu não tenho o direito de o impedir. O que posso fazer é dar o meu parecer acerca do *trailer*, do *making of* ou do cartaz. [...] Dito isto, um realizador tem um acordo tácito com a produção: fazer o filme primeiro e depois fazer de parvo, o que significa fazer a ronda dos *media* no momento de saída do filme em sala, ‘vender o seu peixe’. Quanto a mim, gosto bastante de transmitir uma ideia genérica acerca do filme e tentar resumi-lo numa frase, pois isso pode ajudar o público a ver o filme da forma que eu penso que ele deve ser visto.» (Chabrol, 2010: 116).

No que diz respeito ao papel do cinema português no contexto das cinematografias europeias, a teia de culturas conduz-nos ao ponto de partida. O facto é que só o cinema americano parece ser exportável e consumido em grande escala fazendo com que todos os dias, com o passar do tempo, identidades do cinema se diluam (Barroso, 2002: 78). João Mário Grilo (2006b: 48-53) deplora o facto da constituição dum mundo técnico no centro do cinema português (a novidade da década de 90) onde o filme passou estar condicionado, de determinada forma, pela divisão técnica do trabalho e pela relação directa entre os técnicos e as equipas de produção, passando cada vez menos pelo próprio filme. É sob esta pressão, entre a perspectiva artística e administrativa, que o produtor vai assumindo as suas responsabilidades e tomando as suas decisões numa árdua tarefa, como se pode adivinhar.

Desde as décadas de 1950/60 que os produtores têm vindo a manifestar-se de forma independente e, por consequência, são cada vez mais responsáveis por atrair os apoios e financiamentos necessários a qualquer projecto. Sem os seus esforços, as condições necessárias à concretização de um projecto cinematográfico não estariam garantidas. Por isso, não é possível continuar a falar de cinema (de filmes) sem os reconhecer profissionais (Hayward, 2006: 311). Num processo típico é pelas suas mãos que o projecto será elaborado de forma a poder ser apresentado a indivíduos e/ou instituições que permitam o seu financiamento para, logo que possível, venha a gerar o processo de produção. O produtor descortina os locais de filmagem (exteriores e estúdios), calendariza a produção, controla o orçamento, contrata as equipas e equipamentos, o produtor tem (mais ou menos) controlo de orçamento e colabora (mais ou menos) com o realizador e com as equipas artísticas. A responsabilidade do produtor é, também em conjunto com o realizador, a de manter uma visão do filme como um todo

durante o processo de filmagem. Frequentemente, mesmo no sistema dos estúdios, o cineasta é denominado de realizador, já que esta designação descreve claramente a sua função (Journot, 2005: 99).

Uma das questões fulcrais da produção cinematográfica continua a advir da, já referida, função social¹¹⁸ e das suas ligações com os pilares da vida cultural. Uma reflexão sobre a produção cinematográfica contemporânea tem de ser, por isso, plural, tanto nos momentos como os locais que retrata, os espaços onde é exibida e a medida em que influenciam e provocam a percepção e a experiência cinematográfica.

Exploraremos, agora, as temáticas da produção e exibição de um filme, indissociáveis dos conceitos de economia. Cremos que, para abordar esta questão, temos de saber, também, como os filmes se relacionam com o seu público, introduzindo esta temática da indústria cinematográfica. A abordagem a que nos propomos, ainda que baseada em estudos sobre estética, sociologia ou psicologia, prende-se, particularmente, com o papel técnico e histórico da produção e de campos de influência que a determinam.

As indústrias de cinema europeu contemporâneas verificam fragilidades no sector do auto-financiamento, do facto da sua produção assentar, por exemplo, no arrendamento de espaços (estúdios ou instalações de pós-produção) ou nos esforços de especialização em determinadas áreas (como a animação e efeitos especiais), constantando-se que estas fontes não oferecem segurança a longo prazo e os encargos de manutenção da tecnologia ultrapassam os lucros. Neste contexto, há uma mudança de papéis, tanto dos realizadores como dos produtores, obrigando os primeiros a dar mais importância às fases de desenvolvimento e pré-produção, colaborando naquilo que é a única forma de assegurar orçamentos (ao ‘estilo de Hollywood’), enquanto se adoptam os processos da indústria cinematográfica, conduzidos pelo produtor.

¹¹⁸ «Levada até ao limite não pode ter qualquer implicação no nosso juízo estético do cinema em separado da função social desempenhada pelo cinema. [...] a responsabilidade social do cinema e a sua eficácia na realização deste objectivo socialmente responsável. [...] O ‘cinema de intenção’ realça a ‘intenção’ à custa do cinema.» (Tudor, 2009: 77).

«Se quiser realizar melhores filmes, o realizador deve explicar ao produtor, não o sentido profundo do tema, mas simplesmente aquilo que quer fazer e o custo que prevê, sem fazer batota. [...] Um produtor é, apesar de tudo, um tipo que confia o suficiente noutro para lhe entregar uma soma de dinheiro que permitiria muitas vezes viver confortavelmente uma vida inteira. O primeiro conselho é nunca escutar conselhos. O critério mais importante para um realizador, antes de se encontrar com o produtor, é saber se ele tem vontade de fazer um filme e, depois, se ele quer fazer o mesmo filme [...]. Uma vez o projecto aceite, o realizador deve dar atenção ao que propõe o produtor e não entrar em conflito com ele, como mandava uma certa tradição. [...] O Realizador nunca deve recusar-se a ouvir. [...] Se eu ceder em detalhes semelhantes, posso salvaguardar o principal e conseguir fazer passar melhor aquilo que quero.» (Chabrol, 2010: 51-3).

O conflito entre o trabalho para os indivíduos ou a massa não é novo e ambas as abordagens reflectem o conteúdo proposto. O sucesso do cinema surgiu quando o filme passou a contar histórias, quando se transformou num meio narrativo. São os franceses que descobriram o interesse em fazer um grande número de cópias e distribuí-las por todo o mundo. Nos Estados Unidos este novo meio de entretenimento atraiu a população, principalmente a emigrante na tentativa de aprender o idioma - contribuindo para um processo de unificação de costumes e na criação de uma cultura. No caso americano (sem uma vincada identidade, histórica e cultural), o cinema serviu bem esta missão, de forçar o desenvolvimento de um sentimento nacional, da ‘nova’ nação.

O paradigma foi, de algum modo, interrompido, nas décadas de 1960 e 1970, com o aparecimento de uma dimensão (mais interrogativa) no cinema mundial e, especialmente, no europeu que ia contagiar o norte-americano. Na década de 60, acompanhando a evolução da sociedade e contribuindo para essa mesma evolução, questiona alguns dos principais dogmas vigentes, das representações heróico-nacionalistas das guerras e dos conflitos, da instituição militar, política, familiar, académica, religiosa, etc. A estrutura narrativa pré-estabelecida foi redefinida como género ao observar cada um dos temas. Neste sentido, de mudança, o cinema vai servir-se de outras formas de linguagem. O uso de estruturas assentes em estratégias de subjectividade onde é claro o mecanismo de identificação dos protagonistas com o público (como o caso da guerra do Vietname nos E.U.A.) onde a temática serviu a cultura cinéfila (de massa) para reabilitar a imagem norte-americana no pós-guerra. Esta abordagem, ainda que de forma diferente, foi adoptada na Europa e, no caso português, como veremos mais à frente, a guerra colonial colocada em filme levou as

novas gerações a ter conhecimentos sobre o conflito. É por estas, de entre tantas outras, razões que não olhamos o cinema americano como o oposto do europeu. Todo o cinema pretende ser reconhecido e, para isso, tem de ser comercial. Tanto os produtores como os financiadores actuam tendo em conta os mesmos motivos, em qualquer que seja a cinematografia. O que diferencia essencialmente os filmes americanos dos europeus é que os primeiros conseguiram ganhar tanto o mercado nacional como o estrangeiro e desse modo só uma ínfima parte do mercado consegue assistir a alguma da produção francesa, italiana japonesa ou da Europa de leste.

Trabalhar para uma grande massa de público tem as suas vantagens e os seus inconvenientes assim como sucede quando se trabalha para um público limitado. Por isso, assumimos que há um exagero face ao valor do filme como arte. Não acreditamos que todos os filmes de Hollywood não são merecedores de atenção, tanto da crítica como do público, da mesma forma que nem todo o cinema europeu é arte.

Aqui aproveitamos para sublinhar o papel da crítica que ajuda a interpretar o texto e é capaz de ler ambas as cinematografias, ajudando-nos a ‘separar o trigo do joio’. Só compreendendo o código (modo de expressão) é que podemos «entender a significação no cinema, de outra forma estamos condenados à imprecisão e à nebulosidade, mesmo porque qualquer definição de arte tem de ser feita como parte de uma teoria da semiologia, como diz Peter Wollen (1984: 17-20).

«Há duas razões para a semiologia ser uma área de estudo vital para a estética do filme. Em primeiro lugar, qualquer crítica depende necessariamente de se saber o que quer dizer um texto, de ser-se capaz de o ler. A não ser que compreendamos o código ou modo de expressão que permite a existência de significação no cinema, estamos condenados à imprecisão e à nebulosidade em grande escala na crítica cinematográfica, a confiar sem razão na intuição e em impressões momentâneas. Em segundo lugar, torna-se cada vez mais evidente que qualquer definição de arte tem de ser feita como parte de uma teoria da semiologia. [...] O sentido geral do pensamento moderno sobre a arte tem estado virado para a sua submersão em teorias gerais da comunicação, de carácter quer psicológico quer sociológico, que tratam as obras de arte como qualquer outro texto ou mensagens e lhes negam quaisquer qualidades estéticas, específicas distintivas, exceptuando aquelas de tipo mais banal, como a primazia do expressivo sobre o instrumental ou simplesmente a institucionalização como arte.» (Wollen, 1984: 17-20).

O sentido geral do pensamento moderno sobre a arte tem estado virado para a sua submersão em teorias gerais da comunicação.

Parece-nos, então, evidente que o realizador nunca tem o controlo total sobre a sua obra e se a teoria de autor tende a ocultar o ‘ruído’ que é a responsabilidade do produtor, do operador de câmara ou mesmo dos actores, negando que um filme é o resultado de uma multiplicidade de factores, da soma total de contribuições diversas, não pode negar é que só esta soma permite o seu reconhecimento se não for pelo público, pelo menos pela crítica. Regressamos, então, à questão dos papéis para, nesta altura, abandonarmos a teoria de autor que analisa um conjunto de filmes de um realizador, deixando de fora o que não é relevante para essa análise. Mas, ao colocar tudo o resto de parte, aquela teoria, acaba por transformar um filme num *palimpsesto* indecifrável (Wollen, 1984: 106). Isto não significa que deixe de existir, de nos arrebatrar, de nos agradar, de nos intrigar, mas torna-se num exercício redutor, para nós, enquanto técnicos e investigadores, porque há um empobrecimento do filme quando a sua construção é realizada *a posteriori*, como se um argumento fosse uma composição só existente no momento da sua apresentação, sem existência *a priori*. Se olharmos para um filme como um objecto isolado, privilegiando-o, independentemente do contexto dos outros já realizados ou produzidos por determinado indivíduo, com o crítico aprendemos a ver o filme de forma diferente, devendo este ser capaz de especificar os mecanismos que o tornam possível, numa leitura com mais significação.

Afastar-nos-emos desta abordagem porque na descodificação corre-se o risco de não se cobrir a totalidade da sua expressão, esquecendo que o cinema teve a sua origem nos entretenimentos populares¹¹⁹ (e isso deu-lhe a sua grande força) e que agora, a sua atitude vanguardista, faz sentir os seus efeitos.

Voltando aos dois sistemas, talvez o facto do cinema europeu estar essencialmente a combater Hollywood mais do que a fomentar uma arte tradicional que lhe conceda vantagem sobre as outras artes, mas a verdade é que, em 2010, os filmes estreados em Portugal somente 102 eram europeus, representando uma quota de

¹¹⁹ «Os produtores franceses já tinham, nesta altura [no final do século XIX], considerado o cinema como destinado às classes trabalhadoras, mas também já tinham começado a fazer e a comercializar filmes para espectadores da classe média.» (Cousins, 2004: 28).

mercado de 7.6%¹²⁰ e é por isso que assumimos que as diferenças entre o sistema de Hollywood e Europeus nos obrigam a reflectir cada vez mais sobre tipo de acompanhamento a dar ao processo, com a certeza de que cada filme é diferente e o seu estilo de produção é definido pela sua natureza e pelo estilo de realização. Alguns realizadores precisam de ser mantidos num ritmo mais rápido outros de forma mais lenta, o produtor tem de se adaptar e gostar disso (Monocle, 2013: 86). Esta é uma actividade que vive dessa paixão (de todos e a diferentes níveis) pelos filmes. Defendemos, então, para um futuro próximo, em Portugal, e ao nível europeu, uma abordagem semelhante à da Escola de Cinema Dinamarquês, que definiu uma forma de fazer cinema com o produtor, director/realizador e argumentista a trabalharem juntos, numa base de igualdade, desde o início do projecto. A indústria do cinema dinamarquês não se debruça tanto na gestão de orçamentos, mas em criar condições que pessoas criativas floresçam¹²¹. É o produtor que mantém o ritmo, quando os horários, às questões financeiras e gestão da equipa artística, que está envolvido desde o primeiro dia do projecto (desde a ideia original), presente durante as filmagens e no seu lançamento internacional.

«Por vezes, temos um produtor desde o início do projecto. Fazemos um filme para ele, porque chegámos a acordo sobre o tema, um livro ou apenas simplesmente a ideia de fazer um filme juntos. Mas, regra geral, quando começamos é preciso ir à procura de um produtor. Levamos-lhe o argumento, eventualmente a ‘não recusa’ dos actores a quem apresentámos o argumento, mas que, nesta fase, evitam comprometer-se. Evidentemente, deveremos escolher o produtor que parece mais conveniente para o nosso projecto. [...] Como todas as profissões, há bons e maus produtores. O mau produtor é fácil de reconhecer: tem apenas duas ideias na cabeça: 1) gastar o mínimo de dinheiro possível; 2) ganhar o máximo. Dito isto, a maioria dos produtores deseja gastar o mínimo de dinheiro possível, o que é compreensível. Devo dizer que os produtores que mais gastam não são, necessariamente, os melhores. O produtor que conheci que gastava mais dinheiro (e que, por isso mesmo, nunca o tinha) era o velho Salkind [...]. Era capaz de lixar um filme por causa do problema do dinheiro, recorrendo a esquemas extravagantes. [...] Os produtores são capazes de tudo. É preciso explicar-lhes delicadamente que aquilo que eles pedem é extravagante ou então acompanhá-los no seu delírio. [...] Na minha vida profissional, tive discussões com produtores por questões de dinheiro, nunca por causa do tema. Foi um erro. Isso deve-se à minha falta de integridade. Propunha-lhes um projecto. Ao fim de um mês via que só eles nada tinham compreendido, como ainda iam sabotar tudo aquilo que eu lhe propusesse. O que me dava gozo era fazer o filme que eles queriam. Cada vez que me faziam uma sugestão, eu metia-a no filme e, no final, o resultado era um desastre. E, nessa

¹²⁰ Conforme: ICA.

¹²¹ Sisse Graum Jorgensen (2013: 86).

altura, eram eles que me insultavam; era o dinheiro deles que me perdia. Evidentemente, é uma maneira de fazer filmes. [...] Com o produtor é sempre necessário regatear um pouco a questão do tempo de rodagem. [...] Porque os produtores de cinema agora têm orgulho em dizer: ‘Nós somos como os produtores de televisão, nós deixámos-vos o tempo necessário para trabalhar e reflectir’. [...] A reflexão melhora sempre o resultado. Neste momento, os produtores de cinema concedem o tempo suficiente aos realizadores, sem dúvida porque utilizam equipas mais ligeiras, o que é possível graças às novas tecnologias. [...] Mas os custos que acarreta são bem menores e acabaremos por ter três tipos de filmes: os filmes para deitar fora, um cinema tradicional com câmara e película, e um cinema DV. O cinema a que chamo ‘para deitar fora’ é o filme desajeitado, que não é carne nem é peixe; a minha opinião é que esses filmes vão acabar. O cinema realizado tradicionalmente com uma câmara e película parecerá cada vez mais um produto de luxo. O DV dividir-se-á em duas categorias_ o filme modernão bem feito e a aldrabice total. O DV, quando optimizado, permitirá filmar como as pessoas gostam de fazer hoje em dia [...]. Ora, alguns fazem filmes em suporte película, mas querem que se pareça com os que se fazem em DV, o que é, convenhamos, bastante idiota.» (Chabrol, 2010: 47-56)

Ao produtor cabe o seu papel de garantir que existe um público para um filme, antes de ele ser feito e por isso que defendemos é um cinema de autores em alternativa a um cinema de autor.

PARTE II – A PRODUÇÃO NO CINEMA PORTUGUÊS

CAPÍTULO I – CONTEXTO HISTÓRICO DA PRODUÇÃO NO CINEMA PORTUGUÊS

É possível observar, nos últimos anos, um interesse crescente pelo cinema e pelo audiovisual português, a nível académico, nacional, no contexto geral do crescimento do número de cursos de Ciências da Comunicação, Estudos Artísticos e de Som e Imagem. Isto levou a um incremento de pesquisa dedicada, particularmente, a épocas ou movimentos como o dos Cineclubes, do cinema da época colonial ou o Cinema Novo.

Começamos com as palavras de João Bénard da Costa que com graça, noutro contexto, afirmou que entre os anos 20 e até meados dos anos 90 há cinema português, como há cortiça portuguesa e couves portuguesas, mas é péssimo (Barroso, 2002: 73).

Para além da questão da recepção, os relatórios realizados¹²² pelo Observatório das Actividades Culturais (OAC) demonstram que a oferta cinematográfica no mercado português é, e continua a ser, predominantemente americana (66% sobre o total de filmes), sendo a produção europeia a segunda maior produtora de filmes, distribuídos em Portugal, correspondendo a quase um terço do total de ofertas cinematográficas¹²³. Entretanto, o novo milénio, surge com um decréscimo em termos de produtoras nacionais apoiadas pelo respectivo instituto: em 2006 foram 35, em 2007 24 e 25 em 2008, ainda de acordo com a OAC. No que diz respeito à distribuição, Lusomundo Audiovisuais surge como o promotor principal (com maior número de estreias, espectadores e receitas) o que reflecte uma posição hegemónica (seguida pela Columbia

¹²² O Cinema em Portugal – A partir dos dados do Anuário da Comunicação 2007-2008, Páginas 3 a 44. Ana Sofia Gonçalves, Gustavo Cardoso e Rita Espanha. Disponível em http://www.obercom.pt/client/?newsId=373&fileName=fr_13.pdf.

¹²³ Os EUA e a Europa perfazem um total de 92,8% dos filmes distribuídos, o restante pertence a produções originárias da Ásia (4,2%), da América (1,8%), Oceânia (1,1%) e África (0,1%). (Conforme: OAC).

Tristar Warner e pelos Filmes Castelo Lopes Lda/ Castelo Lopes II – Multimédia, Lda), posição reforçada, ao longo dos anos.

Ao mesmo tempo verifica-se uma diminuição no hábito social/cultural de ir ao cinema, que segundo o Observatório das Actividades Culturais foi de 20.118 milhares em 1999, para 15.979 milhares de espectadores em 2008. Este facto poderá estar relacionado com a oferta cinematográfica noutras plataformas (DVD, *vídeo-on-demand*, sistemas de transmissão e partilha em rede, em massa, em redes *peer-to-peer*). O estudo daquele Observatório, no que respeita ao consumo, faz notar uma enorme assimetria: com o distrito de Lisboa a concentrar mais de metade do total de espectadores, reflexo, também, do número de espaços de exibição (cada vez mais reduzido em todo o país) e da concentração populacional¹²⁴.

1. Os pioneiros do século XIX

Segundo a investigação de Luís de Pina, as primeiras imagens de cinema em Portugal terão sido vistas, em Lisboa, em Março de 1895, através do sistema de *kinetoscópio* de Edison, e no mesmo ano em que os irmãos Lumière apresentaram o *cinematógrafo*. Só em Junho do ano seguinte é que o público pôde assistir à projecção de filmes, através do programa de projecção em *animatógrafo* de Edwin Rousby. O Real Coliseu (Lisboa) foi a primeira sala a passar filmes, seguida pelos grandes e pequenos teatros, salas de circunstância e esplanadas, numa iniciativa de António Santos Júnior, a que os jornais dedicaram alguns comentários entusiásticos, quando os «[...] bilhetes custavam 100 mil reis e o público acotovelava-se para ver a fotografia animada, a sensação da vida recriada na tela branca, ainda sem som [...]» (Pina, 1986: 13-22). Entretanto, noticiavam-se os planos de Edwin Rousby para realizar exibições, nos meses seguintes, no Porto (Teatro Príncipe Real actual Teatro Sá da Bandeira)¹²⁵, em

¹²⁴ Em linha]. [Consult. 20 de Outubro de 2013]. Disponível em <http://www.obercom.pt/client/?newsId=373&fileName=fr_13>.

¹²⁵ O público do Porto não recebeu bem esta iniciativa, não se sabe se por questões técnicas ou por falta de divulgação, mas acabou por ser nesta cidade que o cinema encontrou o maior entusiasta da época, Aurélio Paz dos Reis (Pina, 1986: 13-4).

Espinho e na Figueira da Foz.

Aurélio da Paz dos Reis (1862-1931) foi «ao que tudo indica, o primeiro realizador português» (Baptista, 2008: 20).

«[...] fotógrafo e floricultor. Figura romântica do Porto, republicano e revolucionário não conseguiu obter (1896) de Lumière um dos seus cinematógrafos. Paz dos Reis registou e exibiu imagens dos mais variados assuntos de entre os quais se destaca, pelo decalque do famoso título dos Lumière, o clássico Saída do pessoal operário da camisaria Confiança. Com os seus amigos António da Silva Cunha, proprietário da Confiança, e Francisco Magalhães Basto Júnior, fotógrafo profissional, organizou o primeiro espectáculo de cinema feito por portugueses e chamou-lhe “Kinetógrapho Português” (Pina, 1986: 14). O Kinetógrapho Português foi a designação adoptada por Paz dos Reis para o aparelho que fazia projecções luminosas a luz eléctrica e em tamanho natural, que para além da projecção de filmes conseguia modificar-se também para a acção de filmagens» (Ribeiro, 1983: 11).

Alguns exibidores continuaram a apresentar filmes estrangeiros em Lisboa, depois da partida de Edwin Rousby, como: Manuel Maria da Costa Veiga¹²⁶; João Freire Correia¹²⁷, fundador da Portugália Filme¹²⁸ (que viria a encerrar a sua actividade em 1912). Em Lisboa, encontra-se em actividade outros pioneiros, deste período: Júlio Costa¹²⁹; a Lusitânia¹³⁰; e Ernesto de Albuquerque¹³¹.

¹²⁶ Costa Veiga foi um operoso repórter, filmando os grandes acontecimentos nacionais e assuntos de actualidade. Fundador a Portugal Filme e chefe de operadores da Lusitânia Filme, nunca abandonou o seu negócio de exibição (Pina, 1986: 16).

¹²⁷ Fotógrafo como Aurélio da Paz dos Reis, Freire Correia fundara com Manuel Cardoso, a Portugália Filme, estúdio que ficou concluído em 1909. Freire Correia tentou então produzir um filme de enredo sobre as proezas do criminoso Diogo Alves. João Correia e Manuel Cardoso filmaram, dezenas de documentários e reportagens, alguns dos quais são hoje clássicos do cinema português» (Pina, 1986:16).

¹²⁸ Terá encerrado em 1912 por motivos de ordem financeira, tanto os estúdios como os laboratórios. João Freire Correia, depois disso, voltou à fotografia (Pina, 1986: 17).

¹²⁹ Proprietário do mais antigo cinema de Lisboa, o Salão Ideal (hoje Cinema Camões). Júlio Costa decide passar à produção, fundando em 1910 a Empresa Cinematográfica Ideal. A sua adaptação do romance de D. Pedro e D. Inês de Castro (filme com 400 metros), estreou com grande êxito em 1910 no Salão Central (Pina, 1986: 17-8).

¹³⁰ Mesmo antes de concluído o estúdio, a Lusitânia leva a produção para o exterior e apresenta duas curtas-metragens de enredo de Leitão de Barros. O mais ambicioso projecto da Lusitânia Filme não

Até 1918, são fundadas novas distribuidoras como a Empresa Cinematográfica Carlos Furtado (1912), a Empresa Internacional de Cinematografia Lda (1914), a Empresa Filmes Lda (1917). O público adorava os actores que lhe traziam a emoção do espectáculo, sobretudo em Lisboa e no Porto. A cinefilia era a ‘doença do tempo’ e o cinema interessa progressivamente aos jornais, que o acolhem nas suas colunas de publicidade e que são elementos preciosos para a investigação do nosso passado fílmico, concedendo-lhes, em alguns casos, honras de secção especializada (Pina, 1986: 15-23). O cinema português sempre mereceu a atenção da imprensa e nela encontramos a produção portuguesa passada em revista, em muitos e frequentes artigos que defendiam a existência e interesse numa indústria produtora, dos profissionais de cinema e dos exibidores de filmes.

2. O século XX

2.1 Os anos 20, a década dos produtores

Nesta época o Porto é a capital do cinema, graças à actividade desenvolvida pela segunda Invicta Film¹³² (1918 a 1924), liderada por Raul de Caldevilla, um homem que começou a trabalhar no cinema, estudando a publicidade de lançamento dos filmes da Invicta Film. Depois daquela experiência e da observação do funcionamento da actividade, a sua declarada cinefilia levou-o a fundar, em 1920, a Caldevilla Film.

Apesar do êxito dos seus filmes, «a Caldevilla Film fechou portas por incompreensão dos sócios capitalistas, pouco ou nada vocacionados para o negócio do

chegou a concretizar-se, por dificuldades financeiras. Terão sido as intrigas e a frágil organização do meio que acabaram com o sonho da Lusitânia Filme, que como produtora e distribuidora teve efémera duração. Esta empresa vai ocupar o estúdio da Portugália Filme (Pina, 1986: 18).

¹³¹ Responsável pela (fugaz) Portugália Filme estendeu a sua actividade a diversos sectores, desde a produção, à realização, à fotografia e ao laboratório (Pina, 1986: 19).

¹³² A primeira Invicta Film dedicava-se, sobretudo, à realização de documentários, reportagens e filmes de actualidades. A segunda Invicta Film nasce por iniciativa do dinâmico Alfredo Nunes de Matos no cartório do notário António Mourão, no dia 22 de Novembro de 1917, com um capital de 150 contos. Para director artístico é chamado Henrique Alegria, que será na empresa o responsável pelos seus maiores êxitos, deixando-a para fundar em Lisboa a Pátria Film (Pina, 1986: 25).

cinema.» (Pina, 1986: 33)

«Enquanto não se inicia a produção de filmes de fundo a empresa dedica-se ao documentário [...]. Para a construção dos nossos estúdios já adquirimos a Quinta das Conchas, admiravelmente situada num ponto alto e seco, no Lumiar [...]. No Porto ficarão os ateliers gráficos, onde a secção de propaganda ocupará o primeiro lugar. Foi nesses terrenos que vieram a instalar-se a Tóbis Portuguesa (1932) e a Lisboa Filme (1936), depois de uma breve ocupação pela Pátria Film, em 1923, no Lumiar – o símbolo da localização do cinema português nascia assim.» (Pina, 1986: 34)

No Lumiar, o símbolo (da localização) do cinema português (Pina, 1986: 34), instalaram-se a Tóbis Portuguesa (1932) e a Lisboa Filme (1936), depois de uma breve ocupação pela Pátria Film (1923). Em 1925, o fotógrafo funchalense Manuel Luís Vieira dedicava-se ao cinema, primeiro ao documentário e, depois, adaptando para estúdio o seu *atelier* para rodar de filmes de enredo, com a Empresa Cinematográfica Atlântida, na Madeira (Pina, 1986: 41).

Os primeiros anos da década de 20 assistem, assim, à fundação de diversas empresas produtoras com alguma ambição mas de curta existência: a Enigma Film¹³³, a segunda Portugália Filme, a Pátria Filme¹³⁴ e a Fortuna Film¹³⁵. Fundada, pela primeira vez, em 1909, por João Freire Correia e Manuel Cardoso Pereira (com o apoio financeiro de D. Nuno Almada) e movidos pela possibilidade de êxito comercial e industrial. Em 1918 uma nova empresa adopta o mesmo nome, como já antes tinha feito Ernesto de Albuquerque.

Em 1921 e para «além da actividade concreta de produção, um acontecimento marca a época, [...] o da instituição de uma nova empresa produtora, que tem sede em Lisboa e que denota certas ambições como futuro centro de produção de filmes. É a Portugália Film» (Ribeiro, 1983: 29 e 191).

Nos últimos anos do cinema mudo, o cinema documental (e de actualidade)

¹³³ A que está ligado Ernesto de Albuquerque (Pina, 1986: 43).

¹³⁴ Nasceu da iniciativa de Henrique Alegria, saído da Invicta (Pina, 1986: 43).

¹³⁵ Sociedade fundada pela escritora Virgínia de Castro e Almeida (Pina, 1986: 43).

continuou em produção, mas sem o intuito de definir uma tendência dentro do género.

Esta época, no que diz respeito às estruturas da actividade cinematográfica, não difere muito da década anterior, até porque foi palco de uma revolução republicana e uma guerra mundial. Até à segunda Invicta Film (cujo início de produção coincide com o fim da guerra) a produção é individual, documental, comercial que, apesar das tentativas de produção contínua, não conseguiu fazer qualquer longa-metragem (Pina, 1986: 56). Ficamos, desta forma, a saber que o cinema português parece residual face ao cinema estrangeiro já em distribuição¹³⁶.

Entre 1920 e 1930, a distribuição prospera, mas pelas mãos das companhias americanas e só mais tarde (em 1929) é que aparecem as primeiras distribuidoras portuguesas: a firma Mello¹³⁷, a Castello Branco, a Sociedade Geral de Filmes¹³⁸ e a Sociedade Universal de Superfilmes, de que Leitão de Barros faz parte.

Destacamos que há um aumento do número de salas, durante todo o período do cinema mudo, e uma crescente consciência da necessidade de um cinema nacional¹³⁹, acompanhada da melhoria das infra-estruturas técnicas. Com a fundação da Lisboa Filme (1928) e a Ulyssea Filme¹⁴⁰ (1929), sedimenta-se essa consciência, da

¹³⁶ «A recepção do cinema estrangeiro teve um papel decisivo não só na apropriação das opções nacionalistas presentes no arranque da produção cinematográfica portuguesa, mas também na própria definição da função social do cinema como uma poderosa ferramenta de construção identitária. Durante a década de 1910, numa altura em que os filmes italianos e franceses disputavam a atenção dos espectadores portugueses, consolidou-se não só a transição da curta para a longa-metragem, mas também a transformação do próprio programa de cada sessão [...]» (Baptista, 2010: 17-8).

¹³⁷ Também ligada à produção.

¹³⁸ *idem*.

¹³⁹ As poucas produtoras viáveis concentram-se especialmente na realização dos filmes, mas desconhecem-se dados sobre a difusão do filme português, desta época. O público, durante quase três décadas, apenas vê o produto estrangeiro e, quer se queira quer não, trata-se de um factor de desnacionalização, de uma perda grave de identidade cultural, um instrumento de desagregação portuguesa – no plano moral, no campo social, no campo político (Pina, 1986: 57-8).

¹⁴⁰ Ambos os estabelecimentos vieram preparar e modernizar o cinema português face à chegada do filme sonoro. (Pina, 1986: 58). A Ulyssea era «modesto laboratório que o distribuidor e exibidor Raul Lopes Freire detinha para uso das suas próprias actividades, em fins de 1929» (Ribeiro, 1983: 246). Desta firma faziam parte ainda José Nunes das Neves, a sua cunhada e proprietária de um atelier de alta-costura, e Manuel Albuquerque. No rés-do-chão do Palácio Foz legendavam-se, revelavam-se e montavam-se filmes, documentários e filmes publicitários. Um grave incendio, no final da década

necessidade de uma produção que não seja apenas de produtos comerciais, que tenha bases técnicas e financeiras, preparada para vencer a concorrência estrangeira. São esses os fundamentos para a organização industrial proposta, pela Invicta e pela Lusitânia, que apesar da motivação e das práticas comerciais infelizmente acabaram por não ter o sucesso desejado. No Porto surge, ainda o embrião do cineclube, Associação dos Amigos do Cinema, em 1924, e, em Lisboa, a Associação Cinematográfica de Portugal (1929), ligados à modernidade cultural portuguesa, às várias formas da sua expressão artística (tradicional ou modernista, realista ou idealista) que alimenta, de forma imprecisa e contraditória, a nova geração de cineastas, amadores, mas com vontade de levar o cinema português por aquele outro caminho. O primeiro sinal deste novo cinema português é dado por Leitão de Barros com o documentário *Nazaré, Praia de Pescadores*¹⁴¹, cuja estreia se viu adiada pelas dificuldades na montagem e problemas de laboratoriais. O público de Lisboa reagiu mal àquele primeiro filme da mesma forma que reagiu mal aos *Lobos* (de Rino Lupo). Mas a crítica e os entendidos repararam que tinha nascido ali o possível *cinema português* (Pina, 1986: 58-60):

«[...] ligados à modernidade cultural portuguesa, às várias formas da sua expressão artística, mais tradicional ou mais modernista, mais realista ou mais idealista. [...] É desse caldo de cultura que se alimenta, embora de forma imprecisa e até contraditória, a nova geração de cineastas, todos amadores formados na grande escola da pantalha animada, todos com vontade de levar o cinema português para outro caminho. Nunca para trás. [...] Entretanto, antes da chegada do filme sonoro, o Estado intervém na actividade cinematográfica, para a vigiar, proteger e incentivar, e é criada a Inspeção dos Espectáculos, que irá orientar, entre outras coisas, o trabalho da comissão de censura, com normas concretas sobre a moralidade.» (Pina, 1986: 68-9).

O cinema português começou a desenvolver-se entre os anos de 1927 e 1933 com a construção de salas e com a abertura de delegações das distribuidoras americanas

seguinte, paralisou toda a sua actividade obrigando a deslocação da firma para a zona de Campolide/Lisboa. Mais tarde, com a entrada do operador e técnico de laboratório Aquilino Mendes (experiência ganha enquanto colaborador da Castello Lopes), a Ulysseia Film via-se com as melhores instalações e equipamentos esperados para a época e para a sua actividade, e com a entrada, como sócio, de Fernando Santos passaria a estar ligada à distribuidora Sonoro Filme. Em 1983 ainda funcionava, na zona de Alvalade/Lisboa (Ribeiro, 1983: 247-8).

¹⁴¹ Leitão de Barros construiu um filme documental seguindo uma concepção de «cinema puro», que a luminosidade e o recorte do preto e branco de Costa de Macedo acentuavam no plano plástico. (Pina, 1986: 59).

(a Paramount/1927, a Metro/1928 e a RKO/1931), favorecendo, também, a abertura de estúdios nacionais. No final da década de 20, tanto o meio cinematográfico português como alguma imprensa especializada – *Invicta Cine*, *Cinéfilo*, *Imagem* e *Kino*, mais tarde - vão acusando a necessidade de se produzirem filmes sonoros em Portugal e a urgência na construção de estúdios devidamente equipados, ultrapassados que estavam os da Portugália e *Invicta*.

2.2 Os anos 30, os anos da política de cinema adiada

De acordo com Luís de Pina (1986: 71), em 1930 é o Governo que decide estudar a questão do cinema português, nomeando uma comissão os nomes mais representativos do cinema português¹⁴², investida pelo coronel Óscar de Freitas¹⁴³, que se reúne pela primeira vez em Outubro. Para além da prioridade, anunciada, de construção de um estúdio, foram, também, apresentadas diversas medidas de protecção e incentivo ao cinema português, algumas das quais bastante inovadoras, como a criação de uma cinemateca nacional. Estas medidas só vieram a ser consagradas nas leis do cinema de 1948 e 1971.

As décadas de 1930 e 1940 caracterizam-se pelo aparecimento de uma forma de indústria de cinema portuguesa, um estilo de cinema popular, pelas comédias e filmes de propaganda, pela passagem do cinema mudo para o sonoro e de registos documentais nacionalistas. Neste período, a maior parte dos países não possuía uma indústria cinematográfica, a produção ainda não se tinha desenvolvido, o que deixava o mercado cinematográfico, como dissemos, no monopólio das empresas americanas, só estando protegidas as que aplicavam medidas alfandegárias restritivas que sempre foram contornadas pelas *majors*¹⁴⁴. Entre os anos de 1930 e 1935, a recuperação da indústria

¹⁴² «Da comissão fazem parte (foi pena não estar presente nenhum elemento ligado à *Invicta Film*, que saberia, com certeza, expor as razões concretas do fracasso, seis anos antes, só o maior empreendimento produtivo criado em Portugal), delegados de todos os sectores da actividade, que ainda não compreendia o Sindicato dos Profissionais de Cinema, nascido em 1933» (Pina, 1986: 71).

¹⁴³ Inspector dos Espectáculos (Pina, 1986: 71).

¹⁴⁴ Paramount e Metro, geridas, em Portugal, por Ressano Garcia e Júlio Monteiro Pinto, respectivamente (Pina, 1986: 57).

européia será devida (mais) ao universo linguístico do que às barreiras aduaneiras, porque os espectadores esperavam versões no seu idioma, levando à realização de versões¹⁴⁵ variadas, dobragens trabalhosas e dispendiosas. Este será o facto de produção mais significativo para o desenvolvimento da vontade de produzir filmes em português – atitude comprovada pela implementação de empresas cinematográficas. É neste contexto lançado o filme *A Severa*, resultado da vontade de um realizador, que correu riscos tanto como produtor como enquanto dono da companhia de produção Sociedade Universal de Superfilmes, (SUS¹⁴⁶), Leitão de Barros financiava o seu filme enquanto, por outro lado, enfrentava desafios técnicos, de falta de equipamento disponível (em Portugal), para registar e sonorizar o filme, obrigando-o a trabalhar com um estúdio estrangeiro (Ferreira, 2007: 21-2).

Na opinião de Carolina Overhoff Ferreira (2007: 31-5), a dimensão europeia da indústria do cinema impulsionou um intercâmbio de pessoas (como é o caso de *Gado Bravo*¹⁴⁷) preparou o primeiro exílio intra-europeu e influenciou os filmes, tanto estilisticamente como pelos temas, modo de produção e nos recursos humanos utilizados.

«No dia 15 de Maio a revista de cinema *Animatografo* noticiou a fundação da produtora Bloco H da Costa, que “vai produzir filmes portugueses de expansão internacional” [...]. Desta forma, o artigo vangloria o produtor, Hamilcar da Costa, e a sua futura produção sonora, “destinados a levar ao estrangeiro todas as nossas riquezas fotogénicas”. [...] O objectivo da nova empresa consistia também na formação de novos quadros “portugueses que serão os nossos técnicos de amanhã” [...]. A publicidade da revista concluiu que filmes bons obtinham sucesso em qualquer país, indiferentemente da língua em que neles se falava. A produtora abriu uma agência de *casting* [...].

¹⁴⁵ Antes que os estúdios permitissem a rodagem de um filme, as longas-metragens sonoras eram difundidas pelos países lusófonos de versões portuguesas de filmes americanos. (Ferreira, 2007: 22).

¹⁴⁶ O primeiro, e único filme, desta produtora foi *Maria Papoila*, que estreou a 5 de Agosto de 1937 no São Luís, pouco depois de se apresentar no Tivoli, a 6 de Junho. (Pina, 1986: 81).

¹⁴⁷ Com realização de António Lopes Ribeiro (1908-1995), produção de Hamilcar da Costa, contou com a participação de artistas de língua alemã, que fugiam da perseguição do regime de Hitler. O argumento foi escrito por Erich Philippi, Herbert Lippschitz desenhou a cenografia, a música foi parcialmente composta por Hans May, a câmara operada por Heinrich Gärtner. Um filme português para o mercado internacional e um filme internacional para o mercado português. *Gado Bravo* não é apenas um filme de exílio ou um filme português, mas também um filme de regresso da imigração. A produção das filmagens portuguesas foi realizada por Hamilcar da Costa, que trabalhava em Paris como agente e distribuidor para o mercado português. (Ferreira, 2007: 29).

A agência de H. da Costa vai instalando em Portugal, pouco a pouco mas num ritmo certo, a sua organização produtora de filmes. [...] Tal como em Hollywood! [...] *Animatografo* e *Gado Bravo* reúnem duas personagens-chave do cinema português, Félix Ribeiro e Lopes Ribeiro, que permanecerão em cargos importantes até aos anos 80 [...] produzido paralelamente pela Tobis [...] actualizam o modelo do filme com temáticas nacionais e ambições internacionais. Uma temática reconhecidamente nacional é trabalhada [...] em algo universal para garantir a sua exportação. [...] No caso de Portugal, o nível técnico e a realização estão de acordo com as existências internacionais, [...] o cinema funciona como folheto de propaganda para o turismo: [...] O nacionalismo do filme repete-se na sua publicidade e na recepção da imprensa. A imprensa portuguesa e a produtora esforçaram-se ambas por sugerir que se tratava de um filme cem por cento português. A retórica da publicidade é quase agressivamente nacionalista, o que espanta perante um filme com uma equipa internacional. [...] uma estratégia comum no primeiro exílio intra-europeu. [...] O modelo desta forma de produção encontra-se pela primeira vez nos primeiros filmes sonoros da Ufa. [...] Os depoimentos do produtor Hamilcar da Costa [...]: “O cinema português não pode confinar-se à fórmula bairrista. Hoje, mais do que nunca, para ter a sua existência assegurada, os produtos da indústria nacional de cinema são obrigados a passar as fronteiras.” » (Ribeiro, 1982:328).

No dia 15 de Maio de 1933, a revista de cinema *Animatografo* anunciava a fundação da produtora Bloco H da Costa¹⁴⁸, que ia produzir filmes portugueses de expansão internacional «destinados a levar ao estrangeiro todas as nossas riquezas fotogénicas», o objectivo desta nova empresa consistia, também, na formação de novos quadros técnicos portugueses sob o pressuposto que os bons filmes obtinham sucesso em qualquer país, indiferentemente da língua em que neles se falava. Pretendia-se uma indústria que trabalhasse, em massa e internacionalizada (tanto no capital como no produto), com os seus autores, histórias e narrativas. Os filmes são produzidos paralelamente pela Tobis¹⁴⁹, actualizando o modelo do filme, com temáticas nacionais e ambições internacionais¹⁵⁰. Naturalmente, os filmes como *Douro*, *Faina Fluvial*,

¹⁴⁸ A produtora abriu uma agência de casting. «A agência de H. da Costa vai instalando em Portugal, pouco a pouco mas num ritmo certo, a sua organização produtora de filmes. O *Animatografo* e *Gado Bravo* reúnem duas personagens-chave do cinema português, Félix Ribeiro e Lopes Ribeiro, que permanecerão em cargos importantes até aos anos 80» (Ferreira, 2007: 31).

¹⁴⁹ «A Tobis (de Tonbild Syndikat) conservou o nome da sociedade alemã que lhe forneceu a equipamento técnico, e depois das devidas consultas internacionais. [...] Mas não foi fácil a aceitação já que houve uma campanha desfavorável na imprensa contra os interesses estrangeiros em Portugal» (Pina, 1986: 74).

¹⁵⁰ Uma temática reconhecidamente nacional é trabalhada em algo universal para garantir a sua exportação. No caso de Portugal, o nível técnico e a realização estão de acordo com as exigências internacionais, o cinema funciona como folheto de propaganda para o turismo: ninguém em Portugal

quando são apresentados, criam um colapso das barreiras entre a tradicional “cultura erudita” e a menosprezada “cultura de massa”, mas também a dissolução da oposição entre indústria e vanguarda (Ferreira, 2007: 36-7). Esta via¹⁵¹ foi conseguida por *Gado Bravo*. Enquanto estreava este filme, os estúdios da Tobis já iniciavam a produção de *As Pupilas do senhor Reitor* (Pina, 1986: 78). Anotamos que *O Trevo de Quatro Folhas*¹⁵² é, nesta altura, uma superprodução, o mais caro filme feito até aí, com grandes cenários construídos na Tobis e «um orçamento de 4000 contos» (Pina, 1986: 79).

Como é sabido, com os anos 30, chegam as grandes comédias portuguesas – o género possível e politicamente desejável – surge com os seus maiores títulos: *A canção de Lisboa*, *Maria Papoila*, *O Trevo de Quatro Folhas*, seguidos, dentro do mesmo modelo, de *A Aldeia da Roupa Branca*. *A Aldeia de Roupa Branca*¹⁵³ (1938) de Chianca de Garcia, incorpora a comédia física e o humor típico do teatro ligeiro, filmes optimistas e inocentes, servindo como reflexo de uma sociedade ordeira e respeitosa e dos ‘brandos costumes’, valorizando o mundo rural, com menção a alguns dos avanços técnicos da época, como o camião motorizado e a máquina de lavar (Ferreira, 2007: 39-49).

estava cego em relação à ligação entre tecnologia cinematográfica e indústria de turismo, e este argumento utilizou-se novamente em relação à nacionalidade do filme na sua estreia (Ferreira, 2007: 32-5).

¹⁵¹ «Ainda em 1936, a popular revista francesa de cinema Pour Vous reportou que muitas pessoas ainda falavam sobre o filme e que era mostrado nos cinemas nacionais [...]. Mesmo assim, foi o único filme produzido pelo Bloco H da Costa, porque as ambições de uma internacionalização não conseguiram ultrapassar os problemas de exportação e distribuição.» (Ferreira, 2007: 36-7). Aquela revista de cinema francesa publicou semanalmente entre 1928 e 1940. [Em linha]. [Consult. 12 Janeiro. 2013]. Disponível em <URL: <http://www.moviemags.com>>.

¹⁵² Comédia, de 110 minutos, realizada por Chianca de Garcia, que assina, com Tomás Ribeiro Colaço, o argumento. Estreou não no São Luís, como se esperava, mas no Tivoli, no dia 1 de Junho de 1936. (Pina, 1986: 79).

¹⁵³ O filme *A Aldeia de Roupa Branca* foi produzido em tempo recorde: as filmagens começaram a 25 de Agosto de 1938 e foram concluídas nos finais de Outubro do mesmo ano, estreando em Janeiro de 1939. *A Aldeia de Roupa Branca* situa o filme noutra tradição cinematográfica portuguesa, a dos filmes musicais, dos anos 30/40. O fado era a base de muitos dos filmes e o cinema veículo da sua divulgação. Este filme terá sido a mais cara produção do cinema português até àquela data, e para a realizar Chianca de Garcia reuniu uma equipa de técnicos com currículos impressionantes: o poeta e assistente de montagem, José Gomes Ferreira, que apoiou a realização e redacção do argumento e planificação das sequências do filme; Ramada Curto que escreveu os diálogos; a música composta por Raul Portela; e Beatriz Costa, imortalizada no auge da sua popularidade, já que esta foi a sua última interpretação em filme. (Ferreira, 2007: 47-51 e Pina, 1986: 82).

O primeiro filme subsidiado pelo Estado Novo¹⁵⁴, com produção directa do Secretariado da Propaganda Nacional (SPN) e no âmbito das comemorações do 10º aniversário do 28 de Maio, foi *A Revolução de Maio*¹⁵⁵, de António Lopes Ribeiro¹⁵⁶ (1937), no mesmo ano em que surge o cinema ambulante (Pina, 1986: 81).

A actividade da Tóbis era garantida, nesta altura, pelas produções de António

¹⁵⁴ Dois anos antes fora criado o Secretariado da Propaganda Nacional (SPN), dirigido por António Ferro, o mentor cultural do regime, que passa a superintender todo o cinema português, correspondendo ao alargamento das funções do Estado e à sua vontade de orientar, coordenar, fomentar a actividade, não sem deixar de exercer funções fiscalizadoras e intervir na própria produção (Pina, 1986: 81). O SPN surge referenciado como produtora e distribuidora de 43 filmes, de 1933 a 1942 [Em linha]. [Consult. 14 Janeiro. 2013]. Disponível em <URL: <http://www.imdb.com/company/co0007582>>. Dependente da Presidência do Conselho de Ministros, foi constituído em 1933 pelo reconhecimento do papel da propaganda nos Estados modernos. «O Secretariado dirigiu e superintendeu a propaganda nacional, centralizou os respectivos serviços e coordenou a informação de todos os Ministérios. Durante a primeira década do Estado Novo António Ferro procurou implementar, internamente, as seguintes acções: regulamentar as relações da imprensa com os poderes do Estado; editar publicações que dessem a conhecer a actividade do Estado e da Nação Portuguesa; centralizar a informação relativa à actuação dos diferentes serviços públicos; preparar manifestações nacionais e festas públicas, com intuito educativo ou de propaganda; combater as «ideias perturbadoras e dissolventes da unidade e interesse nacional»; contribuir para a solução dos problemas referentes à "política do espírito", através da colaboração com artistas e escritores portugueses e do estabelecimento de prémios que estimulassem uma arte e uma literatura nacionais; utilizar a radiodifusão, o cinema e o teatro como meios indispensáveis à prossecução da sua missão. Na dependência do Secretariado Nacional de Informação e Cultura Popular e Turismo foram ainda criados o Fundo do Cinema Nacional e o Fundo do Teatro Nacional, em 1948 e em 1950, respectivamente. O Secretariado Nacional de Informação foi extinto em 1968, tendo os respectivos serviços transitado para a Secretaria de Estado de Informação, Cultura Popular e Turismo, da Presidência do Conselho de Ministros. [Em linha]. [Consult. 14 Janeiro. 2013]. Disponível em <URL: <http://www.aatt.org>>.

¹⁵⁵ Produzido com todos os apoios oficiais, a finalidade propagandística de *A Revolução de Maio* é evidente, em todos os seus aspectos. «filme sobre o actual momento político português. António Lopes Ribeiro, consciente da importância do cinema como meio de Propaganda, também ele admirador do genial Eisenstein. Quatro pontos cardeais nortearam o filme: «servir o cinema português», «servir o público português», «servir a propaganda de Portugal», «servir a política de Salazar». O argumento do filme é da autoria – diz-se no genérico – de Jorge Afonso e Baltazar Fernandes, ou seja, os pseudónimos dos próprios António Ferro e António Lopes Ribeiro. Trata-se do «primeiro grande filme de exaltação nacionalista», no dizer de um cartaz de publicidade. *A Revolução de Maio* constitui o exemplo mais perfeito, como filme de ficção, de propaganda do Estado Novo e que, a atestar essa sua função, teve uma versão francesa, para ser projectada na Exposição de Paris de 1937. O filme conta a história de uma «convenção», de uma conversão ao regime de Salazar (Ferreira, 2007: 40-1).

¹⁵⁶ António Filipe Lopes Ribeiro nasceu em Lisboa em 1908 e faleceu, na mesma cidade, em 1995. Realizou 57 longas, curtas-metragens e documentários, o primeiro *Bailando ao Sol* (1928) e o último, também um documentário, foi *O dia de Portugal* na Expo'70 (1970). Como argumentista assina 13 filmes e documentários, desde 1930 (*Maria do Mar*), a 1970 (*Portugal de Luto na Morte de Salazar*, documentário). Enquanto produtor foi responsável por *O Pai Tirano* (1941), *Aniki Bóbo* e *O Pátio das Cantigas* (1942), *Amor de Perdição* (1943), *Camões* (1946) e o documentário de 1963, *O I Salão de Antiguidades*. [Em linha]. [Consult. 14 Janeiro. 2013]. Disponível em <URL: <http://www.imdb.com/name/nm0519845>>.

Lopes Ribeiro, filmes de comédia que atraíam facilmente o público. Não podemos ignorar que esta actividade tem lugar numa época de guerra e serve um público com enorme necessidade de se libertar, das suas naturais preocupações, canalizadas para histórias felizes. Aquele tipo de cinema apoiaria a intenção, que, por isso, a favorecia, de um regime nada interessado em criações artísticas incómodas ou difíceis. São filmes, para alguns críticos, considerados produtos de segunda ordem, «parquemayresco e vulgares», o drama caseiro, a pura evasão (Pina, 1986: 99). A fórmula das ‘estrelas’ de cinema que garantiam o interesse do público pelo filme e a sua dependência em relação ao teatro de revista, visível nos excessivos jogos de palavras e no *over-acting* (Ferreira, 2007: 55).

O realizador e crítico Eduardo Geada sugere que a produção cinematográfica dos anos trinta e quarenta se caracteriza por esta comédia populista e onde o filme histórico-patriótico é «um filme de exaltação nacionalista, da alma lusíada e da sua missão civilizadora e cultural, exibindo prodigiosos meios de *mise-en-scène* e divulgação, o seu genial predecessor» (Ferreira, 2007: 65-6).

«Os anos 30 e 40 [...] o cinema popular destes anos, nomeadamente dois filmes “ruralistas”, duas comédias e um filme de propaganda. [...] passagem do mudo para a implementação de uma indústria nacional sonora, [...] cinema popular, como, por exemplo, o emprego de folclore rural para satisfazer um público iletrado interno, [...] a faceta documental não folclorista destes filmes; além disso, Barnier realça a excepcional qualidade técnica da montagem do som e Hagener os paradoxos do nacionalismo num momento de exílio inter-europeu. A diversidade dos géneros revela-se também nas análises das “comédias à portuguesa” [...] tanto o declínio e o cansaço do modelo deste género, como também algumas liberalizações dos costumes e comportamentos que resultavam da crescente frustração das classes médias urbanas e o seu mal-estar político e social. [...] a obra mais significativa de propaganda do Estado Novo (*A Revolução de Maio*, António Lopes Ribeiro, 1937), que apesar de receber apoios oficiais, paradoxalmente não se desvinculou por completo da fascinação cinematográfica como o cinema de Eisenstein.» (Ferreira, 2007: 10-1)

Terá, ainda, cabimento referir o interesse da Igreja Católica pelo cinema, traduzido, em 1935, pela criação do Secretariado do Cinema e da Rádio¹⁵⁷ e de núcleos de cinema da Acção Católica.

¹⁵⁷ Este secretariado divulga a classificação moral dos filmes (Pina, 1986: 118).

Em 1939, «Lisboa vai transformar-se no cais da esperança: o avião do cinema trará de Casablanca os fantasmas de Ingrid Bergman e Paul Henreid e de toda a Europa passarão por aqui grandes nomes do cinema, em busca da liberdade, Fernando Fragoso, cronista atento dessa época, escreverá um livro fundamental onde tudo isso se conta: *Hollywood em Lisboa*.» (Pina, 1986: 85)

2.3 Os anos 40 e o filme ‘folclórico’

Os anos 40 vão assistir ao apogeu do humor cinematográfico que estimulados na própria indústria, pois a produção deste tipo de filme (onde os interiores abundam e a acção não exige grande multiplicidade de cenários, baseada sobretudo no diálogo) é menos dispendiosa que o filme histórico-literário ou o filme folclórico-rural. Depois, no plano do público, que era apreciador do teatro de revista, da comédia de costumes, visíveis também no teatro que se fazia, muito próximos, pela estrutura e pelo diálogo, dos filmes produzidos quase todos adaptados dos textos que foram êxitos no teatro (Pina, 1986: 86).

Em 1940, *João Ratão*¹⁵⁸, de Jorge Brum do Canto, assinala o gosto do divertimento que congrega os autores e o público. (Pina, 1986: 86-7), em 1941, a comédia detona com *O Pai Tirano*¹⁵⁹, o primeiro filme de Produções António Lopes Ribeiro (Pina, 1986: 87).

Os anos 40 são o apogeu da comédia popular e da tendência histórico-literário-melodramática, com o apoio do Estado à iniciativa privada, segundo a fórmula dos terços: um terço do capital, um terço do laboratório, um terço do distribuidor. Os filmes

¹⁵⁸ Adaptado da opereta de Ernesto Rodrigues, Félix Bermudes e João Bastos, é uma história de guerra interpretada por Maria Domingas, António Silva, Óscar de Lemos e Costinha, entre outros. Estreou no São Luís a 29 de Abril (Pina, 1986: 86-7).

¹⁵⁹ «Tudo parece caber neste filme absoluto: a crítica bem-humorada do amadorismo teatral; a crítica do velho dramalhão histórico; a crítica à aristocracia inútil e o louvor do trabalho honrado e do amor sincero, mas também criticados logo que se transformam em caricatura; a crítica da dicotomia teatro-cinema, talvez a mais interessante e, eventualmente, a menos notada; e, por cima de todas, a crítica à falsidade, da convenção, da insinceridade, mas como tal abundância de exemplos que o espectador poderá perguntar-se se, afinal, a realidade não é uma mentira» (Pina, 1986: 88).

feitos em produção directa do Estado (subsídio a 100%) não tiveram, apesar da sua forma cuidada e do interesse dos enredos, o êxito esperado. A partir de 1944, desaparecia a “propaganda nacional” e surgia a “cultura popular”, os mais importantes filmes histórico-literários produzidos na década foram *Amor de Perdição*¹⁶⁰, *Inês de Castro*¹⁶¹, *Camões*¹⁶² e *Vendaval Maravilhoso*¹⁶³ que demonstram bem a qualidade atingida nessa década (Pina, 1986: 93). Na temporada cinematográfica de 1946-47, período em que estreou *O Leão da Estrela*¹⁶⁴ (1947), o cinema português atravessava uma fase muito auspiciosa, foram exibidos dos maiores êxitos do cinema português, até então: *Capas Negras*¹⁶⁵ (Armando de Miranda, 1947) e *Fado, História de uma Cantadeira*¹⁶⁶ (Perdigão Queiroga, 1947), conseguindo cada um perto de duzentos mil espectadores, um “recorde” que só seria ultrapassado na década de 1980 (Costa, 1991: 84). Nos anos 40, 2% das estreias são de filmes nacionais e as temáticas ou eram

¹⁶⁰ «Com as suas disponibilidades técnicas e operacionais, António Lopes Ribeiro ilustrou o livro da única maneira possível, com sobriedade e fluência, sem procurar a todo o custo a referida “especificidade cinematográfica”» (Pina, 1986: 94).

¹⁶¹ Este é um «filme manuelino, gravando no celuloide, como os artistas daquele estilo gravaram na pedra, os símbolos de uma gesta colectiva. Síntese de própria história de Portugal» (Pina, 1986: 97).

¹⁶² «De novo tudo funciona apesar dos erros técnicos de um certo peso cenográfico, de uma certa confusão narrativa» (Pina, 1986: 97).

¹⁶³ O terceiro filme deste ciclo histórico. Feito em co-produção como Brasil e inaugurando assim, apesar de todas as dificuldades, uma colaboração cinematográfica que só agora parece querer reatar-se para a inovação, para os empreendimentos ousados. Dificuldades de toda a ordem, porém, vieram causar problemas constantes à produção, não só de tipo financeiro mas até censório, pois o guião inicial foi proibido pela nossa censura. O filme reflecte todas as dificuldades da produção, as mutilações do argumento cinematográfico, o desfasamento entre a ambição e a realidade (Pina, 1986: 98).

¹⁶⁴ *O Leão da Estrela* apresenta variações significativas em relação às características que tinham vindo a definir-se desde *A Canção de Lisboa*. Uma das suas características é o universo social dos seus protagonistas corresponder, em grande medida, ao da pequena e média burguesia urbana que constituía o público das salas de cinema. Era o retrato a situação real da esmagadora maioria dos frequentadores (espectadores de cinema, opunha-se ao funcionalismo público da capital à burguesia comercial da cidade Invicta (Ferreira, 2007: 55).

¹⁶⁵ Filme passado em Coimbra, as tradições da universidade, foi o pano de fundo para os amores da “tricana” (Amália) com o estudante de Direito (Alberto Ribeiro). Esteve em exibição seis meses, com 350 exibições e cerca de 200 mil espectadores, em Lisboa. Foi um dos maiores êxitos de sempre do cinema português (Costa, 1991:84).

¹⁶⁶ Com argumento de Armando Vieira Pinto e o aproveitamento da popularidade de Virgílio Teixeira, de António Silva e Vasco Santana. O “record” de 22 semanas de *Capas Negras* foi batido para 26, só não foi tão bom negócio como o precedente porque foi muito mais caro. Custou 2500 contos quase o dobro de *Capas Negras* (Costa, 1991:84).

aquelas que davam popularidade à política que as faziam rir (Barroso, 2002: 74).

A *política do espírito*¹⁶⁷ favorecia o cinema histórico-literário assente na divulgação de valores nacionais considerados sérios e cultos, exaltação da vida rural, do folclore, da tradição popular. A comédia era «o cancro do cinema nacional», disse António Ferro, enquanto o filme de carácter regional, folclórico, com as suas imagens de temáticas criadoras dos mitos dos nossos filmes desta época, e as «fitas de saloios» eram bem vistas pelos poderes públicos, ainda nas palavras de António Ferro, pois poderia tornar-se «benéfico, útil, óptimo elemento de propaganda, desde que convenientemente racionado» (Pina, 1986: 104 e Costa, 1991: 84).

Esta valorização ficou provada no financiamento pelo SPN, do filme de Leitão de Barros *Ala Arriba*¹⁶⁸ (1942), espécie de *remake* de *Maria do Mar*, passado na Póvoa de Varzim.

A década em causa assinala alguma colaboração entre os produtores portugueses e os espanhóis, numa política de colaboração¹⁶⁹ apoiada pelos dois governos (o Bloco

¹⁶⁷ A institucionalização da Política do Espírito de António Ferro tinha como principal propósito consolidar a cultura e a educação salazarista com filmes adaptados de romances ou de peças teatrais que considerava insuficientemente explorada (Costa, 1991:86). António Ferro, responsável pela aplicação da sua «política do espírito» ao cinema português desde a criação do SPN e dos serviços cinematográficos, em 1935, resumiu assim a intervenção do Estado na actividade: «E o Estado? Que tem feito o Estado? Que faz o Estado? Perguntas inevitáveis [...] A velha Campanha Portuguesa de Filmes, primeira pedra do cinema nacional, a Lisboa Filme, os produtores e realizadores portugueses que tantas vezes têm recorrido ao Ministério das Obras Públicas e ao Secretariado Nacional de Informação, para começarem ou terminarem as suas fitas, sabem muito bem o que tem feito para os ajudar, através de isenções de impostos e de empréstimos ou subsídios. Esta própria distribuição de prémios aos melhores filmes e artistas dos últimos dois anos é mais uma prova de interesse do Estado português pelo cinema nacional, mais um olhar de simpatia e de estímulo». [...] O cinema português atingira o máximo da sua qualidade expressiva nestes primeiros vinte anos de sonoro através de uma estrutura particular apoiada e não dependente do Estado a cem por cento, mais livre, apesar da Censura, que o cinema subsidiado posterior. [...] já em 1946 sugeriam outras vias tanto nos sectores de direita como nos de esquerda, quando está em discussão o projecto da Lei nº 2027.» (Pina, 1986: 103-4).

¹⁶⁸ Estreado no São Luís a 15 de Setembro de 1942, veio a ganhar uma das Taças Volpi na Bienal de Veneza desse mesmo ano, sendo, por isso, o primeiro filme português a conquistar um prémio maior numa manifestação internacional do género (Pina, 1986: 104).

¹⁶⁹ Apesar dos resultados positivos da colaboração entre os dois países, esta acabou e deixaram de se ver filmes espanhóis em Portugal e portugueses em Espanha. Não esquecer que, entre 1944 a 1949 foram rodados onze filmes naquele sistema, tendo, ainda que muito esporadicamente, os realizadores espanhóis vindo rodar filmes portugueses e actores e técnicos espanhóis, como actores e técnicos portugueses foram rodar filmes em Espanha. Mas esta iniciativa partiu, especificamente, de uma

Ibérico) em resultado da qual esteia *Inês de Castro* (1944) de Luís Dias Amado, co-produzido com condições técnicas únicas – do complexo do Lumiar – da Tobis e da Cinelândia¹⁷⁰ e de financiamento, propondo-se aquele realizador a continuar a colaboração dando aos dois mercados dez filmes por ano em colaboração e com a intervenção dos artistas e técnicos dos dois países. Para tal havia a consciência da necessidade de grandes capitais e a colaboração das autoridades (políticas e económicas) dos dois países que se assumiram como um centro da produção conjunta, com independentes motivações políticas ou ambições pessoais, com vista ao triunfo e projecção nos países de língua espanhola e portuguesa. Mas a colaboração com a Espanha e as co-produções não estavam oficialmente incluídas como saída para o cinema português, na estratégia de António Ferro que não as refere nem nos seus discursos nem na *política do espírito*, que orientava o SNI, nem na lei de protecção (de 1948), nem podia, já que o conceito de base era o do fechamento (da produção portuguesa) (Pina, 1986: 109-10).

Esta década marca o fim das estruturas de produção e a entrada em vigor da lei de protecção que, paradoxalmente, com a saída do responsável pela *política de cinema*, António Ferro, o Estado Novo vai progressivamente centralizando o cinema, a gestão do filme português, numa intervenção, por via corporativa, que não procurava criar uma indústria cinematográfica – e consequentemente a liberdade aos seus agentes – mas a um condicionamento a que correspondia, no plano económico, ao condicionamento cultural¹⁷¹, exercido pela Censura: a Companhia Portuguesa de Filmes, a Lisboa Filme,

produtora e distribuidora portuguesa, a Filmes Lumiar. Esta empresa era dirigida pelo comerciante italiano, residente no Porto, Giuseppe Trevisan e dela saíram filmes como *Madalena*, *Zero em Comportamento*, versão portuguesa da versão espanhola da versão original de Vittorio de Sica, dirigida em 1945 (Pina, 1986: 110).

¹⁷⁰ Localizada na Alameda das Linhas de Torres, entidade produtora e proprietária de um estúdio, fundada, no início da década de 40, pelo industrial Agostinho Fernandes, e cujas instalações foram alugadas à General Electric. Embora não estivesse equipada com o convencional material vocacionado para a produção de filmes, isso não impediu que aí fossem concretizados alguns projectos, mesmo sem qualquer resultado significativo comercial ou artístico – o que, segundo Félix Ribeiro (1983: 493-4), leva o seu proprietário a desinteressar-se pela actividade. Ficará o registo de ter sido nessas instalações que foram feitos os primeiros ensaios de filmagem a cor. A Cinelândia passará a ser a sede da Cinanfa, em 1945 e, a partir de 1956, centro de produção da Radiotevisão Portuguesa.

¹⁷¹ O apoio à produção privada ia para filmes que estimulassem os valores nacionais e populares, para além daqueles produzidos directamente pelo Estado e que representavam a transformação política,

as isenções de impostos e de empréstimos ou subsídios aos produtores e realizadores, através do Ministério das Obras Públicas e ao Secretariado Nacional de Informação, os prémios atribuídos aos melhores filmes e artistas eram a prova de interesse do Estado português pelo cinema nacional, que atingira o máximo da sua qualidade expressiva nos primeiros vinte anos do filme sonoro. Pina avança que só devia ser distribuidor/importador de cinema estrangeiro quem produzia cinema nacional, uma proposta curiosa. Mas a lei nº 2027 não veio contemplar tal posição e o SNI acabou por pôr os cineastas directamente ao serviço da sua política sugerindo o que lhe servia assente em financiamentos com origem nas bilheteiras. O ‘fundo’ funcionava só para um pequeno grupo, que viria a ter a sua produção permanentemente assegurada. A lei surge, então, em 27 de Fevereiro e, com ela, a figura do subsídio directo, colocando o cineasta no papel de um ‘funcionário público’ – é o princípio da centralização e dos apoios do Fundo do Cinema Nacional para filmes que representem o espírito português. Com esta lei, logo no seu 1º artigo, fica claro que se pretende proteger, coordenar e estimular a produção do cinema nacional, não indicando, qualquer objectivo final relativamente às questões de mercado, à difusão, à co-produção, ao sistema fiscal, conduzindo-o, através dos estúdios de Lisboa: Tobis, Lisboa Filme e Cinelândia.

De acordo com Pina (1986: 112-17), aquela lei contemplava uma crescente tendência para a produção do Estado, através dos serviços cinematográficos oficiais e os Serviços de Cinematográficos do Exército e aos Serviços de Cinema da Direcção-Geral dos Serviços Agrícolas aos que se viria juntar a Agência-Geral do Ultramar, na produção de documentários. Se, por um lado, a produção cinematográfica deste período se dirige essencialmente ao gosto do público, por outro, o sector cultural do cinema, com outra preparação e com o apoio da crítica dos jornais e revistas (e radio) não era complacente para com o filme português da época e vai exigindo uma nova mentalidade contemporânea, exigindo outro cinema, com outra organização e o fim da Censura¹⁷².

cultural e material do país por Salazar (*A Revolução de Maio*), a importância do império ultramarino para a conservação da paz lusitana a ideia eternizada de Portugal (*Feitiço do Império*) e a grandeza das nossas tradições populares e a força moral do povo (*Ala Arriba*) e das questões épicas (*Camões, síntese da História de Portugal*) (Pina, 1986: 113).

¹⁷² Regulamentada em 1945 pelo Decreto-Lei nº 34 590 (Pina, 1986: 117).

Será impossível ignorar que, conforme previsto na referida lei, este é o momento para a criação da Cinemateca, que nascerá pela mão de Félix Ribeiro e o nascimento do cineclubismo.

«A cultura cinematográfica, nesses anos antes de Abril, [...] acolhe vozes novas, enquanto a Cinemateca Portuguesa, dentro das escassas possibilidades de que dispõe, continua uma actividade exibidora que se deseja mais intensa e mais regular, apresentando diversas retrospectivas portuguesas, fundamentais para o conhecimento da história do filme nacional. [...], a Cinemateca começou o estudo sistemático do cinema português, quer através de retrospectivas dos seus principais autores [...] que através de investigações históricas sectoriais, recuperadas entretanto centenas de filmes de acervo existente em nitrato. Fundamental nesta actividade é a edição de catálogos referentes aos ciclos [...]. Ou seja, o que a Cinemateca provocava, ou pelo menos apoiava, junto da nova geração de criadores e espectadores, era a redefinição do cinema como arte – conceito que antes raras vozes (como Manoel de Oliveira e José Régio) tinham defendido, contra a produção nacional. [...] A abertura de horizontes foi completada por um inédito movimento editorial relativo às novas perspectivas do cinema, em obras originais ou traduções. Em 1967, o relatório “O ofício de Cinema em Portugal” sublinhará: “é de notar que este esforço editorial não foi um acontecimento fortuito, mas sim o fruto de um clima geral de entusiasmo criado à volta do cinema pelos cineclubes, e que o seu aparecimento é consequência directa do declínio destes.”» (Pina, 1986: 164-5)

2.4 Os anos 50 e o primeiro apoio estatal à produção

Esta década é caracterizada pela primeira Lei de Protecção do Cinema Nacional e pela aplicação do Fundo de Cinema¹⁷³, culminando com o «ano zero» do cinema português¹⁷⁴, que apontava a necessidade de superar o “preconceito cinéfilo” que muitos tinham em relação ao teatro, enfatizando a importância para o cinema de textos de boa qualidade e fazendo com que o cinema “sirva” o teatro (Ferreira, 2007: 66). A entrada

¹⁷³ O Fundo de Cinema, administrado pelo SNI, foi criado em 1948, no contexto da Lei Nº 2027 de Protecção do Cinema Nacional, a primeira lei deste género, com a finalidade de “proteger, coordenar e estimular a produção do cinema nacional”. O Fundo concedia subsídios para cobrir parte dos custos de produção de um número limitado de filmes, privilegiava filmes representativos “do espírito português, quer traduza a psicologia, os costumes, as tradições, a história, a alma colectiva do povo, quer se inspire nos grandes temas da vida e da cultura universais”. O Fundo não alcançou os seus objectivos e a política que estava por detrás do Fundo conduziu a uma crise do cinema português que duraria até ao 25 de Abril (Ferreira, 2007: 70). «Coube ao veterano crítico Roberto Nobre sair à estacada [...]. Nobre acusava a lei de “servir-se do cinema em vez de o servir” e contra o plano de exibição [...] e sustentava que “a generosidade da criação do ‘fundo’ era feita a expensas alheias”» (Costa, 1991: 107).

¹⁷⁴ 1955, é o ano no qual não se produziu qualquer filme. Foi, também, o ano em que se criou a Radiotevisão Portuguesa (Costa, 1991: 109).

em vigor do Fundo, ainda segundo Luís de Pina (1986: 121-2), não veio salvar o cinema nacional mas prolongar-lhe a agonia e é na sua vigência que se acentuam os erros, os abandonos, os fracassos, que levam a pôr em perigo a existência do nosso cinema: as principais figuras do cinema afastam-se (Leitão de Barros não realiza mais longas-metragens e Manoel de Oliveira só voltará a Portugal em 1963) só continuando a trabalhar alguns dos cineastas mais novos.

Frei Luís de Sousa (António Lopes Ribeiro/1950) terá sido um grande êxito de público, em parte pela sua procura de uma certa dignidade e aprumo na *mise-en-scène*, em total contraste com a falta de qualidade dos outros filmes feitos, que estabeleceram baixas expectativas no público. António Lopes Ribeiro, com este filme, foi o primeiro realizador a receber o financiamento, muito devido às suas boas relações (profissionais) com o regime (Ferreira, 2007: 67-70).

Perdigão Queiroga realiza *Os Três da Vida Airada* (1952), um musical com uma história passada nos bastidores do mundo do espectáculo. Uma das personagens principais é a representação da mulher ideal (da sociedade salazarista), com gosto pelas actividades domésticas, defendendo uma moral conservadora e católica, enquanto brincava com a arrogância da burguesia. O filme representa o começo da crise do cinema português. Do mesmo ano é *Nazaré* (Manuel Guimarães/1952), um filme dedicado à gente (humilde) da Nazaré que procurou nacionalizar um estilo (manuelino quinhentista), o “verismo português”, ‘desfigurado’ no final pela acção da censura prévia. A proposta de Manuel Guimarães, conciliava o documentário social e a ficção que permitia usá-lo como veículo ideológico e de observação humana, denunciava uma reflexão social que contrariava os cânones oficiais, que preferiam e promoviam um cinema socialmente amorfo e politicamente inócuo¹⁷⁵ (Ferreira, 2007: 73-83). Esta consciência marca o aparecimento do neo-realismo que, como movimento artístico e ideológico, exerceu uma forma de contestação ao regime e é uma importante concepção de um cinema enquanto arte (eminentemente social).

Enquanto o cinema mundial continua o seu processo, o cinema aqui produzido

¹⁷⁵ A «recepção crítica a Nazaré variou conforme o posicionamento ideológico dos seus autores» (Ferreira, 2007: 87).

torna-se cada vez mais convencional. O cinema desta e da década seguinte retrata uma sociedade organizada onde imperam os valores de ordem e honestidade. O género mais encontrado é o de *cançonetismo*. É um cinema de estereótipos que, politicamente, importava para a construção de uma cultura.

Era um «devaneio permitido pela estrita moral que os restantes filmes – os do realismo populista, moralismo ou nacionalista – patenteiam, propõem e representam. O cinema faz-se veículo de uma rectificação moral que se quer opor à influência do *star system* americano; o cinema português resiste-lhe criando um subsistema estelar [...] que alimenta a indústria das estrelas de cinema. E vive permanentemente em cima dessa contradição.» (Areal, 2011b: 434).

Quem se dispõe a ver um filme português mal filmado, mal sonorizado, de entrecho banal e falso, pelo mesmo preço de um bom filme estrangeiro, é a questão. À falta de outras propostas, o cinema estrangeiro domina por completo o mercado, cumprindo-se a profecia (de 1946) de Leitão de Barros sobre a total ausência de cinema português (Pina, 1986: 122-3) e, portanto, no nosso entendimento, a ausência de uma nação.

Se, por um lado, a produção cinematográfica portuguesa se encontra vazia, por outro, e, uma vez mais, paradoxalmente são formados novos cineastas e subsidiadas entidades (como a Cinemateca Nacional) que vão despertar o interesse pelo cinema português. As medidas políticas não foram uma solução de fundo: restringiu-se o formato de 16 milímetros; não se fomentava a construção de salas cinemas nem as co-produções; procurou-se centralizar ainda mais o sector, com a compra do capital da Tobis (Pina, 1986: 123). O mercado acaba por se fechar para nunca mais se conseguir garantir a sua quota nas salas. As dificuldades estavam assinaladas nas queixas apresentadas ao Governo pelos agentes da actividade (os produtores, os distribuidores, os exibidores, os responsáveis pelos estúdios e laboratórios): a necessidade da liberalização da Censura, do fomento da indústria, da revisão de alguns condicionalismos; da isenção fiscal de vários sectores e produtos. Nessa altura, como hoje, pedia-se uma autêntica política de cinema, mas o Estado teve (sempre) outras

prioridades, naquela altura era a televisão¹⁷⁶, e outro gosto, sem grande expressão, como nos filmes neo-realistas ou histórico-literários¹⁷⁷. A política do estado e os seus interesses estão bem patentes no número de filmes realizados através do Fundo em doze anos: quarenta, entre 1950 e 1962 (Pina, 1986: 124).

Outra tendência desta época foi a opereta (com as estrelas da canção), ‘fórmula oportunista’, assegura-nos Luís de Pina, onde até o humor é de segunda ordem, realizadas com os apoios do Fundo e da responsabilidade dos produtores com apenas dois objectivos: tentar chegar ao público e justificar a sua actividade¹⁷⁸.

Ao terminar a década as verbas do Fundo de Cinema são cada vez menos para a produção de longas-metragens e passam a ser aplicadas, sobretudo, no do documentário, na formação de técnicos e artistas, nas bolsas de estudo (em centros estrangeiros) e no apoio a outras iniciativas culturais. Em 1955, não se produziu uma única longa-metragem.

É, então, neste contexto que, no final da década (1956), se reúnem produtores, para tomar providências contra a “campanha de descrédito”, detectável nos meios de comunicação, enquanto o novo Decreto¹⁷⁹, reforça o controlo estatal através da Classificação de Espectáculos. Entretanto, os grandes produtores estão em decadência e muitos cessam a sua actividade¹⁸⁰. Não são exibidos filmes portugueses nas salas de cinema. Mas, apesar deste cenário, ainda houve equipas estrangeiras a procuram-nos para filmar, fazendo movimentar os estúdios. Muitos dos nossos cineastas são obrigados

¹⁷⁶ A televisão vai desviar alguns realizadores e técnicos que abandonam, assim, o cinema (Pina, 1986: 123).

¹⁷⁷ «O melodrama, literário ou não, querido do nosso público, que gosta de chorar, foi outra das tendências deste período, com ou sem neo-realismo, com ou sem música. Era um dos raros caminhos possíveis, pois as lágrimas fáceis poderiam disfarçar a pobreza de meios e criar uma reacção imediata do público» (Pina, 1986: 129).

¹⁷⁸ Henrique Campos terá sido único cineasta independente dessa época a apostar num cinema comercial mas sem recorrer ao Fundo.

¹⁷⁹ N° 41 051 de 1 de Abril de 1957.

¹⁸⁰ A Lisboa Filme entra em falência e a Tóbis é integrada, com o reagrupamento de dois estúdios e a instalação da Rádio Televisão Portuguesa (RTP) na Cinelândia (Pina, 1986: 136).

a recorrer à curta-metragem e à publicidade, para sobreviver (Pina, 1986: 132-8).

Foi ao sector cultural que coube o espírito de resistência que demonstraria que a crise tinha de ser combatida com medidas profundas, drásticas, com uma completa revisão da mentalidade cinematográfica, que o Estado não podia (ou não queria) resolver. Com este espírito, de resistência e protesto funcionam os cineclubes, uma nova geração de cinéfilos reúnem-se no I Encontro Nacional (1955, Coimbra) – estes encontros foram, obviamente, proibidos mas fundamentais para mais tarde (em 1967) se poder elaborar um relatório¹⁸¹.

No final de 1959, anuncia-se a revisão dos textos legais do cinema, processo que se vai arrastando (com ‘remendos’ legislativos, até 1971¹⁸²), surgindo, entretanto, a autorização para construção de salas de cinema em edifícios mistos.

Luís de Pina (1986: 141) lembra que houve duas contribuições diferentes para o movimento de renovação que se adivinhava: a primeira do cinema amador, através de nomes como os de António Campos e Vasco Branco, com as sessões de formato reduzido, em alguns cineclubes; e a segunda, de alguns colaboradores da Radiotelevisão Portuguesa (nos quadros técnicos ou jornalísticos, como Baptista Rosa, Fernando Lopes, Augusto Cabrita, Hélder Mendes ou Herlânder Peyroteo), que, no pequeno écran, vão fazendo outro cinema. Há que fazer justiça à contribuição do Fundo do Cinema para as bolsas de estudo de alguns candidatos, como António da Cunha Telles, Paulo Rocha ou Manuel Costa e Silva (Paris), Fernando Lopes e Faria de Almeida (Londres). Aquelas bolsas e as concedidas pela Fundação Gulbenkian¹⁸³ terão um papel

¹⁸¹ Esta Semana dedicada ao estudo do Novo Cinema Português, decorreu a 3 Dezembro de 1967, no Porto. Por sugestão da Fundação Gulbenkian, que se fez representar por Carlos Wallenstein, uma das sessões foi dedicada a discutir o modo como ela poderia intervir. Saiu O Ofício do Cinema em Portugal e o compromisso por parte dos cineastas presentes de elaborar um relatório sobre o estado do cinema no país que justificasse o apoio da Fundação. Seria um documento sobre a situação da produção, distribuição, e exibição de filmes. As conclusões do encontro apontavam para a criação de uma cooperativa de cinema que agregasse todos os novos cineastas, segundo Luís de Pina.

¹⁸² No governo de Marcelo Caetano (Pina, 1986: 135).

¹⁸³ O importante papel desempenhado pela Fundação Gulbenkian no início dos anos 70 no relançamento da produção cinematográfica portuguesa, contou também com a dedicada acção de Bénard da Costa, designadamente na organização de mais de três dezenas de ciclos de cinema, ao longo de 16 anos, e que a partir dos anos 80 foram concretizados em colaboração com a Cinemateca. Os ciclos de cinema

decisivo no sistema português a partir da década seguinte.

2.5 Os anos 60 e os diferentes rumos do cinema nacional

A década de 60 é marcada pelo aparecimento de grandes manifestações na arte contemporânea, como o movimento do Cinema Novo, em diferentes países. O início dos anos de 1960 serão marcados por este novo fôlego¹⁸⁴, de (mais) um novo cinema português, produto de uma nova geração de cineastas, oriundos do cineclubismo, da crítica, do Estúdio Universitário de Cinema e das escolas estrangeiras, do cinema amador e da produção nacional (da RTP), com jovens que viriam a amadurecer os seus conhecimentos e opções (Pina, 1986: 134).

O «novo cinema português desenvolvia preocupações mais estéticas do que políticas. Bénard da Costa (1991: 114) considera que desde o início houve uma diferenciação no discurso “dos paladinos desse novo cinema”. [...] Uma das maiores marcas do novo cinema português é esta ideia de uma resistência global, que em várias figuras e objectos de negação foi atravessando os nossos filmes no período que estamos a considerar: a tal “austera e radical intransigência”, [...]. O novo cinema surgiu, como vimos, na oposição: em relação ao velho cinema, que estava moribundo e que, apesar de tentar renovar-se nos filmes com vedetas quase sempre cantantes, não era propriamente adversário que metesse medo, mas era inimigo que pedia extermínio; e oposição em relação ao sistema político e à sociedade salazarista/marcelista em geral, que, ao mesmo tempo, permitia esta oposição e censurava outro tipo de resistência, mais objectivada. Mas esse mesmo *ethos* oposicionista encontrava-se sobretudo *dans l'air du temps*, que os nossos cineastas iam, por vezes a expensas do próprio Estado Novo, respirar em França e Inglaterra, e de que o cinema era justamente, na época, uma das manifestações mais avançadas e agudas. Não podendo nem porventura querendo negar coisas concretas, os nossos cineastas assentam baterias num combate contra um certo tipo de cinema e concentram-se numa defesa da autonomia do seu trabalho enquanto arte, com todas as virtualidades e limitações que este acantonamento vanguardista contém, [...]. De facto, há um princípio genérico, a partir do qual se articulam os outros: a recusa do cinema enquanto indústria alienante, ao qual se contrapõe o cinema enquanto sétima arte. Paulo Rocha caracteriza a *Nouvelle vague*, justamente, por uma incompatibilidade com um cinema que institucionalmente funcionava de uma forma muito fechada e não problemática e pela súbita descoberta de que era possível, graças a certas inovações técnicas, ultrapassar os condicionalismos impostos por essa institucionalização, e repensar todas as formas do cinema de um modo que correspondesse ao sentir e pensar da nova geração. O novo equipamento dava as condições técnicas, o Estado e a Gulbenkian davam as

criam espectadores – a formação e criação de públicos para o cinema passou a ser das mais expressivas consequências da intervenção do crítico (Barroso, 2002: 20).

¹⁸⁴ Resultado da década anterior.

condições financeiras, era possível, em Portugal, entronizar o cinema enquanto arte. Mas, repare-se, isto passava-se justamente em contra-maré à evolução, geral e de longa duração, do fenómeno-cinema; se a novas vagas e o *free cinema* puderam por momentos dar a impressão contrária, depressa se veria que, na segunda metade do século, o cinema estava claramente cindido em duas vertentes, e era a industrial que claramente dominava. O nosso cinema era, assim, um núcleo de resistência à tendência dominante: núcleo que, curiosamente, ao contrário dos outros países, com a sua combatividade conseguiu ter nas mãos quase todas as rédeas do poder de produzir, ensinar e criticar.»¹⁸⁵

Com o afastamento de alguns dos nossos melhores realizadores, torna-se abissal a distância entre a produção nacional e a do resto do mundo. Para além das questões¹⁸⁶ anteriormente avançadas contribuíram para este estado de coisas a fraca difusão/distribuição e a concorrência da televisão. Hoje, no início do século XXI é a vez dos conteúdos *on-demand*.

De acordo com Eduardo Paz Barroso (2002: 90), na década de 60, acentua-se a evolução da cultura cinematográfica portuguesa, caracterizada por uma «sucessão de inovações estilísticas e ideológicas» (Areal, 2011b: 435), pelo regresso de Manoel de Oliveira a Portugal¹⁸⁷, pelo aparecimento da televisão que permitirá formar técnicos e de onde surgirão os novos realizadores e a formação de uma mentalidade crítica (Barroso, 2002: 102), que reflecte o cinema que se fazia.

Os anos 60 são, ainda, os anos do novo cinema português e dos anos Gulbenkian¹⁸⁸, do estabelecimento de modelos de argumentação abrangidos pelo

¹⁸⁵ Monteiro, 2000.

¹⁸⁶ A centralização e a falta de perspectiva da lei de cinema, as limitações à difusão do cinema e a concorrência progressiva da televisão, associada à falta de interesse do público. No final da década anterior, face àquelas questões, o presente e futuro da nossa cinematografia estavam penhorados, tanto para os mais velhos como para as novas gerações de cineastas (Pina, 1986: 134-5).

¹⁸⁷ O evento mais significativo no domínio da produção é o regresso de Manoel de Oliveira ao cinema. Oliveira e a sua obra, independentemente de concessões comerciais, marcada por um profundo amor do cinema, tornavam-se um símbolo para o sector cultural, nomeadamente para os novos cinéfilos que despontavam (Pina, 1986: 139).

¹⁸⁸ Estes anos destacam-se pelos apoios financeiros concedidos por esta fundação, através do Centro Português de Cinema, que permitiu uma resistência artística por meio do cinema.

cânone¹⁸⁹ - válido para esta e para a década seguinte (Barroso, 2002: 73-80).

Em 1961 é inaugurado o Estúdio Universitário de Cinema Experimental¹⁹⁰ (uma Secção da Mocidade Portuguesa), com o apoio do Fundo do Cinema e do Ministério da Educação, dirigido por António da Cunha Telles¹⁹¹, por onde vão passar muitos dos novos cineastas. Destaca-se a actividade de Manuel Queirós (Cinedex¹⁹²) e o surgimento de um novo tipo de produção (económica e popular), filmes que são um esforço para manter viva a produção.

«Manuel Queirós¹⁹³ tentava a produção independente Sublinhe-se a importância do seu trabalho num género pouco feito em Portugal: filmes para a infância, oriundo da Lisboa Filme (onde trabalhou 10 anos em produção) funda a Cinedex em 1962, que, através de apoios do Fundo, manteve uma actividade de produção contínua, de 10 os filmes em três anos de actividade. Nem todos os novos cineastas fazem cinema novo e havia diversas formas de encontrar novas linguagens, experimentar e sentir a liberdade criativa, de uma resistência política, às leis que regulavam a actividade, a qualidade do produto e em consideração do público. Resultado, são produções eminentemente sociológicas e naturalistas que fazem dos filmes, desta época, preciosidades históricas.» (Pina, 1986: 149)

O ano de 1961 marca, ainda, o início da rodagem de *Dom Roberto*¹⁹⁴, produzido através da Cooperativa do Espectador, com uma equipa de jovens, dirigida por Ernesto

¹⁸⁹ O cânone do cinema novo português, do Centro Português de Cinema e da Revolução de 74 (Barroso, 2002: 81).

¹⁹⁰ De acordo com Luís de Pina (1986: 142), este foi o embrião da Escola Superior de Cinema.

¹⁹¹ António Cohen Cunha Telles nasceu no Funchal em 1935. Em Paris obtém o diploma de realizador, em 1961 e no ano seguinte inicia a sua actividade de produtor. Esteve no arranque do Cinema Novo e na base dos trabalhos de quase uma geração de realizadores – o que o levaria à ruína financeira. Fundador da Animatografo, responsável pela distribuição de alguns dos mais importantes filmes vistos em Portugal na primeira metade da década de 70. «Como produtor, sonhou uma produção contínua, tentou a co-produção, promoveu a divulgação da primeira vaga do Cinema Novo em festivais. Acabaria falido mas com um capital de concretização inestimável. Sonha com um Hollywood-sur-Tage. Muito do que de importante aconteceu nos últimos vinte e cinco anos de cinema português se cruzou algures com António da Cunha Telles. Isso basta» (Ramos, 1989: 382-3).

¹⁹² Com estúdio a Campolide (Pina, 1986: 156).

¹⁹³ Vindo da Lisboa Filme, onde trabalhou 10 anos em produção, funda a Cinedex em 1962. Através de apoios do Fundo tentou manter uma actividade de produção contínua – foram 10 os filmes em três anos de actividade. Sublinhe-se a importância do seu trabalho num género pouco feito em Portugal: filmes para a infância.

¹⁹⁴ Estreia a 30 de Maio de 1962, no cinema Império (Ferreira, 2007: 103), com Raul Solnado e Glicínia Quartín.

de Sousa. O filme data o nascimento do novo cinema, em plena crise, e mesmo que tecnicamente impreparado, tinha uma nítida base cultural, foi produzido e realizado com bastante entusiasmo e vontade de ser diferente (Pina, 1986: 142). É um cinema feito por cineastas que optaram por uma «narrativa subjectivada» (Areal, 2011b: 435) que resulta, obrigatoriamente, num cinema existencial.

No que diz respeito a publicações especializadas, o «próprio Fundo do Cinema subsidiou a revista *Filme*, dirigida por Luís de Pina, que se começou a publicar em 1959. No seu nº 20 – Novembro de 1960 – a revista dedicava um *dossier* ao que já chamava "novo Cinema português", afirmando, pela pena do seu director, "que este, vivendo nos últimos anos de uma desconsoladora mediania, precisa de sangue novo. Os que ficaram para trás, alimentando-se das próprias limitações e criando o mito da impossibilidade de fazer cinema em Portugal, parece já nada terem para dizer.» (Costa, 1991: 115).

O cinema desta década vive, então, dois períodos: com a estreia de *Dom Roberto*¹⁹⁵ e as produções Cunha Telles (1963-1966), coincidente com o regresso de Manoel de Oliveira e Jorge Brum do Canto; e o segundo, que diz respeito às produções associadas ao Centro Português de Cinema (subsidiado pela Fundação Gulbenkian, de 1972 a 1975) e a publicação da Lei nº7/71, de 7 de Dezembro.

Para alguns estudiosos não será aquele filme, de Ernesto de Sousa, a marcar a ruptura com o velho cinema mas, sim, *Os Verdes Anos*, porque abandona, definitivamente o neo-realismo, lançando-se na *nouvelle vague*¹⁹⁶ (limpo e directo).

¹⁹⁵ «Dom Roberto não foi o grande filme que se esperava, constituindo até uma decepção, apesar da evidente humanidade do projecto, da cinefilia e da cultura dos autores (o argumento é de Leão Penedo) e do dedicado entusiasmo da equipa. Trata-se de um filme já datado na sua origem, vindo de um certo “neo-realismo”, pobre e miserabilista, com personagens-símbolo e uma visão que, mesmo poética, é limitadora do mundo real)» (Pina, 1986: 143-4).

¹⁹⁶ É a *nouvelle vague* que atrairá grande parte dos jovens cineastas – como antes deles outras gerações tinham sido influenciadas pelas vanguardas europeias, nos anos 30, ou o neo-realismo italiano nos anos 50.

Paulo Rocha¹⁹⁷ vai realizar a primeira produção Cunha Telles.

Em 1962 alguns alunos do Estúdio Universitário de Cinema Experimental têm a possibilidade de se estrearem, preparados para exercer a sua profissão, nas Produções Cunha Telles; e, nesse ano, Jorge Brum do Canto volta a filmar, *Retalhos da Vida de Um Médico*, nove anos depois de *Chaimite*.

O contexto político e social, da guerra em África, trará novas dificuldades ao cinema português, quando se torna prioritária a mobilização total na RTP, atrasando, definitivamente, a possibilidade de se criarem soluções de fundo. O documentário acaba por atrair tanto os cineastas como o público, interessados na guerra e nas imagens ultramarinas.

Os filmes de Cunha Telles¹⁹⁸ não beneficiaram dos favores do público e este terá de cessar a sua actividade, não sem antes produzir *O Crime da Aldeia Velha* e *Mudar de Vida*¹⁹⁹, feitos praticamente sem apoio oficial, independentes do ponto de vista criativo, buscando uma expressão estética diferente, mais moderna, mais próxima do quotidiano. Os seus filmes²⁰⁰ «eram sobretudo uma aposta corajosa e integralmente assumida, um

¹⁹⁷ Natural do Porto, amigo e colaborador de Manoel de Oliveira, companheiro de Cunha Telles no IDHEC parisiense, é aí que vai realizar a sua primeira produção Cunha Telles: *Verdes Anos* que estreou a 29 de Novembro de 1963 (Pina, 1986: 144-5).

¹⁹⁸ Depois de *Os Verdes Anos* este produtor conduzia o segundo filme da nova geração, «Belarmino, um filme ao jeito de reportagem televisiva e no estilo do cinema vérité ou candid camera, uma das propostas criadoras do final dos anos 50, quando o seu realizador, Fernando Lopes, que trabalhava no *Telejornal* de Manuel Figueira, na RTP, se encontrava em Londres a cursar a escola de Cinema, Fernando Lopes, com subsídio do Fundo do Cinema» que estreia no *Avis* a 18 de Novembro de 1964, e o «filme de Carlos Vilardebó, um português radicado em Paris, com o título de *As Ilhas Encantadas*» que estreia no *Tivoli* a 15 de Março de 1965 (Pina, 1986: 144-7).

¹⁹⁹ É o segundo filme de Paulo Rocha, com Maria Barroso, Isabel Ruth e o brasileiro Geraldo Del Rey, rodado na zona do Furadouro e da Torreira, entre o mar e a ria de Aveiro. Estreou no Cinema Novo, em 20 de Abril de 1967.

²⁰⁰ No interior das Produções Cunha Telles, a atmosfera azeda bastante, pelos idos de 67 (um pouco pela grande falta de dinheiro, um pouco também pela discordância entre produtor e realizadores sobre o destino a dar ao que ia aparecendo); como resultado disso, e talvez para se demarcar ("castigar") da «fauna de ingratos», Cunha Telles decide produzir um filme que combinasse arte e público, talento e plateias populares (Grilo, 1997: 160). Cunha Telles resolveu apostar forte em António de Macedo, apesar de tudo o cineasta que no box-office lhe dera menos razões de queixa, para um filme de espionagem. «Chamou-se *Sete Balas para Selma* (1967) e não só o não salvou, como levou os seus companheiros de aventura a chamarem-lhe piores nomes do que aqueles que o Diabo chamou à mãe» (Costa, 1991: 126). Cunha Telles troca então a produção pela distribuição, fundando o Animatógrafo,

risco total, um projecto quase suicidário» (Pina, 1986: 147-8).

O cinema dos anos 60, apesar da fragilidade e o compromisso com o desconhecimento, seja representante de um novo cinema português, uma outra forma de fazer filmes.

Como já foi referido, o início da década é marcada pelo regresso de Manoel de Oliveira, que recebe o apoio à produção para dois filmes e, imune às concessões comerciais, torna-se num símbolo da nossa cinematografia, nomeadamente para os novos cinéfilos que surgiam. O mais purista e radical realizador, transforma a linguagem cinematográfica e a dramatização, uma forma de fixar o teatro, como em o *Acto da Primavera*²⁰¹.

Os anos 60 caracterizam-se, do ponto de vista da crítica, pela produção de textos e peças críticas significativas que registam o pensamento discursivo (da estética), opções e gostos de cariz sociológico, com o cuidado de abordar os problemas do público e da distribuição e, portanto, da necessidade de uma indústria cinematográfica. São anos de reestruturação e o texto crítico reflecte e comunica a experiência participada de assistir a um filme.

Um texto sobre um filme é capaz de atrair a nossa curiosidade – sabermos se um filme é merecedor da nossa atenção», porque o nome do realizador, dos actores, acompanhados de uma frase síntese não revelam o suficiente para atrair as pessoas ao cinema. A partir daquelas premissas, desenvolvem-se questões como o contexto de

que seria responsável por uma quase revolução no tipo de cinema visto em Portugal na primeira metade dos anos 70. É pela mão desta distribuidora que o público conhece realizadores importantes da época (Ramos, 1989: 382). A esta tarefa juntam-se os esforços da Cinemateca e da Gulbenkian e os seus ciclos.

²⁰¹ Primeira longa-metragem produzida, fotografada e dirigida por Manoel de Oliveira (apoiada pelo Fundo) e que estreou no cinema Império a 2 de Outubro de 1963. O realizador não se limitou a registar em perfeita sequência os vários distanciadores que lhe conferem um novo significado documental (a vida da aldeia, a preparação do auto), cultural (as relações do auto com o mundo, a 'descida aos infernos' que são actualidades contemporâneas) e poético-espiritual (o sentido profundo da Paixão de Cristo), novo significado que atinge toda a grandeza nas imagens finais (Pina, 1986: 162). Antes deste, após ter-se deslocado à Alemanha para estudar as questões técnicas da película e fotografia a cores e adquirindo equipamento próprio, realizou a curta-metragem *O Pintor e a Cidade* (Costa, 1991: 122).

outros filmes do mesmo realizador, do mesmo país, do mesmo género, da mesma produtora e estúdio, porque, como nos diz Eduardo Paz Barroso (2002: 92-108), os filmes assentam em conceitos sociais, políticos, estéticos e filosóficos. É uma década de renovação dos meios disponíveis à crítica, nas revistas especializadas e particularmente, pelo reconhecimento do cinema na imprensa diária. Enquanto isto, assiste-se ao declínio do movimento cineclubista, provavelmente devido ao cansaço dos seus responsáveis e pela alteração dos hábitos da vida social. Vindo da crítica e dos cineclubes, surge João César Monteiro que constrói, através do experimentalismo, um contexto, que, nas suas palavras, são da primeira geração de cineastas cultos.

Incontornável, como filme-símbolo da estética deste *outro* cinema é *Uma Abelha na Chuva*²⁰², de Fernando Lopes que trouxe, nas suas imagens, a marca da ruptura da linguagem cinematográfica, quatro outros filmes²⁰³ vão destruir tabus históricos do nosso cinema: o ‘problema’ ultramarino, a revolta estudantil e a iniciação sexual, e, por isso, serão proibidos (Pina, 1986: 150-1).

Na apreciação de Luís de Pina (1986: 160), no final da década (em 1967) não há público, as produtoras estão falidas e, neste cenário, a 3ª *Geração* do nosso cinema vivia a desilusão e recorria à publicidade e ao documentarismo industrial, ou cultural, para sobreviver. O *velho* cinema português esgota-se, com a morte de Leitão de Barros, com o fim da carreira de Lopes Ribeiro, Perdigão Queiroga e Fernando Garcia, com Chianca e Arthur Duarte no Brasil, o filme português é garantido por alguns *sobreviventes* incapazes de atingir a qualidade exigida.

«A cultura cinematográfica, nesses anos antes de Abril, [...] acolhe vozes

²⁰² Estreou no Estúdio, a 13 de Abril de 1972, ganhou o Grande Prémio de Cinema da SEIT, teve fraco acolhimento do público mas recebeu o louvor da crítica. Foi adaptado do romance homónimo de Carlos de Oliveira por Fernando Lopes, não tanto na procura de um equivalente audiovisual para a ficção literária, mas na procura de uma desconstrução permanente que pusesse em causa, no interior da própria narrativa, a linguagem utilizada. Um filme absolutamente experimental. (Pina, 1986: 150-1) Financiado pelo Fundo, e por amigos, inserido na Média Filmes (fundada por Fernando Lopes com Fernando Matos Silva, Alberto Seixas Santos, Alfredo Tropa e Manuel Costa e Silva), esta é a sua primeira obra inteiramente de ficção feita à margem do CPC (a que preside). Rodado entre 1968 e 1967, estreou em 1972 e ganhou o Grande Prémio de Cinema da S.E.I.T. (Costa, 1991: 132-3).

²⁰³ Índia (1972) de António Faria; Deixem-me ao Menos Subir às Palmeiras (1972) de Lopes Barbosa; Nojo aos Cães (1970) de António Macedo; e Sofia e a Educação Sexual (1973) de Eduardo Gêada (Pina, 1986: 151-2).

novas, enquanto a Cinemateca Portuguesa, dentro das escassas possibilidades de que dispõe, continua uma actividade exibidora que se deseja mais intensa e mais regular, apresentando diversas retrospectivas portuguesas, fundamentais para o conhecimento da história do filme nacional. [...], a Cinemateca começou o estudo sistemático do cinema português, quer através de retrospectivas dos seus principais autores [...] que através de investigações históricas sectoriais, recuperadas entretanto centenas de filmes de acervo existente em nitrato. Fundamental nesta actividade é a edição de catálogos referentes aos ciclos [...]. Ou seja, o que a Cinemateca provocava, ou pelo menos apoiava, junto da nova geração de criadores e espectadores, era a redefinição do cinema como arte - conceito que antes raras vozes (como Manoel de Oliveira e José Régio) tinham defendido, contra a produção nacional.[...] A abertura de horizontes foi completada por um inédito movimento editorial relativo às novas perspectivas do cinema, em obras originais ou traduções. Em 1967, o relatório "O ofício de Cinema em Portugal" sublinhará: "é de notar que este esforço editorial não foi um acontecimento fortuito, mas sim o fruto de um clima geral de entusiasmo criado à volta do cinema pelos cineclubes, e que o seu aparecimento é consequência directa do declínio destes."» (Pina, 1986: 172-3)

2.6 Os anos 70 e o papel do mecenato

O Cineclube do Porto organiza (em 1970) um encontro nacional de críticos, realizadores e técnicos. Apesar da cultura cinematográfica seguir caminhos diversos, o cineclubismo passa a ser a 'casa' das várias tendências. A Cinemateca Portuguesa continua a sua actividade enquanto exibidor, apresentando diversas retrospectivas, fundamentais para o conhecimento da história do filme português.

Esta década ficará conhecida pelo que A. Roma Torres designou de *anos Gulbenkian*, com origem em 1967, quando o Cine-Clube do Porto solicitou um apoio àquela Fundação para a realização da Semana de Estudos sobre o Novo Cinema Português, onde foi levada a cabo uma ponderação de como a Fundação Calouste Gulbenkian (FCG) podia intervir favoravelmente no cinema, colhendo a opinião dos artistas que a ele se dedicam. A comunidade²⁰⁴ aceitou o desafio e a tomada de uma

²⁰⁴ Estiveram presentes (Alberto Seixas Santos, Alfredo Tropa, António de Macedo, António-Pedro Vasconcelos, Artur Ramos, Fernando Lopes, Fernando Matos Silva, Gérard Castello Lopes, Ernesto de Sousa, José Fonseca e Costa, Manuel Costa e Silva, Faria de Almeida, Manoel de Oliveira, Manuel Ruas e Paulo Rocha. Assinala-se a ausência de António da Cunha Telles. Pretendiam a criação de um serviço novo na Gulbenkian, com autonomia administrativa mas dependente do seu financiamento (o Centro Gulbenkian de Cinema). A proposta não foi aceite pela Fundação, que apoiará o movimento através de subsídio, por um período experimental, a uma entidade privada que os próprios cineastas fundem e gerem.

consciência colectiva das dificuldades do meio gerou um documento²⁰⁵ que ficou conhecido como *O Ofício do Cinema em Portugal* (9 de Dezembro de 1967) que, em síntese, sugere a criação de um centro de cinema na Fundação Gulbenkian, que, segundo Bénard da Costa (1991: 128) é:

«[...] uma das maiores do mundo, desde 1956 conduzia uma acção que transformara a vida cultural portuguesa', mas, durante os primeiros dez anos de existência, pouco fizera pelo cinema. Por isso em várias entrevistas concedidas pelos homens do "cinema novo" [...] a partir de 65, quando as coisas se puseram mais feias, os seus ataques não visam apenas o Fundo ou o Palácio Foz. Começam também a criticar a Fundação Gulbenkian por nada ter feito pelo cinema em quase dez anos de existência. Por exemplo, em 65, no *Plano*, Fernando Lopes diz: "em relação ao cinema português, do ponto de vista cultural, há uma outra entidade que tem obrigações extremamente grandes e às quais foge: a Fundação Gulbenkian [...]. Nessa mesma entrevista adianta, com algumas reticências, a ideia de que a Fundação "podia fazer aqui coisa semelhante a um Instituto Português de Cinema". Na mesma ideia de responsabilização da Gulbenkian comungou Paulo Rocha, que inclusive se referiu a ela em várias entrevistas dadas no estrangeiro. Muitos críticos e jornalistas reforçaram esta tese, com recados mais do que explícitos à Fundação. Esta tinha já começado, há alguns anos, a conceder bolsas no estrangeiro a cineastas ou candidatos a tal. Iniciara essa política em 61 e de bolsas da Gulbenkian tinham beneficiado (para me ficar por nomes que depois seriam mais conhecidos ou já o eram) António Pedro Vasconcelos (1961), António Campos (1961), Alberto Seixas Santos (1963), Manuel Guimarães (1963), João César Monteiro (1963), Sá Caetano (1963), Alfredo Tropa (1963), António Escudeiro (1963), Teixeira da Fonseca (1964), Manuel Costa e Silva (1966), Elso Roque (1967), João Matos Silva (1968), António da Cunha Telles (1968). Tinha apoiado os Festivais de Lisboa e outras manifestações esporádicas. Mas até 67 – apesar de algumas solicitações sobretudo para o documentário cultural [...] – recusou envolver-se nesse terreno e não havia, nos seus Serviços ou Departamentos, qualquer sector de Cinema (só em Maio de 69, tal sector foi criado no âmbito do Serviço de Belas-artes). Mas o barulho começava a ser muito às suas portas e em 67 o Dr. Azeredo Perdigão considerava que era tempo de pensar no problema. A ocasião surgiu, quando, nesse mesmo ano, o Cine-Clube do Porto solicitou um subsídio para uma Semana de Estudos sobre o Novo Cinema Português a realizar em Dezembro. Ao conceder-lo, a Fundação adiantou uma sugestão: que fosse "dedicada uma das sessões do colóquio, à qual estaria presente considerável representação de cineastas portugueses, à ponderação de como seria desejável, do ponto de vista do cinema e dos artistas que a ele se consagram, que a Fundação interviesse. Dessa sessão poderia sair um relatório que ajudaria a esclarecer o Conselho de Administração acerca dos problemas a que nos vimos referindo”»²⁰⁶ (Costa, 1991: 128 e 1985: 33-4).

²⁰⁵ Este documento era uma súmula da situação do cinema português onde se apontavam algumas das principais orientações que viriam a o movimento do novo cinema: de qualidade e orientado para um reconhecimento no estrangeiro.

²⁰⁶ «[...] a partir de 65, quando as coisas se puseram mais feias, os seus ataques não visam apenas o Fundo ou o Palácio Foz. Começam também a criticar a Fundação Gulbenkian por nada ter feito pelo cinema em quase dez anos de existência. Por exemplo, em 65, no *Plano*, Fernando Lopes diz: "em relação ao cinema português, do ponto de vista cultural, há uma outra entidade que tem obrigações

Mantém-se, no fundo, a intenção da centralização, do financiamento garantido, privilegiando a produção e a melhoria da qualidade do cinema nacional.

A principal característica do *novo cinema* que passa pelo acesso ao equipamento necessário. O Centro Português de Cinema (CPC), sociedade cooperativa fundada em 1969, reunirá as condições para auxiliar as equipas, com material, sem lhes limitar a criação. As obrigações da FCG passavam pela concessão de um subsídio experimental por um período de três anos, atribuído logo em 1971 e que terá orçado os três mil e duzentos contos²⁰⁷.

Entre a formação do Centro e a chegada dos primeiros apoios²⁰⁸ a Fundação Gulbenkian criou o Sector de Cinema, que subsidiou a produção de um conjunto de

extremamente grandes e às quais foge: a Fundação Gulbenkian [...] obrigações e responsabilidades já que a cultura portuguesa não se limita à Literatura, ao Teatro, ao Ballet - e não sei que mais - o Cinema entra aí também". Nessa mesma entrevista adianta, com algumas reticências, a ideia de que a Fundação "podia fazer aqui coisa semelhante a um Instituto Português de Cinema". Na mesma ideia de responsabilização da Gulbenkian comungou Paulo Rocha, que inclusive se referiu a ela em várias entrevistas dadas no estrangeiro. Muitos críticos e jornalistas reforçaram esta tese, com recados mais do que explícitos à Fundação. Esta tinha já começado, há alguns anos, a conceder bolsas no estrangeiro a cineastas ou candidatos a tal. Iniciara essa política em 61 e de bolsas da Gulbenkian tinham beneficiado (para me ficar por nomes que depois seriam mais conhecidos ou já o eram) António Pedro Vasconcelos (1961), António Campos (1961), Alberto Seixas Santos (1963), Manuel Guimarães (1963), João César Monteiro (1963), Sá Caetano (1963), Alfredo Tropa (1963), António Escudeiro (1963), Teixeira da Fonseca (1964), Manuel Costa e Silva (1966), Elso Roque (1967), João Matos Silva (1968), António da Cunha Telles (1968). Tinha apoiado os Festivais de Lisboa e outras manifestações esporádicas. Mas até 67 - apesar de algumas solicitações sobretudo para o documentário cultural [...] - recusou envolver-se nesse terreno e não havia, nos seus Serviços ou Departamentos, qualquer sector de Cinema (só em Maio de 69, tal sector foi criado no âmbito do Serviço de Belas-Artes). Mas o barulho começava a ser muito às suas portas e em 67 o Dr. Azeredo Perdigão considerava que era tempo de pensar no problema. A ocasião surgiu, quando, nesse mesmo ano, o Cine-Clube do Porto solicitou um subsídio para uma Semana de Estudos sobre o Novo Cinema Português a realizar em Dezembro. Ao concedê-lo, a Fundação adiantou uma sugestão: que fosse "dedicada uma das sessões do colóquio, à qual estaria presente considerável representação de cineastas portugueses, à ponderação de como seria desejável, do ponto de vista do cinema e dos artistas que a ele se consagram, que a Fundação interviesse. Dessa sessão poderia sair um relatório que ajudaria a esclarecer o Conselho de Administração acerca dos problemas a que nos vimos referindo"» (Costa, 1991: 128 e 1985: 33-4).

²⁰⁷ Uma vez e meia o orçamento de uma produção média, segundo Grilo (1992: 161).

²⁰⁸ Em Setembro de 1970 a Fundação contrata os primeiros financiamentos, mas o protocolo formal só será assinado um ano depois. Fica-se então à espera que venha da Gulbenkian, depois dos inevitáveis procedimentos burocráticos, o dinheiro que permitirá o novo arranque.

curtas-metragens muito características do novo cinema, através da Cultura Filmes²⁰⁹.

O núcleo de cineastas do Centro Português de Cinema era formado por Paulo Rocha, Fernando Lopes, António de Macedo, Fonseca e Costa, Seixas Santos, António Pedro Vasconcelos. Era um grupo singular, de tendências estéticas diversas, mas com um núcleo sólido, com apetência e capacidade de poder (Costa, 1991: 131-2). Dessa geração destacam-se três ausências de peso: António da Cunha Telles (afastado em sequência do fim das suas produções); João César Monteiro (por ser um *enfant terrible* da crítica, julgado como *demasiado extremista*); e António Campos (um amador autodidacta), superada em 1972.

De paradoxo em paradoxo se vai construindo esta história. Agora, o seu protagonista será António da Cunha Telles que apesar dos reveses enquanto produtor e da marginalização a que foi alvo, pelo grupo do *Ofício*, realizou um filme com escassos meios que foi, em 1970, um sucesso comercial²¹⁰, *O Cerco*²¹¹, conseguindo o feito de o primeiro filme do novo cinema novo a pagar os custos da produção com as respectivas receitas de exibição, no mercado interno e estrangeiro, e mesmo a dar lucros de cinquenta por cento (Costa, 1991: 132).

A 7 de Dezembro de 1971 foi publicada a Lei do Cinema Nacional²¹².

²⁰⁹ Empresa de Ricardo Malheiros que funcionou entre 1967 e 1969.

²¹⁰ Não sabemos os números de bilheteira (receitas e público) mas é um título que aparece repetidamente referenciado como tendo estado 3 meses em exibição.

²¹¹ O Cerco foi rodado em 1969 e estreado em 1970, produção apoiada pelo Fundo de Cinema e participou na Quinzena de Realizadores de Cannes.

²¹² Esta lei cria o Instituto Português de Cinema (cujo regulamento viria a ser publicado apenas em 1982), pelo Secretário de Estado da Informação e Turismo. As atribuições do Instituto Português de Cinema (IPC) passam por incentivar e disciplinar as actividades cinematográficas na produção, distribuição e exibição de filmes; representar o cinema português nas organizações internacionais; promover as relações internacionais do cinema português no domínio cultural, económico e financeiro; estimular o desenvolvimento do cinema de arte e ensaio e do cinema de amadores; fomentar a cultura cinematográfica; atribuir prémios de qualidade, prémios de exploração e prémios de exportação O financiamento previsto teria origem nas receitas de bilheteira: através da criação de um imposto de 15% sobre os seus lucros das bilheteiras. A lei (Lei 7/71) só foi promulgada em 1971 e o Instituto só começou a funcionar em 1973 com o Decreto n.286/73, que vem a regulamentar a Actividade Cinematográfica (Gead, 1977: 159-61).

O número de curtas-metragens²¹³ realizadas com o apoio da RTP é extremamente importante, porque, grande parte do cinema português (no formato de 16 milímetros), é filmado com os meios da televisão, que dispõe tanto do equipamento como de recursos humanos altamente qualificados (tanto na imagem como no som) que realizam o registo da vida portuguesa (na informação e no documentário), num estilo de produção que influenciará o cinema seguinte.

O triunfo de uma geração começaria e 1972 é o ano da apresentação das primeiras longas-metragens resultantes do protocolo entre a F.C.G. e o C.P.C. Na sessão solene, foi apresentado *O Passado e o Presente* (Manoel de Oliveira) e *A Pousada das Chagas* (Paulo Rocha) e a produção do CPC inaugurou-se com três outros projectos de longa-metragem de ficção: *Pedro Só* (Alfredo Tropa/1972), *O Recado* (José Fonseca e Costa/1972) e *Perdido por Cem...* (António Pedro Vasconcelos/1973); e com o auxílio directo a três outros: ao já referido *A Pousada das Chagas*, *Quem Espera por Sapatos de Defunto Morre Descalço* (João César Monteiro) e *Vilarinho das Furnas* (António Campos).

Entre os mais experimentados (em projectos de longas-metragens) e os estreantes, testemunham-se a amplitude de tendências, temas e formas, que permitirão começar a falar de uma cinematografia a amadurecer e naquela altura todos os filmes estrearam, com excepção de *Quem espera por Sapatos de Defunto* – porque o realizador se recusou a aceitar os cortes da censura e não consentiu a sua exibição. Realçamos, ainda, o facto de, nesse ano, entre Fevereiro e Junho, se terem estreado quatro longas-metragens, de ficção, da autoria de Manoel de Oliveira, José Fonseca e Costa, Fernando Lopes e Alfredo Tropa.

O cinema português dos anos setenta será revelador de um alinhamento político à esquerda, já que, nos anos pós 25 de Abril de 1974, todos (ou quase todos) os lugares da *instituição-cinema* estavam nas suas mãos. O poder de produzir, ensinar e criticar

²¹³ O cinema de formato reduzido estará particularmente activo nesta década, tendo sido criada a Federação Portuguesa de Cinema e Audiovisuais para agrupar os diversos clubes numa acção comum. É nos filmes amadores mais consciencializados que podem encontrar-se motivos de crítica, de inconformismo, mesmo uma procura de novas soluções formais, por vezes ausentes do cinema profissional.

estava contido neste posicionamento político.

São estes factos da nossa história cinematográfica que são responsáveis, na nossa opinião, pelos constantes avanços e recuos nas políticas e que acabam por ter o seu maior reflexo na falta de ‘carinho’ do público pelas suas produções.

Desta época fica a impressão de um «cinema livre» que «pulverizou totalmente os modos e formas de expressão, virando-se sobretudo para o documentário e para formas mistas de expressão cinematográfica» (Areal, 2011b: 435-6), que revelam interesse em regressar às raízes da nacionalidade e encontrar uma identidade nacional, diferente da anteriormente estabelecida. Mas, com excepção para os filmes produzidos pelo Centro Português de Cinema, são anos de desespero, particularmente para alguns dos seus mais radicais elementos, dos seus cineastas mais marginais, entre o radicalismo político e radicalismo cinematográfico, são essas tomadas de posição que nos ofereceram os objectos mais ousados, mais arriscados e, quantas vezes, sem meios, numa, cada vez maior, contestação ao regime, reflexos dos movimentos como o da revolta académica de 1969, da recusa a combater no ultramar ou da busca de libertação sexual. Como afirma Leonor Areal (2011b: 435), a partir desta década, o tema do nosso cinema passa muito por ‘matar’ a figura simbólica do pai, «o pai, patrão, padre, polícia e pátria».

Neste período, surgem, um pouco por todo o lado, os estúdios de cinema, de arte e ensaio, como é o cinema Quarteto²¹⁴ (Novembro de 1974). Espaços que têm uma oferta cultural diferente e uma actividade profícua, com mostras e festivais. No estrangeiro, o novo cinema português é representado, mostrado e premiado. Infelizmente, os espaços de exibição continuam a não proliferar (para lá dos centros urbanos), havendo, naquela época, a título de exemplo, 140 concelhos sem qualquer sala, o que limitava (e limita) a prática de qualquer política económica ou cultural para o

²¹⁴ De acordo com Pedro Bandeira Freire, no *Diário de Notícias* (24 de Março de 2008) «o espírito original do Quarteto, exibindo filmes de cinematografias alternativas, diferentes das dominantes no mercado mais comercial».

cinema nacional, embora a Lei nº 7/71²¹⁵ preveja auxílios importantes ao exibidor.

Há cada vez menos público nas grandes salas pelo que a construção dos novos espaços está orientada para recintos médios ou pequenos e surgem as primeiras salas em centros comerciais.

A distribuição ficará marcada pela associação em grandes grupos: Lusomundo, Doperfilme, Mundial Filmes, Castello Lopes, com o intuito de adquirirem o maior

²¹⁵ Sobre esta lei, que marca o início dos anos setenta, Eduardo Geda (1977: 99) explica como foi nomeada uma comissão revisora para a trabalhar, não sem polémica, bem sublinhada na reacção à intervenção de Pinto Balsemão na Assembleia, «que um abaixo-assinado subscrito por 62 nomes do cinema português [...], realizadores e técnicos enviaram ao presidente da Assembleia Nacional um telegrama no qual manifestavam "a sua profunda inquietação pelo tom das intervenções de alguns deputados, reveladores da nítida carência de informação relativamente ao exercício da profissão em Portugal, bem como as concepções arcaicas acerca do cinema como fenómeno de criação artística e veículo de cultura", apelando para um cinema português livre, "independente dos interesses económicos na quase totalidade ligados à produção e distribuição estrangeiras, que também têm sufocado a produção cinematográfica nacional". A resposta dos distribuidores, em carta subscrita por 20 empresas, publicada na imprensa, não se fez esperar. Congratulando-se e apoiando patrioticamente os deputados, cujas "intervenções têm sabido não esquecer todas as actividades nacionais, global e harmonicamente consideradas, e não exclusivamente a construção insustentável de uma produção fílmica unicamente baseada em subsídios e protecções", não deixando de salientar que são os filmes estrangeiros "a garantia de viabilidade comercial indispensável à actividade dos cinemas e dos estabelecimentos técnicos nacionais", sublinhando que essa base económica do cinema devia construir "a finalidade principal de uma lei de protecção e fomento do cinema, que não outras porventura importantes, mas secundárias, mas não vitais", [...].» A 7 de Dezembro de 1971 é publicada a chamada Lei do Cinema Nacional, e em 5 de Junho de 1973 o Decreto n. 286/73 (Regulamento da Actividade Cinematográfica.) que cria o Instituto Português de Cinema (cujo regulamento, no entanto, só virá a ser publicado em 1982) «um Instituto que, nas suas linhas gerais, se parece com o Centro de Cinema Gulbenkian sugerido pelos novos cineastas" – e o certo é que, com o surgimento do Instituto estatal, o Centro Português de Cinema vem a deixar de ser subsidiado pela Gulbenkian (que só prometera, recorde-se, um apoio experimental de três anos) e a cessar praticamente a sua actividade [...].» O Instituto Português de Cinema (IPC) nasce com a missão de incentivar e disciplinar as actividades cinematográficas, nas modalidades comerciais de produção, a distribuição e exibição de filmes; representar o cinema português nas organizações internacionais; promover as relações internacionais do cinema português no domínio cultural, económico e financeiro; estimular o desenvolvimento do cinema de arte e ensaio e do cinema de amadores; fomentar a cultura cinematográfica; atribuir prémios de qualidade, prémios de exploração e prémios de exportação. O Instituto só começou a funcionar em 1973 «Quando é nomeado o secretário-geral do Instituto Português de Cinema e se começam a preparar os seus primeiros apoios financeiros, em fins de 1973, o Conselho de Cinema, presidido pelo novo secretário de Estado da Informação e Turismo, [...] e integrado já por novos cineastas, resolve abrir um pouco as critérios de julgamento dos projectos, quer no plano legal quer no plano político.» Os primeiros subsídios, atribuídos um mês antes do 25 de Abril, não apoiavam nenhum cineasta antigo, à excepção de Manoel de Oliveira (Benilde ou a Virgem-Mãe) e de Manuel Guimarães (Cântico Final), mas «[...] cineastas nitidamente de esquerda, defensores de um novo cinema, quase todos sócios do CPC [...], como António de Macedo, Cunha Telles, Fonseca e Costa, Paulo Rocha, Artur Ramos e Sá Caetano.» Geda ainda acrescenta «Era a consagração oficial da geração que fizera o "cinema novo", era a continuação da política da Gulbenkian com outros meios, como em cima da hora triunfantemente proclamava a revista Cinéfilo. De novo toda a gente embandeirava em arco».

número possível de salas, quer em Lisboa e Porto, quer noutras cidades. As salas, apesar das intensões políticas, continuam dominadas pelos filmes americanos, mantendo-se a dificuldade em exhibir filmes portugueses (ou de outra origem) pondo em causa a viabilidade das salas independentes.

Neste domínio, António Cunha Telles²¹⁶ mostra-se inovador, fundando uma produtora-distribuidora, a *Animatógrafo*, com a assinalável responsabilidade de importar algumas das mais importantes obras-primas estrangeiras.

Nunca foram tão extremados, como então, os caminhos do cinema português. Cada vez menos apoiado pelo Estado (SNI²¹⁷) e, simultaneamente, um campo de resistência dos mais jovens, atarväs de um cinema por vezes ponderado outras vezes radical, que aposta numa linguagem moderna e directa, mais livre e característica dos últimos anos do Estado Novo. O cinema dos mais velhos, com raras excepções, tenta uma *fórmula de sobrevivência*, perante o recuo do público, dos condicionalismos censórios e da falta de financiamento, mitigado pela força da TV e a ameaça crescente do automóvel, do disco e do fim-de-semana, quando o SNI decide apoiar o cinema sobre a realidade ultramarina. Aquela ‘fórmula’ consistia, simplesmente, na desvalorização dos custos de produção e na escolha de argumentos (sentimentais) de gosto fácil, imediato, contados numa linguagem acessível, dirigida a um público que presumiam inculto e pouco exigente (os frequentadores do cinema Odéon²¹⁸). Enquanto isso, o Fundo do Cinema centra-se em certos projectos (nacionais e estrangeiros) e na criação de serviços vocacionados para a difusão de conteúdos²¹⁹ (documentais) sobre o

²¹⁶ Cunha Telles regressa a Portugal, vindo de Paris, com formação em realização. O seu trabalho passa pela direcção do jornal, de actualidades, *Imagens de Portugal*, pela coordenação dos serviços de cinema da Direcção-Geral do Ensino Primário e como Director do I Curso de Cinema do Estúdio Universitário de Cinema da Mocidade Portuguesa – curso iniciado em 1961, apoiado pelo Fundo do Cinema e Ministério da Educação, que contou com 200 alunos inscritos e de onde viriam a sair alguns dos realizadores e técnicos do cinema novo, o embrião da Escola Superior de Cinema (Pina, 1986: 142).

²¹⁷ Em 1968, passa a Secretaria de Estado da Informação e Turismo (Pina, 1986: 155).

²¹⁸ O *bunker* do nosso cinema mais elementar (Pina, 1986: 155).

²¹⁹ A Agência-Geral do Ultramar e os Centros de Informação de Luanda e Lourenço Marques (Pina, 196: 156).

ultramar em parceria com empresas²²⁰ e produtores privados²²¹ (Pina, 1986: 155-7).

Os anos de 1970 caracterizam-se pelo movimento do cinema de autor proveniente dos *Cahiers du Cinema* e da *nouvelle vague*, propondo outro cânone do cinema português. Poderá não ser um cinema de géneros, mas o discurso crítico produzido revela os vários traços que poderão verificar a importância daquele conceito nos dispositivos de argumentação e é desta forma que a crítica²²² acaba por contribuir para trazer uma competência cultural e intelectual à experiência cinematográfica e ao seu consumo (Barroso, 2002: 232 e 318).

A crítica, pela mão de João César Monteiro aponta *Jaime*²²³, de António Reis, como uma etapa decisiva e original do cinema moderno, obrigatório ponto de passagem para quem, neste ou noutro país, quiser continuar a prática de um certo cinema, o cinema que só tolera e reconhece a sua própria, austera e radical, intransigência. Nesta década, particularmente no pós 25 de Abril, destacam-se os movimentos – a quem chamam fracturas – entre os diversos cineastas: Paulo Rocha, António-Pedro Vasconcelos, Seixas Santos e João César Monteiro seguem a linha dos *Cahiers du Cinema*, de um cinema *personalista*; José Fonseca e Costa, Artur Ramos, Henrique Espírito Santo e Manuel Ruas, optam por um cinema *realista*, onde a componente social ou política determina os temas e as formas; e Artur Semedo enceta uma *terceira via*, um percurso muito próprio, onde através do humor faz crítica mordaz e que o ajuda a chegar ao grande público (Pina, 1986: 168-173). Foi o primeiro grupo que referimos que viria a ser responsável pela direcção da primeira Escola Superior de Cinema²²⁴

²²⁰ Da TAP e do Banco Nacional Ultramarino, por exemplo (Pina, 1986: 156).

²²¹ Como a Telecine-Moro, que fundou a Telecine África ou os produtores locais de Luanda (António Sousa) e Lourenço Marques (Courinha Ramos) (Pina, 1986: 156-7).

²²² «A análise e a interpretação do simbólico no cinema cruzam-se frequentemente com a psicanálise. Tal verifica-se sobretudo na análise fílmica como foi praticada durante a década de setenta, embora já possamos reconhecer uma via (de produção e de análise) referenciada à psicanálise desde o princípio da década de vinte do século passado» (Capucho, 2008: 65).

²²³ Este filme fala através das pinturas de um internado no Hospital Miguel Bombarda usando elementos e linguagem que ultrapassam as anteriores. Introduce a poesia, a pintura e a marginalidade.

²²⁴ Esta foi a escola-piloto, inserida no Conservatório Nacional e no âmbito de uma reforma do ensino artístico, incentivada pelo então Ministro da Educação Veiga Simão (Costa, 1991: 135).

(1973). A delegação de competências deste ensino artístico àquela nova geração (e a um grupo esteticamente mais radical) denota a intenção de favorecer a implantação do novo cinema que protagonizavam.

Salientamos, ainda, o abrandamento da censura, nomeadamente no que diz respeito a algum cinema estrangeiro e uma abertura a outros títulos até à data proibidos.

Quando, finalmente, é nomeado o secretário-geral do Instituto Português de Cinema e se preparam os primeiros apoios financeiros (1973), o Conselho de Cinema (presidido pelo novo secretário de Estado da Informação e Turismo) é composto por novos cineastas e altera os critérios de julgamento dos projectos, quer no plano legal quer no plano político. Na prática, um mês antes do 25 de Abril, são concedidos os primeiros subsídios que já não contemplam nenhum cineasta antigo (com excepção para Manoel de Oliveira/*Benilde ou a Virgem-Mãe* e Manuel Guimarães/*Cântico Final*), aceitando cineastas nitidamente de esquerda e defensores de um novo cinema, quase todos sócios do CPC. Podemos, conformance Bénard da Costa (1991: 143), dizer que é o poder (legitimado) de uma geração, composta por António de Macedo, Cunha Telles, Fonseca e Costa, Paulo Rocha, Artur Ramos e Sá Caetano (Pina, 1987: 170).

Pode parecer paradoxal, mas há ligações entre as práticas artísticas mais revolucionárias e posições políticas mais conservadoras. O estudo do cinema português destas últimas décadas ajuda a revelar esse paradoxo, mostrando como se combina um contexto histórico mais conservador com o movimento cineclubista e o *novo cinema*²²⁵.

²²⁵ A «'geração Gulbenkian', a que pertencem cineastas da primeira vaga do novo cinema, integra também um grupo de jovens autores [...]. De 1973 datam as primeiras fracturas entre os novos cineastas. Por um lado uma linha 'personalista' (Paulo Rocha, António-Pedro Vasconcelos, Seixas Santos ou João César Monteiro) e por outro a 'realista' (Fonseca e Costa, Artur Ramos, Henrique Espírito Santo ou Manuel Reis) – dois grupos opostos que ainda hoje protagonizam as divisões no cinema português.» [...] Foi o apoio financeiro concedido pela Fundação Gulbenkian que deu à maioria dos cineastas daquela geração a autonomia necessária para arriscarem realizar projectos que não necessitavam da receita de bilheteira para se financiarem. Esta 'geração Gulbenkian', a que pertencem cineastas da primeira vaga do novo cinema integra também um grupo de jovens autores com provas dadas no documentário ou na actividade cultural. [...] O primeiro filme a ser lançado no circuito comercial é *O Passado e o Presente*, estreia no Condes e no Apolo 70, um novo cinema de arte e ensaio, em 26 de Fevereiro de 1972, um dia depois de apresentado na Gulbenkian. [...] Estes dois grupos opostos continuam hoje a protagonizar divisões sérias quanto ao cinema português e o 25 de Abril não chegou a conciliar aquela que passou a ser considerada como a "geração de 60".» (Pina,

Numa época em que o Estado controlava quase toda a *instituição-cinema*²²⁶, uma situação contraditória é evidenciada: durante o período revolucionário do Verão de 1975, o grupo do novo cinema foi afastado a favor dos cineastas do velho cinema para, nos anos noventa, serem duas pessoas saídas da área comunista as chamadas a defender e gerir um modelo (liberal) que procurou, durante algum tempo, acabar com a hegemonia que o grupo do novo cinema tinha conseguido recuperar.

Esse poder dos autores do novo cinema, que manifestaram uma extraordinária capacidade artística e organizativa, parece ter potenciado o tipo de posições esteticamente vanguardistas de que procuraremos enunciar alguns traços, e é nelas que temos de procurar as explicações para aquela contradição. Essa vanguarda ocupa os lugares centrais, ao contrário do que usualmente acontece e do que foi a tendência do cinema mundial na segunda metade do século, enquanto se criavam expectativas sobre êxitos de bilheteira (por causa do uso argumentativo do público), de estruturas de produção e de medidas de apoio ao cinema. Pareciam estar reunidas as condições necessárias - e os técnicos com a preparação necessária - para atingir o *grande público*, porém, evidencia-se a posição dos críticos para quem «a ideia de fazer um público para os filmes era bem mais importante do que fazer filmes para o público» (Barroso, 2002: 146-151).

Delimitamos o ano de 1974 e o filme *A Promessa*, de António de Macedo, como o marco da barreira entre a crítica e o público: o filme conseguiu fazer algum sucesso junto do público e confirmava a existência de uma indústria, enquanto era ‘demolido’ pela crítica (Ramos, 1989: 315).

1986: 165-9).

²²⁶ No início dos anos 60 o surgimento de um novo cinema português, coincidindo com a geração de jovens cineastas formados na crítica, no cineclubismo, no Estúdio Universitário de cinema, em escolas no estrangeiro, no cinema amador ou em diversos sectores da produção nacional. Os cineclubes vão criando a sua geração cinéfila e o seu protesto (Pina, 1986: 134-141). Como foi, resultado, o *Ofício de Cinema em Portugal* (1967), onde os cineastas pediam a criação de um novo serviço na Gulbenkian, com autonomia administrativa, que mantivesse o seu financiamento ao Centro Português de Cinema (Pina, 1986: 164-5). «Os primeiros subsídios [preparados pelo Instituto Português de Cinema, em finais de 1973] concedidos não só não contemplaram nenhum cineasta antigo – com excepção de Manoel de Oliveira (*Benilde* ou *a Virgem Mãe*) e de Manuel Guimarães (*Cântico Final*) – como aceitam cineastas nitidamente de esquerda, defensores de um novo cinema, quase todos sócios do CPC. Quando chega o 25 de Abril, só existe o cinema novo (Pina, 1986: 170).

Uma vez mais, o novo cinema e os seus primeiros filmes não conseguem alcançar sucesso junto do público e apesar de terem tido orçamentos muito baixos todos perdem dinheiro.

Num texto colectivo da época²²⁷, assinado por vários jornalistas, faz-se saber que se verificava uma actualização de processos narrativos, o apuramento final, a que não era estranha a revelação de quadros técnicos de nível internacional, bem como a sincera adesão à realidade portuguesa mas o público, alheio às preocupações estéticas vanguardistas, não respondeu significativamente, levando, a curto prazo, o cinema português a uma nova derrocada.

O novo cinema português privilegiava a relação entre o *décor* e a personagem, a matéria cinematográfica tratada através dos espaços, na forma de utilizar a cor e as substâncias, menos pela história e pelos actores, pelo que uma das maiores marcas deste cinema será a da ideia de resistência – o que é natural já que nasceu da oposição em relação ao velho cinema, ao sistema político e à sociedade em geral. Aqui poderíamos voltar ao paradoxo latente: este grupo de opositores foi o mesmo que de alguma forma beneficiou de (alguns) apoios (estatais) à sua formação (no estrangeiro) mas tal não diminui a sua ‘luta’, a sua negação de um cinema industrial e alienante, a defesa do cinema enquanto forma de arte. No fundo encontramos uma oposição, uma resistência, feita a partir de dentro, de dentro das instituições. É nesta ‘cruzada’, da preocupação de defender o cinema como arte, que se criou estranheza no público, na relação com este e com as suas expectativas. Com propostas longe dos hábitos (da percepção de tempo e espaço, narrativa, e representação) dos espectadores e exigindo destes competências que, a maior parte, não tinha que foi criada uma dissonância entre códigos (os do emissor/cineasta e os do receptor/espectador) e que terão levado a uma relação frustrada e de frustração entre ambos. Bénard da Costa (1991: 125-126), vai mais longe, explica como contribuíram para este insucesso o descrédito crítico e público a que chegara o cinema que não permitiu, à generalidade dos espectadores, distingui-los das outras produções. Se, por um lado o analfabetismo estava em vias de extinção, por outro ainda não tinham aparecido os novos alfabetos, capazes de acederem àquele tipo de cinema

²²⁷ Jornal de Letras e Artes, Abril de 1970.

tão fora dos padrões que lhes eram conhecidos.

Essa difícil relação com o público constitui-se (até hoje) como o principal *calcanhar de Aquiles* do modo como está estruturado o universo do cinema português. Não será tanto pela falta de dinheiro (as receitas de bilheteira, num mercado reduzido com o português, nunca poderão cobrir os custos de um filme, crescentes a partir dos anos setenta) mas pelo défice de legitimação, que se irá acentuando. Então, o espectador português continua a não assistir ao seu cinema. As políticas centralizantes não apresentam qualquer relação proteccionista na distribuição, alguns filmes continuam a não estrear (o que provoca um vazio enorme) e porque não sendo confrontados com o público, e com a concorrência, não há qualquer contacto com a realidade. Não existe um circuito de exibição e a eterna contradição de não distribuir o que se produz permanece – até hoje.

Mas não deixamos de verificar como as questões político-sociais destas décadas contribuíram para um cinema abstracto, com boa repercussão no exterior mas que não serviu para dinamizar a cultura popular que o novo regime queria ver acontecer. Serão os cineastas do novo cinema a recuperarem os lugares de poder que tinham conquistado antes do 25 de Abril (e aí ficam), embora muito divididos, até ao governo da *Aliança Democrática*²²⁸.

Sintetizando, o eterno problema do cinema (novo) português foca-se na questão da qualidade e da interrogação: se no cinema nacional podem conviver os registos comerciais com os artísticos (Barroso, 2002: 236).

Com o 25 de Abril de 1974 chega a liberdade (para o cineasta²²⁹ e para o espectador) com as particulares já enunciadas. A Tobis mantém-se como unidade produtora, participando em muitos dos filmes realizados, patrocinando a produção externa, isto é a Radiotelevisão Portuguesa. Em termos de legislação, a produção de

²²⁸ Esta aliança partidária, quando no Governo, deu início ao processo de abertura das empresas à iniciativa privada.

²²⁹ Sabemos que esta liberdade veio pôr de lado os representantes do velho cinema ou cineastas ideologicamente opostos ao novo regime, à excepção de Arthur Duarte, Jorge Brum do Canto ou Teixeira da Fonseca.

filmes é totalmente comparticipada pelo Estado. O Instituto Português de Cinema chega a comparticipar a 100 por cento (numa alteração à Lei nº 7/71, determinada pelo Decreto-Lei nº 257/75), no Governo de Vasco Gonçalves, na linha de nacionalização do cinema.

Dessa forma, o produtor privado praticamente desaparece e é substituído pelo director de produção e pelos novos núcleos de produção²³⁰. O autor-realizador é a figura central da produção, longe da *tutela* do produtor, ainda que completamente dependente²³¹ das estruturas do Instituto Português de Cinema (I.P.C.) ou da R.T.P., que lhe fornecem os fundos e as regras - para todos aqueles que conseguem o subsídio era dada a maior liberdade²³². É o momento da autonomia formal do cargo e são, desta forma, dirigidos os filmes que se designou chamar, genericamente, de *filmes de intervenção*.

A primeira longa-metragem ‘de Abril’ é *As Armas e o Povo*, filmado entre o 25 de Abril e o 1º de Maio de 1974, contém imagens da evolução política do regime anterior e da oposição democrática ao seu domínio. Unem-se os cineastas e técnicos, a geração de 60 e a novíssima geração, neste produto colectivo, que, hoje, surpreende pela franqueza da atitude, ingenuidade e resposta imediata. É curioso como as características das obras deixam de ser a principal preocupação da crítica, mais interessada na coerência das teorias que defende (Barroso, 2002: 35), patente na imprensa que privilegia o aspecto noticiosos e das recensões pela mão dos próprios realizadores, que tomam posições sobre estética, política e aspectos sociais. Não será de estranhar é a dificuldade em distinguir géneros, face a uma produção que ficou como ‘documento puro’ (reportagem da história), por vezes, sem interesse cinematográfico.

A produção patrocinada pela RTP ‘invade’ o domínio do cinema e a sua rodagem

²³⁰ Estes núcleos, ou unidades de produção, foram instrumentos do processo de nacionalização, e funcionavam em sistema de cooperativas (como o Centro Português de Cinema) ou sociedades (como a Cinequanon e Cinequipa).

²³¹ Os projectos a apoiar passam a depender da linha ideológica de cada Governo – a decisão final, o despacho, das comparticipações pertencem, a partir daqui, ao ministro da tutela, e de acordo com a avaliação, das decisões, de jús superiormente designados.

²³² Deixou de existir censura prévia – salvo no primeiro plano de produção de 1975 em que alguns argumentos sofreram imposições ideológicas.

rápida – feita por pequenas equipas os grupos, munidos de câmaras e microfones - onde o depoimento se sobrepunha aos aspectos visuais (Pina, 1986: 188). São imagens significativas, do cinema que acompanhava e registava o processo revolucionário em curso.

O período que se inicia em 1974 e vai até ao início da década de 80, é considerado o período áureo do cinema político (de intervenção), afastado das convenções cinematográficas, onde se multiplicam os documentários²³³ e reportagens, documentos assentes em depoimentos, onde o microfone domina, como numa reportagem²³⁴ televisiva. Podem não ser o nosso melhor cinema mas são o retrato de uma geração que descobre e mostra um país novo, enquanto combate uma estrutura socioeconómica que pretendem substituir.

Em síntese, os anos 70 são marcados pelo *novo cinema*²³⁵, produzido com fundos dos próprios, material emprestado, entre amigos, num Estado que responde com a censura à sua rebeldia, da lei que dá origem ao Instituto Português de Cinema (1973) e da Escola Piloto da Cinema do Conservatório Nacional. Uma década marcada pelo acesso a novos meios técnicos, à máquina de filmar (de 16mm) que possibilita a gravação de som sincronizado – técnica que influenciará a linguagem cinematográfica e a agilidade durante as filmagens bem como uma redução considerável dos encargos de produção. Alguns cineastas optam pelo *Cinema Directo*²³⁶ enquanto outros exploram o

²³³ Encontram-se documentários de cariz político, etnográfico e cultural, como sejam Nazaré, Praia de Pescadores (Leitão de Barros, 1929), Douro, Faina Fluvial e Acto da Primavera (Manuel de Oliveira, 1931 e 1963).

²³⁴ É um registo caracterizado pela urgência, pelo registo do real, improvisado de acordo com o correr dos eventos, que nos mostra as pessoas e as formas de viver. É um registo que deixou a memória de um tempo jamais repetível.

²³⁵ Os seus filmes mais emblemáticos são os de António Macedo – Nojo aos cães (1969), Fernando Lopes – Uma abelha na chuva (1971) e O Cerco, José Fonseca e Costa – O Recado (1971), António Pedro Vasconcelos – Perdido por cem (1972), Alberto Seixas Santos – Brandos Costumes (1974) (Pina, 1986: 151-55).

²³⁶ Uma forma de documentário que capta as imagens como elas são. Destacam-se os trabalhos de António Campos (A almadraba atuneira, 1961; Vilarinho das Furnas, 1971; e Falamos de Rio de Onor, 1974) e António Reis (Jaime 1974 e Trás-os-Montes 1976).

documentário, criando obras associadas à antropologia visual²³⁷: «o Alentejo e Trás-os-Montes, regiões remotas e ainda arcaicas, tomaram os lugares de preferência dos cineastas, concentrando uma série de mitologias nacionais, pela redescoberta de raízes e na procura de uma renovação da identidade nacional.» (Areal, 2011b: 434)

A revolução de Abril de 1974 é decisiva para o futuro do cinema português. Com ela chega a liberdade (ou do fim da censura); a RTP assume, finalmente, a produção e difusão de obras nacionais; as Unidades de Produção e o seu espírito²³⁸ colectivista, as cooperativas de cinema (Cinequipe, Cinequanon, Grupo Zero) e, certos produtores independentes, que empenham-se na prática do cinema político, como Rui Simões (da Virver) com *Deus, Pátria, Autoridade* outros (1975).

«Em todos eles, uma intenção de *descoberta* de um país novo, de uma *indignação* por uma estrutura socioeconómica que se pretende modificar. Estão neles, melhor ou pior, muitas das mais significativas imagens de Abril, embora não esteja, quase sempre, o melhor cinema.» (Pina, 1986:193)

Carolina Overhoff Ferreira (2007: 134 e 141) destaca dois filmes com as mesmas preocupações políticas: *Continuar a viver* (António da Cunha Telles, 1976) e *Que Farei Eu com Esta Espada?* (João César Monteiro, 1975). *Trás-os-Montes* (António Reis e Margarida Cordeiro, 1976) é um exemplo de documentário, cuja expressão «poética e plástica» não atraiu muito público nacional mas reflectia, como realça a autora, na singularidade do compromisso português com a sétima arte para revelar uma visão tanto pessoal como actual e política dos limites da condição humana.

Com a extinção de uma certa forma de consumir e viver o cinema ocorreram alguns fenómenos a que podemos chamar nostálgicos. Mas, para além disso, observa-se, também, uma «erosão do prestígio da crítica embora, evidentemente, existam ‘críticos para todos os gostos’», o que explica a afirmação seguinte de João Mário Grilo, cineasta

²³⁷ De António Campos temos *Rio de Onor* (1974) e, de António Reis, Jaime (1974) e *Trás-os-Montes* (1976), do documentário puro e poético à exaltação da natureza e do homem.

²³⁸ Este espírito é o que garante a actividade regular dos profissionais do cinema, ilustra as transformações do país e faz chegar essas imagens a toda a parte, numa vontade de educar politicamente o povo. Desta vontade será exemplo o filme colectivo *As armas e o povo*, uma produção do Sindicato de Trabalhadores do Cinema e Televisão. (Areal, 2011b: 94-5).

que, talvez não por acaso, assina textos críticos.

A «Cinemateca e os cineclubes. Isso desapareceu. Há um *complot* da ignorância, isso é evidente. [...] Os críticos hoje falam em função dos *best-sellers* e dos sucessos. Não falam em função da história do cinema falavam de cinema porque o tinham visto e sabiam a história do cinema. Falavam de ideias e de formas. Hoje em dia falam de metáforas e de conteúdos.» (Grilo, 2006a: 42-3)

CAPÍTULO II – RECEPÇÃO E CONSUMOS

Os agentes, ou *comentadores* são, porquanto o seu trabalho é considerado uma condição de produção (no contexto desta investigação), maioritariamente jornalistas que, estando mais à vontade na área artística, se especializam em jornalismo cultural. Têm, por isso, como principal tarefa informar, transformar uma forma de expressão artística em notícia. O espaço por esta ocupada ajuda a medir o valor promocional das suas informações e os críticos, ao serviço (ou não) de instituições, tecem as suas considerações e análises, exercendo um papel cultural também com implicações comerciais.

O crítico surge-nos, assim, como uma figura entre o jornalista cultural e o ensaísta (Melo, 2001:8), ainda que este último registo literário acabe muitas vezes por se manifestar no discurso da crítica, como são os casos de João Bénard da Costa ou Eduardo Prado Coelho.

Podemos associar o surgimento do jornalismo cultural ao crescimento dos centros urbanos. Este é, portanto, um género de jornalismo dirigido o cidadão moderno, preocupado com modas, atento a novidades, que celebrava as mudanças no comportamento e na política, porque «o conhecimento era divertido, não mais a actividade sisuda e estática, quase sacerdotal, que os doutos pregavam» (Piza, 2004: 12).

Acompanhando a evolução histórica do jornalismo cultural, alguns géneros jornalísticos foram-lhe sendo associados: o ensaio, a crítica, reportagem²³⁹, notícias e

²³⁹ A reportagem, no jornalismo cultural, mesmo quando apresentada em veículos de circulação diária, traz uma estrutura mais interpretativa, característica vinculada à crítica. Os grandes meios de comunicação não prescindem da informação agregada as produções, «na maioria dos casos com lead e

notas. O género mais relacionado com este jornalismo será a crítica²⁴⁰, ou o equivalente. A crónica será uma «apreciação das obras de arte ou dos produtos culturais, com a finalidade de orientar a acção dos fruidores ou consumidores» (Melo, 1994: 125), enquanto, por outro lado, a crítica se propõe a sintetizar o sentido da obra e a estabelecer um juízo de valor sobre ela, orientada para uma interpretação e uma valoração.

O essencial da crónica, presente na recolha que disponibilizamos, em síntese, mais à frente, é, precisamente, o seu carácter informativo e até, por vezes, superficial.

A crónica não pode ser confundida com a crítica²⁴¹ de obra ou de autor. A crítica e a crónica jornalística «são um serviço de grande responsabilidade, e, neste sentido, é desejável que se encontrem imbuídos de um certo espírito de lealdade com os leitores e autores.» (Rivera, 2000: 116-17). Nesta pesquisa, detectámos as entrevistas, que coincidem com o início da rodagem – ou com a estreia dos filmes. A informação cultural que se apresenta assim é uma ferramenta de trabalho (para o jornalista) que não defrauda a prática do jornalismo, nem o público: «O jornalista, quando procura referenciais de *good will* no público e na sociedade (ou comunidade) a que pertence, está a contribuir para tratar a cultura, a arte e identidade, de forma próxima do público, de massa, diria a Escola de Frankfurt, como um serviço orientado para o consumo, através da interpretação e crítica» (Piza, 2003: 211-36).

«Os filmes, enquanto produtos culturais, merecem ser criticados enquanto expressão artística» (Bucci, 2009: 27) e, por isso, encontramos, na imprensa, posições sobre filmes *de arte* e filmes de *entretenimento*; a distinção entre arte (pura) e a cultura de massa; e um pensamento crítico sobre o entretenimento²⁴², orientado para uma

a preocupação com a atualidade e o gancho factual informativo» (Gadini, 2004: 3). As reportagens mais elaboradas, acabam por ficar restritas às publicações de especialidade ou outras publicações, já que grande parte do espaço do jornalismo cultural na imprensa é utilizado para publicar guias, programação de televisão e/ou informações mais mundanas.

²⁴⁰ José Marques de Melo não considera a crítica jornalismo por ser, habitualmente, realizada por especialistas na área de conhecimento respectiva (Melo, 1994: 125).

²⁴¹ Esta «supõe um aparato teórico e um aprofundamento intrínseco e extrínseco muito mais exigente» (Rivera, 2000: 116-17)

²⁴² A ideia de entretenimento moderno de Richard Dyer (2002: 7) é a de um artefacto ou uma performance.

audiência indiscriminada, com o objetivo induzir algum tipo de reacção - não procurando, tanto, significados escondidos. Por outro lado, o crítico não informa, forma.

O crítico não é um jornalista ou repórter e quando o encontramos (dentro da indústria cultural), com uma orientação primaria para o consumo e menos para a reflexão, ou investigação. Ele quer incentivar o público a deter-se no consumo de uma obra artística. No entanto, conforme Dyer (2002: 2) o realce dado pela imprensa aos filmes de puro entretenimento não é menor, porque da sua análise chegam leituras sobre o mundo. Também o entretenimento tem uma função social. O que este autor recomenda é que a crítica tente abordar os filmes pelas suas qualidades e evitar procurar significados que nunca estiveram na intenção do filme.

Cumpra-se assim papel do crítico, o de mediador, procurando evitar ser um instrumento para a imposição de um gosto ou de valores. À crítica está reservada a análise e argumentação (atentas e assertivas), usando signos (as personagens, as narrativas, a técnica) para além da identificação do diálogo entre estilos, género e obras. A crítica produz um sentido para os movimentos, presentes também numa «camada palimpséstica no entretenimento moderno e pós-moderno», diz aquele autor (Dyer, 2002: 6).

Assim, verificamos que há uma apropriação pelo jornalismo cultural da prática de linguagem exercida pela escrita de uma crítica cinematográfica. Esta prática é, antes de tudo, um instrumento cultural. A crítica de cinema é um género que tem origem na discursividade artística mas que se insere dentro do conjunto das práticas discursivas do jornalismo: o crítico de cinema encontra a sua argumentação nas fontes culturais, na arte, obrigando-se às regras do jornalismo.

O dualismo (funcional) da crítica, jornalístico e artístico, encontra-se na imprensa e nos textos que oscilam entre a análise estética (para o público especializado) e, a mais utilitária (para o grande público).

A crítica vive com limitações de espaço e de tempo para uma análise mais engenhosa das obras fílmicas, fazendo o discurso crítico, em texto rápido, subordinar-se à contemporaneidade. A função social da crítica de cinema, veiculada pelo jornalismo

cultural, é a de orientar o espectador, impõe-se como uma segunda obra, que dialoga com a primeira, proporcionando reflexão e ferramentas para que o leitor/espectador accione o seu sentido crítico.

No discurso da crítica de cinema há uma dualidade entre a arte e o entretenimento pela qual o crítico orienta suas valorações dos filmes: por um lado a sua classificação (quantitativa), por outro, a questão do autor e do papel do realizador na qualidade da obra. O posicionamento do crítico obriga-o a ter uma preocupação acrescida em transmitir as informações e impressões fundamentais, sem contaminar a imagem da obra; outros usam outra orientação discursiva, mais orientada para polémicas e notícias dos bastidores da produção, numa linguagem mais leve e com um vocabulário mais coloquial. A adequação do texto crítico ao seu espaço editorial está condicionada e condiciona o público contemporâneo, habituado a leituras pouco profundas que valoriza mais o espaço concedido do que ao que foi dito sobre ele. Nestes textos encontramos, sobretudo, informações como a data e local da estreia e onde pode ser visto. A mediação, aqui, entre o espectador e o filme é incompleta, já que o crítico que se põe em posição de total neutralidade não produzindo argumentos necessários à criação de um juízo de valor - ou para que o leitor tenha condição para o fazer.

Aquele que se coloca no plano de mediador entre o espectador e a obra, tem o poder de ‘instrumentalizar’ o espectador para que este possa ter uma experiência fílmica mais abalizada:

«Estamos consequentemente muito dependentes dos media para grande parte do nosso ‘ambiente simbólico’ (as nossas imagens mentais), por muito que sejamos capazes de formar a nossa versão pessoal. [...] Em geral, a noção de mediação no sentido da intervenção dos media entre nós próprios e a ‘realidade’ não é mais do que uma metáfora [...]. A mediação pode querer dizer coisas diferentes indo da informação neutral até à negociação, tentativas de manipulação e de controlo.» (McQuail, 2003:67-8).

Concluindo, se por um lado, o texto jornalístico se constitui como «um discurso polifónico», por outro, exerce um domínio hegemónico, na medida em que é o campo socialmente legitimado para enunciar o discurso da actualidade, pelo que encontramos realçada a imagética (a fotografia do filme em destaque que, por vezes, ocupa mais

espaço que o texto e informações acessórias e condensadas, muito diferente das críticas, dos ensaios, ou como explica João Carlos Correia:

«Nesta perspectiva, mais do que simples espelhos de uma realidade preexistente, os jornalistas e, consequentemente, os enunciados por eles produzidos intervêm activamente na construção das condições e do modo em que a realidade é percebida.»²⁴³

Isto é, da mesma forma que as notícias, de alguma forma, ajudam a construir a realidade, também a crítica cinematográfica colabora na construção da própria obra.

1. Um público diante do seu cinema

«Se consideramos o espectáculo mediático como uma forma de gestão e manipulação das necessidades do indivíduo reduzido a um efeito de poder, então a cultura mediática surge-nos como pura ideologia relacionada com a busca desenfreada do lucro e a produção de ilusões que dizem respeito à perpetuação do sistema. Se ao invés considerarmos que o espectáculo se pode relacionar com formas de afirmação do sujeito que passam pela busca e consolidação de caminhos alternativos que ganharam uma dimensão individual, outra terá que ser a concepção de cultura de massa e de sujeito. A sociedade civil reflectirá os antagonismos que percorrem as sociedades pluralistas modernas, mostrando a dimensão simbólica desses antagonismos e afirmando-se como sociedade de comunicação.»²⁴⁴

Desde o ‘desencanto’ protagonizado por Adorno e Horkheimer, que a cultura tem chamado à atenção para o facto do pensamento industrial dar origem a perversões, através da padronização dos produtos. Há casos em que tal implica perda na criatividade a favor do ‘gosto médio’ dos consumidores. Noutros há demonstrações de como é possível utilizar os códigos da indústria e de género.

A defesa que Adorno faz do termo indústria cultural contra o termo cultura de massa possui virtualidades, se retirarmos a retórica generalizadora que envolve a maior parte dos textos sobre o fenómeno. Porque há códigos e dispositivos narrativos que se prendem mais com o mercado, como é o caso do sistema de produção cinematográfica

²⁴³ Correia, 2003.

²⁴⁴ Correia, 2003.

americana, em detrimento de outras obras estética e criativamente inovadoras.

«O receio de que a formulação de raciocínios considerados difíceis e problematizantes obtenham um sucesso escasso leva a sintonizar a cultura produzida pela indústria mediática com aqueles que são tidos como os gostos vulgares dos cidadãos vulgares. Isto pode dar origem a um efeito ideológico que se traduz numa espécie de conformismo sublinhado *a priori* na ideia de que as coisas são como são. O entretenimento parece implicar a ausência de criatividade e de subversão e a insistência nos valores adquiridos. [...]. Porem esta tendência não se afirmou de uma maneira incontornável. Não impediu fenómenos de criatividade e de autonomia que constituíram verdadeiros desafios para as ameaças de conformismo [...] Contra o risco de construção de consensos ideológicos levantam-se constantes dinâmicas culturais que questionam o que parece adquirido. [...]. As recentes evoluções verificadas no panorama audiovisual confirmam que a entrega do monopólio da produção da comunicação de massa ao mercado tem efeitos perversos na qualidade. A necessidade de obtenção de retornos rápidos do investimento efectuado conduz à produção maciça de programas baseados na exploração fácil da emoção seguindo fórmulas simplistas e seleccionados, apresentados e distribuídos segundo critérios de rentabilidade.»²⁴⁵

Correntes críticas insistem na homogeneização, na massificação e na negação da subjectividade como efeito das indústrias culturais, enquanto por outro lado, se assume haver diversidade, nos *media*, e se sublinha a multiplicidade de interessados na temática.

O discurso sobre o elitismo dos críticos é acompanhado pela certeza cultivada por alguns teóricos de que as obras da cultura de massa ajudam a superar o fosso entre a arte e a vida pelo que a democracia cultural pode ser realizada aqui e agora (Wolin, 1995: 45).

«Nada torna um homem mais suspeito do que não estar de acordo, desde o mais fundo de si mesmo, com a vida tal como ela é. O bom humor regulamentar é portanto bem diferente da aspiração aos prazeres da vida, da alegria que proporciona a verdadeira satisfação das necessidades» (Horkheimer, 1974: 152).

Visibilidade é, talvez, o efeito mais evidente dos *mass media* (Vattimo, 1992: 11) e a emancipação, resultante da emergência da diferença e do pluralismo, implica que

²⁴⁵ Correia, 2003.

indivíduo adquira a capacidade de avaliar as suas convicções morais²⁴⁶, em termos um certo universalismo ético. Para outros autores²⁴⁷, filósofos e sociólogos, a comunicação de massa é um dos principais meios pelo qual a ideologia é transmitida (Carroll, 1998: 362), através da produção e transmissão de formas simbólicas, capazes de alcançar milhões de pessoas que apenas têm em comum as mensagens mediadas.

Como nos diz João Carlos Correia: «Os *media* ganharam uma responsabilidade acrescida por fornecerem as bases para a construção das imagens, valores e representações que se erguem no mundo da vida quotidiano.»²⁴⁸

Por considerarmos que o cinema só existe, enquanto expressão cultural e meio de comunicação, em função do público, seja ele qual e quanto for, considerámos fundamental debruçarmo-nos sobre o estudo d'*O cinema português e os seus públicos* coordenado por Manuel José Damásio, numa iniciativa da Associação de Produtores de Cinema (APC), com o principal objectivo de entender quais as variáveis que influenciam as atitudes do público português face à produção cinematográfica local.

Este estudo parte da constatação dos baixos índices de receptividade do público face às obras produzidas em Portugal, descrevendo as principais variáveis da apreciação que o público faz do cinema nacional, na tentativa de identificar possíveis áreas de intervenção, que alterem essas percepções e atitudes.

²⁴⁶ Contrariamente ao que durante muito tempo – e com boas razões, infelizmente – acreditou a sociologia crítica, a massificação niveladora, a manipulação do consenso, os erros do totalitarismo não são o único resultado possível do advento da comunicação generalizada, dos mass media, da reprodutibilidade. Ao lado desta possibilidade – que deve ser decidida politicamente – destes resultados, abre-se também uma possibilidade alternativa: o advento dos “media” comporta também uma acentuada mobilidade e superficialidade da experiência, que contrasta com as tendências para a generalização do domínio, ao mesmo tempo que dá lugar a uma espécie de “enfraquecimento” da noção de realidade, com o consequente enfraquecimento de toda a sua coacção. A sociedade do espectáculo de que falaram os situacionistas não é apenas a sociedade das aparências manipulada pelo poder; é também a sociedade em que a realidade se apresenta com características mais brandas e fluidas, e em que a experiência pode adquirir os aspectos da oscilação, do desenraizamento, do jogo (Vattimo, 1992: 65).

²⁴⁷ Como John B. Thompson, que propõe uma análise da ideologia relacionada com as formas simbólicas produzidas pelos meios técnicos de comunicação de massa, que teria como quadro de referência a mediatização da experiência cultural (Thompson, 1990: 342).

²⁴⁸ Correia, 2003.

Naquele é incluída toda a produção cinematográfica exibida no nosso país, em qualquer plataforma de difusão (em sala, televisão, vídeo, cabo, internet, etc.), produzida localmente, falada em português e exibida publicamente (isto é, estreada). A primeira evidência, dessa investigação é a de que o cinema português é um objecto polémico, que desperta paixões e sentimentos antagónicos, que movimenta entidades e indivíduos, que se dividem quanto à definição de cinema e do ele deve ser²⁴⁹.

Assim, os resultados do estudo acabam por demonstrar que, na relação com o público, no sentido de melhorar os seus índices de satisfação e de olhar o seu próprio cinema, há um longo caminho a percorrer e muito a fazer. Começando pelas insuficiências técnicas e de difusão, exige-se uma legítima intervenção do Estado, evidenciando como que os portugueses têm estado ‘de costas voltadas’ para o seu cinema, principalmente quando comparamos as quotas nacionais de espectadores (3 por cento) com, por exemplo, os 52 por cento de França e mais de 10 por cento em Espanha (Damásio, 2006: 7-9). Faltava a estes investigadores perceber, de forma rigorosa (não especulativa), que factores têm contribuído para este afastamento dos portugueses, isto se se quiser assumir a cinematografia para além do reconhecimento internacional.

Recorrendo, autonomamente, aos resultados divulgados pelo Instituto do Cinema e Audiovisual (ICA²⁵⁰), a queda que hoje verificamos já vem do ano anterior, acentuada em 2013, tem vindo a acentuar-se. A três meses do final do ano, a perda ia em mais de um milhão de espectadores e sete milhões de euros (em receitas brutas): entre Janeiro a Setembro, a queda no número de espectadores nas salas de cinema em

²⁴⁹ Para uns trata-se de uma cinematografia tão peculiar que o torna tão precioso e que tem de ser protegido; para outros, o cinema português não consegue atingir o estágio de uma produção autónoma e auto-sustentada, porque replica temáticas melancólicas e o tenebrismo estético (Damásio, 2006: 8).

²⁵⁰ O programa de apoio promovido pelo Ministério da Cultura, através do Instituto do Cinema e Audiovisual, tem por finalidade o fomento e o desenvolvimento da actividade cinematográfica e audiovisual nos seus diversos domínios, respeitando e valorizando a diversidade cultural. O ICA atribui aos produtores independentes um apoio financeiro sobre projectos (de produção de obras cinematográficas independentes) que engloba: «longas-metragens de ficção, primeira obra de longa-metragem de ficção, curtasmetragens de ficção, documentários cinematográficos, curtas-metragens de animação complementar, co-produção minoritária portuguesa, co-produção com países de língua portuguesa», detalha o Observatório.

Portugal atingiu os 10,1 por cento, quando comparada com o mesmo período de 2012 (em 2012 estiveram 10.308.069 espectadores em sala e em 2013 9.264.582) - há uma diferença pouco superior a 1.000.000 de espectadores, revelam as estatísticas²⁵¹. Estes números representam, isso sim, uma queda nas receitas brutas de 12,6 por cento, ou seja, superior em sete milhões de euros, comparativamente com o mesmo período do ano anterior²⁵².

Quanto à exibição, em Janeiro, de 2013 foram encerradas dezenas de salas (de uma única empresa), verificando-se uma queda acentuada (71 por cento acima da de 2012)²⁵³.

Relativamente à produção nacional apoiada pelo ICA, os dados revelam que foram entregues 14 obras (até Setembro), quando em igual período do ano anterior tinham ultrapassado as 29. Esta diminuição justifica-se pelo corte nos apoios à produção cinematográfica e 2013 ficará marcado pelas protestos dos produtores por mais e melhores condições²⁵⁴.

Abordar a relação do público português com o seu cinema está, como sabemos, para alguns autores e críticos, fora de questão. Ouvir as suas sugestões é considerada uma provocação e a aceitação do sistema de produção industrial – e, portanto, comercial, americanizado²⁵⁵. Por isso temos uma imagem do cinema português apenas

²⁵¹ De acordo com a análise do OAC, este período, foi em Abril que se registou a maior queda, com apenas 690.931. No ano passado neste mês foram ao cinema 1.325.472, tratando-se assim de uma queda de 47%. Junho, porém, foi o único mês em que se registou um resultado positivo. Comparativamente com 2012, neste mês este ano registaram-se 1.194.919 espectadores, contra os 875.015 do ano passado. Desde então os números têm vindo a cair e nem com a estreia de A Gaiola Dourada, de Ruben Alves, que é já o filme mais visto do ano com 678.241 espectadores, se conseguiu recuperar. O filme estreou em Agosto, mês que registou uma queda de 9,8%. Em Setembro, a queda foi de 7,1%.

²⁵² Pelo estudo do Observatório das Actividades Culturais sabemos que entre Janeiro e Dezembro as bilheteiras estiveram perto dos 74.000.000 de euros e que, em 2013, o valor acumulado era de 48.500.000 milhões de euros.

²⁵³ Com a sua entrada no mercado, a Orient Cineplace reabriu (até Setembro) 46 salas de cinema anteriormente explorados pela Socorama. (conforme: OAC).

²⁵⁴ Jornal *Público*, 8 de Outubro de 2013. [Em linha]. [Consult. 20 de Novembro de 2013]. Disponível em URL: <http://www.publico.pt/cultura/noticia/cinemas-portugueses-continuam-a-perder-espectadores-e-receitas-1608460>.

²⁵⁵ A ideia de público, enquanto massa homogénea, pressupõe uma indústria que lhe forneça o produto da

da perspectiva dos cineastas, dos críticos e cinéfilos, que, no que diz respeito ao público, são contraditórias, e até mesmo antitéticas²⁵⁶, valorizando os que vivem do (e no) cinema, não tendo em linha de conta aqueles que o vêem.

Damásio (2006: 18-9) reforça o que já foi dito anteriormente, que não há uma indústria de cinema em Portugal; que não há géneros cinematográficos que estabeleçam uma identificação do público com temáticas e actores, porque os realizadores continuam a contar a sua história (muito pessoal) através de imagens, a um público que não conhece, que nem sabe se existe, dificultando a relação do espectador com o objecto produzido.

O cinema *nacionalista* nunca foi garantia de êxito popular, nem criou uma indústria, nem explorou temas universais através de códigos e partilhados culturalmente e o pós-25 de Abril, trazendo mais abertura e uma esperança que a situação mudasse, não produziu as desejadas mudanças, conduzindo a nova geração de realizadores, movidos pelo cinema *de autor*, influenciado pela intelectualidade europeia, para a qual o público não estava (culturalmente) preparado.

A partir dos anos 90, Manoel de Oliveira é o único a conseguir uma produção regular; João César Monteiro recuperou um certo humor com referências musicais, literárias e cinematográficas (elitistas); e Pedro Costa, tornou-se um cineasta de culto junto de certos círculos da crítica francesa. Manoel de Oliveira, João César Monteiro e Pedro Costa acabam por ser os nossos cineastas de *exportação* - para circuitos não comerciais, bem entendido! - algo a que não terá sido alheio o trabalho de produção e promoção de Paulo Branco²⁵⁷ (Damásio, 2006: 21). Por um lado, Manoel de Oliveira²⁵⁸

homogeneização, ora, na realidade só há disso dois exemplos claros: Hollywood e Bollywood (Damásio, 2006: 17).

²⁵⁶ A «divergência é mesmo necessária e todo o desafio está em torná-la criativa. Mas isso não justifica que se queira anular parte da experiência cinematográfica portuguesa – a do público –, a pretexto de divergência quanto a métodos, epistemológicos ou estéticos pessoais. Tal recusa, a manter-se, acabará por destruir aquilo que pretende aparentemente proteger: um cinema de qualidade, livre e interveniente, capaz de dar expressão ao que de melhor há na *Psyché* portuguesa» (Damásio: 2006: 15).

²⁵⁷ Nasceu em Lisboa em 1950. Antes de terminar o curso de engenharia saiu de Portugal para Londres, onde ficou de 1971 a 1973, e daí para Paris, onde organizou uma semana do cinema português (Julho de 1974). É nesta cidade (em colaboração com Frédéric Mitterand) que se inicia na distribuição,

faz uma «re-interpretação da cultura contemporânea», com uma semântica que «se alimenta e baseia em ilações extraídas a partir das *formas*, ou, por outras palavras, de recursos estilísticos que conformam uma visão filosófica do mundo como teatro da vida» e onde as histórias contadas contêm «uma moralidade que é um juízo filosófico sobre a sociedade», onde a importância é dada às palavras²⁵⁹. Por outro lado, João César Monteiro é um iconoclasta, os seus filmes giram em torno de fantasias eróticas em «tom de escárnio gentil que ressuma indefinivelmente algo da cultura nacional» (Areal, 2011b: 438), filmes que se baseiam em histórias tradicionais tratadas com ironia, numa cinematografia que tem uma poética consistente que lhe confere a coerência necessária a um sistema de autor, guiado «por um *obsuro objecto de desejo*, comum a todos os seus filmes» (Areal, 2011b: 438). Pedro Costa apresenta uma obra toda escura, porque «só nesse escuro ela se deixa ver com a sua assombrosa claridade» (Costa, 2009: 17). Estes são exemplos de autores que exerceram grande influência²⁶⁰ naqueles que lhes seguiram e cuja unidade estilística ajudou a definir o que é o cinema português e, por isso, aqui os destacamos. Na segunda metade desta década, Joaquim Leitão, como António-Pedro Vasconcelos antes dele (nos anos 80), revelou-se um realizador com filmes de sucesso, junto do público, mesmo que pontualmente.

exibição e programação de cinema. Entre 1979 e 1982 produz continuamente através da sua empresa, em sociedade com António Pedro Vasconcelos, a V.O. Filmes. Em 1983 esta empresa cessa por falência mas a actividade de Paulo Branco não, mantendo as suas relações entre Paris e Lisboa, entre a empresa Les Films du Passage e a Filmargem. De acordo com Jorge Leitão Ramos (2005: 61) este produtor será sempre reconhecido por ter sido o responsável pela segunda – a primeira foi encetada por Cunha Telles nos anos 60 – tentativa de produção contínua das últimas décadas. Apesar de ter contado sempre com os apoios financeiros do Instituto Português de Cinema acabou por produzir alguns dos mais importantes filmes da década de 80 (Francisca e Silvestre) bem como atraiu importantes realizadores a rodarem em Portugal (Wenders e Tanner, p.e.). Nome ligado a alguns filmes (portugueses, europeus) «de boa memória» (Ramos, 1989: 61).

²⁵⁸ «Ao pensar o cinema como teatro filmado, Oliveira apresenta uma concepção do cinema como parábola» (Areal, 2011b: 437).

²⁵⁹ As palavras, acompanhadas do jogo do tempo, a ironia e a alegoria «configuram uma metafísica própria, que se assume como uma posição anti-realista e idealista, porém objectiva. Este realizador possui ainda uma teoria de autor própria que influenciou bastante a escola portuguesa» (*idem*).

²⁶⁰ Leonor Areal (2011b: 438) fala-nos destes autores num contexto de escola portuguesa, propondo uma estética oriunda do novo cinema com «uma preocupação mitográfica nacional e um questionamento auto-reflexivo dos processos de representação e da ética fílmica que têm eco nas reflexões da teoria moderna da imagem».

Voltando às questões do público face ao seu cinema, os filmes portugueses perderam público e mercado – um mercado onde um filme bate recordes quando atinge 5 por cento de quota, um número praticamente irrelevante. Temos de ganhar quotas de mercado, temos que impor um *mainstream* do cinema português, defende António Pedro Vasconcelos²⁶¹.

Partilhamos, então, a reflexão de Damásio (2006: 21-2) que considera que o estado actual do cinema português reflecte também a falta de um ensino «liberto de vícios típicos da produção nacional e da *subsidiodependência*» que se reflecte em filmes com baixos orçamentos, de produção (muito) precária, tornando impossível, por exemplo, o processo de ensaio do guião, de direcção de actores, de uma qualidade na escrita de diálogos que inculquem o ritmo (cinematográfico) adequado ao meio e que se distancie de outras formas de arte (performativas) ou uma qualidade sonora (que não obrigue às ‘dobragens’ forçadas) e que tornam caricata a compreensão do próprio idioma. Sabemos que os baixos orçamentos para a película impossibilitam, por exemplo, a repetição de *takes*, ou a introdução de planos que devem permitir ao filme ‘respirar’ – ou planos curtos que, cremos, permitiam à edição/montagem fazer passar o ritmo do próprio filme.

Hoje, como antes, recorre-se às *celebridades* (da televisão e da moda) para serem o ‘isco’ do público – pelo menos naquelas produções ou co-produções que o permitem – sem se construir um núcleo de intérpretes, tecnicamente preparados para o meio. Para criar hábitos de consumo, é preciso criar hábitos de produção (e de *marketing*), tornando a questão estética secundária. É necessário acompanhar uma produção regular com festivais de grande impacto junto público (como o Fantasporto, o DocLisboa e o IndieLisboa). Festivais que, para além de exibirem filmes e géneros normalmente excluídos (do mercado), têm uma componente fundamental na formação de novos públicos. Há que frisar a ausência de um plano para o público infantil.

Defendemos, com os autores do estudo citado, que se deve exigir a presença de uma nova geração, que renove o sistema de produção, que seja capaz de ir para além da lógica dos apoios estatais – tão instáveis quanto polémicos. Esta (possibilidade de)

²⁶¹ Jornal *Público*/Ípsilon, 29 de Janeiro de 2010.

indústria só poderá ser cinematograficamente significativa se criar formas que libertem a sua produção e se defendam das oscilações políticas/sociais. Este propósito só será factível através do trabalho concertado de equipas profissionais com legitimidade para realizarem o projecto a que se propõem, que, enquanto objecto comunicacional, não poderá continuar a ignorar os espectadores²⁶². O que vê o filme é audiência, e o público que vê o filme em DVD também é uma audiência. E, embora entre os dois haja provavelmente diferenças substanciais, no que se refere à necessidade e gratificação, em ‘boa verdade’, para cada um dos indivíduos que intervêm nessa experiência, ela é comparável.

O estudo assume a figura de uma audiência activa²⁶³ que modela o *media*, com as suas acções e construções de sentidos, numa análise das mensagens (representações) que os indivíduos produzem quando interagem com o filme e não se detêm na identificação de gostos individuais ou percepções estéticas, colocando a tónica «no sentido das mensagens mediáticas e das práticas de uso dos *media*». Assume, também, o carácter polissémico dessas mensagens e considera as formas populares de entretenimento (em que claramente o cinema se insere) como exemplos, por excelência, dos padrões mediáticos com que as *audiências activas* interagem. No cinema, tal como noutros *media*, a audiência pode ter origem, que na sociedade, quer no *media* e nos conteúdos. Ou os indivíduos estimulam um determinado tipo de oferta, ou o *media* atrai as pessoas para aquilo que elas julgam que ele oferece» (Damásio, 2006: 27). *O cinema*

²⁶² A audiência é o espectador ou conjunto de espectadores. A expressão tem sido tradicionalmente utilizada para denominar os receptores, no modelo simples sequencial do processo de comunicação de massas. Mas é também, e para além dos ratings, uma comunidade que partilha recursos de acesso e formas específicas de interpretação de uma mensagem (ou valores veiculados) através do consumo de um media. A análise das audiências lida com a avaliação dos aspectos que o evento mediático tem para os participantes na audiência. «As audiências são assim simultaneamente um produto de um determinado contexto social e uma forma de resposta a um tipo particular de conteúdo mediático que é fornecido aos sujeitos. Uma audiência activa é aquela que faz equivaler o seu uso dos media às suas próprias ideias, gostos e necessidades informacionais. As análises quantitativas estão exclusivamente preocupadas com produzir um mapa abstracto que nos permita delimitar a composição (demográfica, geográfica, psicográfica) da massa de indivíduos que constitui a audiência e identificar os seus comportamentos. Para se conseguir atingir o tipo de mediação possível de ser tratado estatisticamente, torna-se necessária a redução dos comportamentos das audiências e das características do evento mediático às suas formulações mais simples.» (Damásio, 2006: 23-26).

²⁶³ «Uma das principais abordagens aos estudos das audiências baseada neste princípio de um uso activo dos media, é a das teorias da recepção, que ao preconizarem uma avaliação transaccional ou interaccional da relação entre os sujeitos e os media» (Damásio, 2006: 23-27).

português e os seus públicos reuniu informação sobre as atitudes, crenças (a satisfação, percepção, motivação e interesses) bem como o comportamento²⁶⁴, sendo que o único critério de inclusão é o do participante ser espectador regular de cinema mas não ver ou não gostar do cinema português. À questão da regularidade, a maioria dos indivíduos (64,5 por cento) afirmou ir ao cinema menos de uma vez por mês, ou, pelo menos, uma vez por mês. A maioria (60,8 por cento) afirmou ver cinema português menos de uma vez por mês, sendo que pouco menos de um quarto da amostra total (24,2 por cento) referiu não ver cinema português. É interessante a quota de quase sete por cento (6,7 por cento) cuja primeira opção é o cinema português – a mesma que apurámos, noutro contexto, para o filme de autor de sucesso. Quase metade da amostra (45,9 por cento) não soube dizer qual tinha sido o último filme português que tinha visto, enquanto mais de um quarto recordava ter sido num canal generalista. No que diz respeito aos factores motivacionais, que os podem levar a assistirem a filmes portugueses, metade (50,1 por cento) dos indivíduos sublinhou o argumento, mais de um quarto (28,7 por cento) referiu o elenco (de actores e atrizes) e as imagens promocionais (25,9 por cento). Um dado a ter em consideração, também, em qualquer estratégia de distribuição, é que a maioria da amostra (87,7 por cento) não compra filmes portugueses em DVD. No que diz respeito à análise de satisfação face à história (aos argumentos) e à forma como ela se desenrola, quase vinte e dois por cento (21,9 por cento) e dezoito por cento (17,6%), respectivamente, demonstrou satisfação e um quarto (24,8 por cento) evidenciou satisfação face à credibilidade da história. Quase metade (46,6 por cento) está insatisfeita com o ritmo a que ela se desenrola e no que concerne aos valores transmitidos, pelos argumentos, 42,6 por cento são indiferentes enquanto quase trinta por cento (29,5 por cento) afirmou estar satisfeita (Damásio, 2006: 49-65). A maioria pede mais credibilidade aos argumentos.

A maior parte população inquirida (58,2%) revelou uma atitude neutra (nem satisfeitos, nem insatisfeitos) perante o cinema português sugerindo (com frequência) mais divulgação e promoção dos filmes, através dos meios de comunicação social; e melhor qualidade dos diálogos (quer em termos sonoros, quer na sua interpretação),

²⁶⁴ Os hábitos e práticas da amostra, representativa, da população portuguesa de espectadores de cinema, face ao cinema português.

com actores e actrizes com formação em cinema, filmes melhor produzidos e realizados. O género favorito (de 53,6 por cento dos inquiridos) é a comédia, seguida dos de acção (49 por cento). Os temas mais mencionados estão relacionados com questões como o impacto social (22,6 por cento); o ambiente (20 por cento); o país (8,2 por cento); as questões socioeconómicas, a busca da identidade nacional e da história de Portugal (17,1 por cento); a literatura e os romances portugueses (2,8 por cento) (Damásio, 2006: 38-70).

a) Ao nível técnico, tantas vezes apresentado como ponto fraco da nossa cinematografia. Só 29,2 por cento mostrou satisfação com o som²⁶⁵, 32,4 por cento com a banda sonora²⁶⁶, 33,1 por cento com o guarda-roupa e 34,2 por cento com a caracterização; um terço da amostra (32,5 por cento) afirmou-se insatisfeita face à luz/luminosidade²⁶⁷ das cenas e dos cenários dos filmes portugueses.

31,7 por cento manifesta satisfação pela realização, apesar de uma grande parte continuar a manter uma posição de indiferença/neutralidade.

b) Sobre as escolhas de elenco, 43,4 por cento dos inquiridos afirmou não estar nem muito nem pouco satisfeita, e 41,4 por cento demonstrou indiferença/neutralidade; e 33,7 por cento. Esta relação volta a ser verificada, quando 66,7% dos indivíduos sugere uma mudança na qualidade dos diálogos e de metade 50,1% defender a necessidade de se alterar o elenco²⁶⁸.

Uma questão levantada nos grupos de discussão é «a representação forçada, o

²⁶⁵ Aspectos técnicos e ambiente: é relato que alguns filmes portugueses têm uma boa banda sonora original, no entanto ao nível do som, e da percepção dos diálogos, são considerados pouco inteligíveis (som abafado, falta de percepção do que é dito, ruído) e com fraca pós-produção áudio (falta de sincronismo, artificialidade na montagem). Numa área de grande importância, por pertencer directamente à comunicação, grande parte da amostra (44,8%) demonstrou, ainda, insatisfação face à forma como os nossos filmes são promovidos (Damásio, 2006: 76).

²⁶⁶ A banda sonora de alguns filmes é tida pelos participantes como boa, e estes disseram que deveria haver sempre o cuidado de se produzirem telediscos, que não só ajudassem a vender CDs, mas ajudassem na promoção do filme (Damásio, 2006: 76).

²⁶⁷ «A fotografia é vista como demasiado escura, sem brilho e sem dinâmica» (Damásio, 2006: 76).

²⁶⁸ Sobre esta questão, gostaríamos de sublinhar que, na nossa dimensão, ou escala, os actores de cinema são os mesmos do teatro e agora, com a produção nacional no formato de telenovela, os da televisão. Sabemos que ajudaria se houvesse um ensino artístico competente para o cinema e as particularidades.

over-acting, ou demasiado teatralizada, o que faz com que o encadeamento dos diálogos, com pouco ritmo, fique demasiado artificial» (Damásio, 2006: 67-75).

c) Pouco mais de metade dos participantes (51,5%) afirmou haver necessidade de haver maior promoção e para tal sugerem, melhores *trailers*

São, na sua opinião, pouco convidativos e em nada ajudarem à promoção.

As razões primordiais pelas quais os participantes do estudo vêem cinema são já nossas conhecidas: por ser uma actividade lúdica, de distracção, divertimento e de desconstracção

Conclui-se que não optam por cinema português porque está associado a temas tristes, marginais, muito focado em temas (demasiado) urbanos e decadentes, de Lisboa e Porto e a sua marginalidade. São, ainda, vistos como pouco dinâmicos e apelativos, onde se denota escassez de recursos materiais e económicos, com argumentos pobres, ao nível do conteúdo, de fabrico artesanal e, aparentemente, dirigidos a um público muito restrito²⁶⁹.

De forma geral, o público salienta a falta de identificação com o cinema português, porque as histórias retratadas não são compatíveis com o seu imaginário, a sociedade ou as suas expectativas. Os participantes no grupo gostariam que o cinema português fosse mais comercial e com vocação de entretenimento²⁷⁰ (Damásio, 2006: 74-6).

²⁶⁹ É facto que o público de cinema português está associado a um 'elite intelectual' o que nos obriga, nesta altura, a reforçar a necessidade de incentivar novos géneros de filmes que permitam alargar o espectro, não só do número de espectadores, mas também respectivas faixas etárias. O facto dos jovens (quer crianças ou adolescentes) poderem levar os pais ao cinema, poderá provocar uma mudança de atitude dos adultos em relação ao cinema português. Tal poderá passar pela adaptação de séries de televisão ou obras de literatura juvenis de sucesso e com os quais os jovens se identifiquem (Damásio, 2006: 78).

²⁷⁰ De acordo com o estudo que temos vindo a referir, o público apontou como desejável que se possam adoptar novas estruturas narrativas bem como mais filmes temáticos, infanto-juvenis, e com assuntos caricatos (Damásio, 2006: 78).

Somos, assim, confrontados com um paradoxo, uma contradição em que vive o cinema português: o conflito de uma produção nacional, com objectivos de internacionalização, que leva os seus espectadores a não entenderem o seu discurso e a criar generalizações perniciosas – como sejam de que todo o filme português é mau ou que o cinema português é mau. É necessária uma mudança ao nível das mentalidades acompanhada pelo aumento da qualidade (técnica e artística) dos filmes portugueses – o que verificamos que tem acontecido – porque se assim não for, manter-se-á a insegurança face aos objectos cinematográficos, arrastando os espectadores para o consumo confortável dos filmes cujo elenco é constituído por actores populares ou consagrados, em detrimento de outras propostas, que não lhes transmitam qualquer segurança.

A falta de hábito nunca permitirá a segurança necessária para o público ‘arriscar’ e o público não arrisca tanto ir ver um filme (uma peça de teatro ou um espectáculo de dança) como arrisca, por exemplo, assistir a um concerto cujo intérprete desconhece. Portanto, como já foi aludido, é fundamental criar relações de confiança e definir géneros. Haden Guest²⁷¹ diz, a Vasco Câmara, no diário *Público* que:

«[...] o cinema é qualquer coisa de polivalente. Admito que seja excitante essa ideia, imperialista, de pretender chegar a um lugar que mais ninguém chegou, como se o descobrisse – por exemplo, o novo cinema de Taiwan nos anos 80 ou mais recentemente a nova vaga do cinema romeno, exemplifica. “Mas o que une os cineastas portugueses” – e fala em Sapinho, em Pedro Costa, em João Pedro Rodrigues –, [...] “gente que tem um grande conhecimento da História do cinema, não é tanto esse conhecimento ou essa cinefilia, mas o facto de pensarem através do cinema. De descobrirem formas de ver. Formas de imaginar. Por isso o seu cinema é aberto: ligado a um contexto mais alargado.” “É problemática essa ideia de um cinema nacional, essa ideia de que as coisas têm fronteiras” [...]».

²⁷¹ Haden Guest, director da Harvard Film Archive. «[...] diz que, sendo raro o acesso a textos ou obras escritos em inglês sobre cinema português, toda a recomendação é “preciosa” e ele programa para conhecer. Começou ainda adolescente, em 1993, com o “encontro apaixonado” com Vale Abraão, de Manoel de Oliveira, numa sala de Manhattan. Mais tarde cruzar-se-ia com uma caixa de DVD da obra de João César Monteiro, e em 2010 organizaria em Harvard uma retrospectiva dedicada ao cineasta. Monteiro levou-o a procurar mais. Mas antes houve Colossal Works: The Films of Pedro Costa. E depois The School of Reis: The Films and Legacy of António Reis and Margarida Cordeiro, programa que identificou uma figura tutelar para estes portugueses de que se fala. A eles se refere assim: são “experimentais”, é gente que reinventa a ideia de cinema no mundo. O [...] “que nos parece oportuna numa altura em que no debate público não é tido em conta o peso real que o cinema português tem no mundo.” “A ideia de que estes cineastas portugueses deviam fazer mainstream é qualquer coisa de restritivo [...]». (Jornal *Público*/Ípsilon, de 22 de Novembro de 2013).

Para além de outras questões, Damásio (2006: 77-9) retoma à questão da promoção, deixando a responsabilidade para o instituto público, que subsidia os filmes, sem investir na sua divulgação e promoção, sugerindo que se deveria estimular a participação dos actores e realizadores em programas de televisão, na elaboração e distribuição de materiais promocionais (*flyers* e cartazes de rua e nas próprias salas de cinema); fazer das antestreias eventos que envolvam os *mass-media*, de forma a reforçar o fenómeno de publicidade informal, do *passa palavra*. O público procura empatia.

Com aquelas propostas, acreditamos ser possível começar a associar imagens e modelos positivos ao cinema português se acompanhadas de estratégias como programas e debates na televisão, na rádio, via *internet*, acções nas escolas; e um reforço nas acções promocionais (como sejam descontos associados, na compra de produtos de consumo, por exemplo). Tudo isto requer, como a própria produção em cinema, uma participação, estudo e concepção de materiais, realizados por profissionais (de comunicação e publicidade) motivados e orientados para trabalhar a promoção do cinema português - mas muito depende de estratégias de curto, médio e longo prazo.

Neste momento, não podemos deixar de mencionar o potencial das curtas-metragens e dos *making of*, duas propostas complementares e sugeridas também no estudo. Uma distribuição das curtas-metragens em DVD (como extra num DVD do mesmo autor, p.e.) e/ou a exibição em sala, antecedendo uma longa-metragem; e o *making of*, ajudaria a perceber melhor como se fazem os filmes – e que para o mérito do realizador²⁷² contribuem todos os elementos da equipa - e o espectador poderá conhecer toda uma equipa, saber quais as suas contribuições para o produto final, a que se deseja que venham a assistir. Ambas contribuições ajudariam, na nossa opinião, a melhorar a imagem e percepção que o público tem do cinema, aumentando a sua empatia. Embora estas não sejam sugestões originais acreditamos que não têm sido devidamente exploradas. Seja por falta de vontade, falta de orçamento ou de equipas disponíveis e

²⁷² Pelo facto de Portugal ter quase como dominante o cinema de autor. Segundo dados de 1997 do European Audiovisual Observatory, 43% dos argumentos filmes portugueses desse ano foram escritos pelo realizador, comparativamente a 39% em França e 17% no Reino Unido (Damásio, 2006: 78).

competentes para o fazerem, ‘presos’ na ausência de uma falta de *plano nacional* estratégico para o cinema, a sua promoção e difusão, em particular.

É provável que os produtores (e os realizadores) se vejam obrigados a abordar estas sugestões e aplica-las sistematicamente, com habilidade, se quiserem, em algum momento, ir de encontro às expectativas do público. Da mesma forma, mas a um nível articulado e institucional, o investimento deve começar ao nível escolar, indo até à formação superior (promovendo apoios e prémios) que promovam a diversidade legítima na formação (tanto profissionais e amadores), com *workshops*, técnicas e novos conceitos.

Relativamente à percepção do público sobre as contribuições do produtor num filme concluímos que, a maioria, considera que há poucos produtores em Portugal e que estes se limitam a fazer a gestão do dinheiro (uma espécie de contabilista) e que acabando o filme em nada mais se envolve.

Os participantes no estudo acrescentam que se deve incentivar outras formas de projecção de cinema (à semelhança das artes performativas, promover o cinema ao ar livre e nas escolas e as discussões) para que todas as populações tivessem acesso aos filmes e a propostas em contexto pedagógico.

Terminamos esta abordagem ao público, fazendo uma referência directa às conclusões deste estudo, pela sua relevância. Os baixos índices de espectadores para o filme português justificam-se pela desconfiança face a um produto que é percebido como não tendo qualidade e com a qual o espectador não se identifica, há uma desvinculação, uma falta de empatia, entre o espectador e o cinema português – percebido como demasiado literário. Por outro lado, as mensagens transmitidas não têm reflexo no espectador e evocam-lhe sentimentos de aborrecimento, fastio e indiferença (Damásio, 2006: 81-2).

Desejariamos que, com estas sugestões, se pudesse promover a clarificação e diversificação de géneros e alargar o espectro etário da população que vai ao cinema. A

pensar naquela que já vai, há que criar condições para a sua mudança de atitude e todo o trabalho que possa ser feito para que o espectador se identifique e crie vínculos com o cinema português, e o veja como um produto nacional com qualidade e do qual tem orgulho, é fundamental e urgente.

A mudança de paradigma do público português não é apenas necessária ao cinema, pelo que, talvez fosse importante, os criativos e produtores incluam no seu processo as suas legítimas expectativas. Não conseguir, ou não querer, fazê-lo, mais do que contrariar uma tendência, é privar uma (significativa) parte da sociedade dos bens culturais nela produzidos e tantas vezes reconhecidos, apenas, no sentido exterior - de fora para dentro.

Por consideramos que o cinema é um «trabalho de produção de um pensamento» (Barroso, 2002: 158) patente em cada filme, é fundamental voltar a referir que ao produtor propor meios e espaços que possam servir a sua exibição, de acordo com os objectivos do projecto, e estar atento, porque apesar de haver um cinema português, poucos foram os filmes capazes de conquistar a crítica, o espectador e ambos.

Francisco Valente²⁷³ escreve que hoje em dia «o cinema existe nos filmes que consumimos, nos que se praticaram noutra época e naquele que descobrimos na Internet. É uma confusão pouco pensada que baralha as categorias habituais do pensamento cinéfilo.». O programador (e jornalista) António Pinto Ribeiro²⁷⁴ defende que tal confusão também está presente na mente do criador:

«[...] a volatilidade do gosto alterou as regras, confundiu os cânones e o mapeamento tradicional dos públicos²⁷⁵, o público não tem rosto, só

²⁷³ Jornal *Público*/Ípsilon, 4 de Março de 2011.

²⁷⁴ Jornal *Público*/Ípsilon, 13 de Maio de 2011.

²⁷⁵ «Primeiro sabia-se que a criação de um público, de uma espécie de tribo, demorava quatro ou cinco anos a fazer-se» (António Pinto Ribeiro, Jornal *Público*/Ípsilon, 13 de Maio de 2011). «Audiência pode definir-se de formas diferentes e sobrepostas pelo lugar; pelas pessoas; pelo tipo particular de meio envolvido; pelo conteúdo das suas mensagens e pelo tempo» (McQuail, 2003: 364). A definição do conceito de audiência está a mudar e os paradigmas até aqui existentes necessitam de uma reformulação porque não são apenas os suportes tecnológicos que estão a mudar. A própria natureza das audiências está a mudar e com ela mudam também os modos como cada um de nós opera sobre cada novo conteúdo, cada nova tecnologia. A proliferação de diversosa media altera o modo como nos relacionamos com eles, quanto mais não seja porque nos é impossível focar do mesmo modo a 10

assinatura virtual, e é por isto que as salas de cinema encerram, porque o público prefere assistir aos filmes em casa, no seu *laptop*, no avião, através da TV digital, em detrimento de assistir à obra *ao vivo*, este processo obriga-nos a corresponder a esse público, que continuará a consumir os seus produtos através das referências habituais: proximidade geográfica, pela formação crítica, pela sociabilidade possível».

2. A crítica, as suas valorizações e desvalorizações

Assim como os filmes viajam no tempo também as suas críticas e crónicas o fazem e por isso são conhecidos desde as suas primeiras exhibições. Na América, em 1896, o *vitascópio* de Edison, era «uma exposição extraordinária», segundo a imprensa. A prática foi-se mantendo, nos jornais e revistas, onde as notícias e opiniões sobre o valor do filme são dirigidas a uma *audiência (de massa)*, onde são feitas descrições de factos e é dada uma opinião pessoal sobre o mérito do filme.

Com a crescente popularidade, e tamanho, dos filmes, aumentou, também, o espaço para crítica. Quanto mais longos são os filmes mais substanciais se tornam os artigos sobre cinema, destacando o seu potencial enquanto forma de arte. São esses discursos que iniciam a sua legitimação já a partir de 1900, ajudando a documentar o impacto do filme sobre o público, popularizando-o ao mesmo tempo que o dignificava. Eram os jornalistas mais conceituados (os que já escreviam sobre teatro e música) que, com o seu estilo, também ajudariam a dar credibilidade à crítica²⁷⁶.

A crítica cinematográfica, enquanto género jornalístico está ligada aos objectivos mediáticos (de mercado) e consequentemente sob o primado da ligeireza, concisão e, muitas vezes da velocidade, enquanto se lhe exige que conserve um estilo artístico, criativo e reflexivo do mundo com o qual dialoga (o mundo da arte)²⁷⁷. De acordo com

media diferentes. A fragmentação da atenção e da exposição a cada um dos múltiplos media está a alterar a própria estrutura da indústria dos media. Apesar destas mudanças, o modelo linear de produção e consumo dos media ainda está muito enraizado na estrutura de relacionamento entre indivíduos e os media, entre emissor e receptor.» (Ferreira, 2003: 1417-23).

²⁷⁶ «O carácter jornalístico, a dimensão argumentativa e persuasiva, o conceito de Autor, a classificação por géneros e subgéneros, bem como a hierarquização e valorização, a personalidade e estatuto do crítico [...] constituem em síntese os mais importantes fundamentos da crítica de cinema» (Barroso, 2008: 50).

²⁷⁷ «A análise crítica do filme tradicional consiste antes de tudo em recusar ver nele o resultado natural de

Tito Cardoso e Cunha²⁷⁸, a crítica de cinema tem como funções centrais a *interpretação* e a *avaliação*, argumentando que «uma coisa não faz sentido sem a outra»²⁷⁹. Não obstante, uma das funções fundamentais da crítica de cinema é certamente a de *avaliar* os filmes. Isto é, propor ao assentimento do leitor um juízo de valor sobre a obra em causa.

A partir da década de 1930 o trabalho discursivo torna-se fundamental para uma plateia que, com tanta oferta, se faz valer do crítico, do seu julgamento e bom gosto, para fazer escolhas esclarecidas (Bywater e Sobchack, 1989: 8). Nasce uma tradição onde, dependendo do número de estreias, o orador (jornalista ou crítico) opta por escrever sobre uma série de filmes de uma só vez, favorecendo a comparação; a discussão de uma certa unidade, temática, estilística, de género; ou como a exprime, em detalhe, e as conclusões (culturais e sociológicas) sobre uma tendência. Este exercício implica que o crítico seja capaz de identificar o mérito de uma única obra, seleccionando, interpretando e analisando-a minuciosamente. A crítica (de cinema) é sempre informativa e educativa permitindo ao leitor conservar informações breves, mas fundamentais, sobre a obra (e a sua qualidade), detendo-se sobre particularidades (assuntos colaterais) que, na abordagem crítica, são argumentadas. Os critérios de cada um dos escritores dependerão dos padrões da sua audiência, pelo que os seus comentários podem/devem desempenhar uma função utilitária, encorajando o público no sentido de ida ao cinema, ajudando-o a decidir o que deve ou não deve procurar. Então, para além das informações relativas à ficha técnica, encontramos (quase) sempre alguma forma de julgamento sobre o valor do filme.

qualquer essência ou vocação do cinema, universal e intemporal, ao fazê-lo surgir como um cinema entre outros possíveis, em revelar condições de possibilidade objectivas do seu funcionamento, que estão ocultas pelo próprio funcionamento, para o seu próprio funcionamento» (Metz, 1980: 144-5).

²⁷⁸ Cunha, 2013.

²⁷⁹ «A avaliação só por si facilmente decai em guia de consumo do entretenimento. [...] Mesmo que esta possa ser objectiva, como pretende Carroll, não deixa de se lhe pôr o problema persuasivo do auditório. Será sempre, em última instância, este auditório — para o qual necessariamente o discurso se dirige, tendo em vista a persuasão — a entidade que poderá validar a avaliação crítica. O mesmo se passa, aliás, com a interpretação uma vez que, ao dirigir-se ao seu público, o que o crítico propõe como significação encontrará a sua eventual legitimação no assentimento do auditório a quem se dirige a sua escrita. [...] Um filme pode ser interpretado, isto é podem-se encontrar nele significações — conscientes ou inconscientes — sem que isso derive de uma avaliação. Ou mesmo independentemente de qualquer avaliação.» (Cunha, 2013: 153).

É importante salientar que, para uma corrente de crítica de cinema, o filme é mais do que um simples entretenimento e opera como veículo de disseminação de ideias e por isso tão propiciador de reflexões. Para tal há que olhar o cinema para além do puro entretenimento e olhá-lo também como forma de questionamento e de mudança de pensamentos, devolvendo-nos a questão sobre arte e entretenimento. É a partir destas premissas que o crítico orienta suas apreciações valorativas sobre os filmes.

Para alguns investigadores a história da crítica nasce em 1948, quando o cronista e jornalista Alexandre Astruc chamou a atenção para o significado de autoria de um filme e o cinema, enquanto forma de linguagem autónoma, foi capaz de gerar reflexão e possibilitou ao cinema transcender para uma experiência comunicacional. Aliás, os dois conceitos mais pertinentes no exercício da crítica de cinema são os de autor²⁸⁰ e género, aqueles que presidem à sua função central de interpretação e avaliação: persuasão do público e a avaliação que este faz, promovendo a validação do crítico.

Independentemente da questão autoral, o filme é um trabalho de equipa, onde cada indivíduo vai imprimindo uma certa direcção (ideológica). No final, o que importa é validar o seu papel na qualidade final de obra cinematográfica, por isso o discurso do crítico posiciona-se com a preocupação de dizer o que precisa ser dito com o cuidado de não ser taxativo e por isso deixa claro estar atento aos apelos do mundo e isso implica ir além de suas pretensões como crítico de cinema, sucumbindo à necessidade de trazer informações complementares (como o custo de produção dos filmes). Quando bem elaborado, as opções por este discurso, não comprometem a substancialidade do texto.

A interpretação permite construir significações que o leitor aceitará como verosímeis. Ao nível da hermenêutica da interpretação da obra, constitui uma das funções fundamentais, porque a informação que está na base do acto crítico, vem da descrição da obra, da sua contextualização e classificação, que resultam na dita avaliação, no reconhecimento dos géneros, e numa hierarquização entre obras e a confirmação de que aquele filme, em particular, cumpre os seus propósitos. A avaliação

²⁸⁰ Um autor será um enunciador «de um discurso que constrói um sentido ao longo do filme – seja através da intriga, da história ou do estilo. Presumo portanto que o autor está consciente dos significados postos no filme e nomeadamente da sua vertente ideológica, além naturalmente da estilística» (Areal, 2011: 440).

só por si assente nas qualidades mais evidentes (do bom e do mau) ignorando as significações e a retórica não permite qualquer concordância por parte do leitor, perdendo-se a sua validação. A concordância do destinatário com a crítica pode variar, segundo a plausibilidade que a interpretação merece (Cunha, 1998: 1), falando-se até de uma herança aristotélica da retórica, onde, em vez de um encadeado de ideias, se privilegia a verosimilhança, a plausibilidade e a probabilidade.

Se a crítica de cinema tem uma função mediadora entre a obra e o leitor, ela assume, então, finalmente, o seu papel de informar e de formar. A crítica só se torna compreensível quando um conjunto de signos, vistos num filme, se impõem ao leitor/espectador de forma a acrescentar algo à sua forma de ver, entender e interpretar a obra²⁸¹. Ao mediar (traduzir) o filme para o leitor, a crítica acaba por ‘contaminar’ o processo interpretativo que este mesmo leitor (e potencial espectador) viria a fazer da obra.

O que lemos sobre um filme, sobretudo numa crítica de cinema, inevitavelmente influencia a abordagem que deles fazemos porque o leitor já está predisposto a uma determinada forma de recepção da crítica derivada de convenções que lhe parecem familiares e expressões que lhe parecem adequadas, que remetem para sinais implícitos ou explícitos e que se ligam a uma série de textos precedentes. Estes textos críticos, então, já influenciados pelas anteriores interpretações assentes na tradição, são indutores de novos juízos e de novos comportamentos, desenhando o círculo hermenêutico. O que nos forma é a tradição e o leitor da crítica de cinema alimenta-se de um conjunto de interpretações situadas historicamente, de interpretações das críticas, deixando-se contaminar pela forma (orgânica) que o crítico fornece, sem deixar de carregar as suas próprias experiências e interpretações. Encontramos, muitas vezes, o híbrido entre um estilo mais formal (emergente da escrita do género em causa) e a necessidade de aproximação ao leitor, colocando-se o crítico no centro do discurso crítico. Esta será

²⁸¹ «Por isso mesmo, a crítica deve esclarecer o espectador o mais possível sobre as intenções das fitas, relacionando-se e medindo-as com a escala de valores [...] a crítica feita nessas condições chama a atenção do espectador para muita coisa em que não reparou [...], o público habitua-se a pôr em jogo, ao desempenhar a sua função de espectador, muito mais do que apetite primário de simples entretenimento. [...] Quer dizer: a crítica, para merecer ser considerada como tal, deve instilar senso crítico ao leitor-espectador» (Mascarenhas, 1979: 13-4).

uma das transformações visíveis no género, reformulando o género de fazer crítica cinematográfica na nossa imprensa, aplicando alguma informalidade, própria de um discurso na primeira pessoa.

O crítico persiste em ler o filme de forma original, demonstrando os mecanismos que o tornaram possível, numa análise válida porque é a leitura que fornece uma significação do filme e é produtora de mais significação do que o próprio filme transmite, *a priori*. A significação não está totalmente contida num filme por isso a sua descodificação²⁸², mesmo que não seja total, ajuda a compreender alguns códigos, sob os critérios próprios de cada crítico. As técnicas discursivas da crítica vão para além da avaliação e pretendem também recomendar filmes. Esse processo é visível tanto em jornais como em revistas desde o final do século XIX²⁸³ e encontram-se num formato em que o autor que – na maior parte das vezes não está indicado – descreve o argumento, dá uma opinião qualitativa e informa sobre os locais de exibição. No texto crítico, por seu turno, o seu autor dá conta da investigação e reflexão sobre a obra, a partir de questões estéticas, sociais e históricas. A crítica observa, identifica e organiza os padrões que tornam a experiência cinematográfica significativa e emocional.

Acentuamos a diferença entre um e outro (formato) já que uma nota que anuncia um filme não é o mesmo que um texto crítico - embora possamos encontrar algumas tentativas no primeiro e o mesmo tipo de informação no segundo. Noticiar a estreia de um filme é algo que o jornalista pode fazer usando a folha de imprensa enviada pelo produtor. Já a crítica implica um exercício, uma abordagem, regular e propositada, que ultrapassa a mera informação para explicar, analisar e interpretar os filmes, tanto na sua individualidade como no seu contexto. Estes são os textos que mais nos revelam sobre os cineastas, o sistema de produção e de distribuição, dos filmes e do seu público e é

²⁸² «A obra de arte só adquire sentido e só tem interesse para quem é dotado do código segundo o qual ela é codificada» (Bourdieu, 1984 :10).

²⁸³ «A edição de domingo é tida como o espaço de referência para o exercício da crítica. Tal distinção, embora casual, é certa. O crítico de cinema de uma edição diária, limitado por um prazo e pelo espaço, geralmente pode fazer pouco mais do que escrever sobre a sinopse do filme. Esta redacção, embora seja difícil de fazer bem, é, raramente, crítica e analítica pela sua natureza. Mas isso não significa que a crítica nunca envolva aqueles escritores, cuja obra transcende a função de crónica» (Bywater e Sobchack, 1989: 5-6).

desta forma que o crítico cria uma relação com seu leitor, tornando-se uma referência, um indicador, através de uma ligação, uma forma de comunicação, fundada na experiência partilhada de um filme. Nesta relação reconhece-se a possibilidade do filme, enquanto artefacto cultural, poder ser ‘lido’ e objecto de um discurso, através de um conjunto de pessoas implicadas na aprovação de um certo juízo. O crítico compromete-se a observar aquele artefacto e estabelecer, por força do poder criativo, um valor sobre a obra e o indivíduo (o realizador) num universo de artefactos e profissionais confrontáveis. O resultado dessas avaliações é, conforme constatámos, publicado na imprensa, ou noutros meios de comunicação, enquanto afirmação e validação de um determinado trabalho, de um certo indivíduo. Então o valor e sentido dessa obra são expressos, enquanto evento único: o seu enredo, as suas personagens, os temas, os desempenhos, a competência técnica e tudo o mais que atraiu a atenção do espectador (especializado). Este espectador, para além destas questões, será capaz de aumentar o valor da experiência fazendo menção e comparações com outros filmes (do mesmo realizador e encontrando semelhanças com outros trabalhos) elaborando sobre uma tendência (ou fase), sempre centrado no objecto do discurso. No outro lado de um discurso sobre filmes encontramos os cronistas que enumeram os filmes estreados naquele tempo, sem um contexto político ou social, uma relação com o universo de produção. Estas são fontes de informação importantes, embora limitadas, porque nos dão uma cronologia e uma síntese da produção num determinado período, numa comunicação orientada às massas, dirigida, particularmente, ao público que ainda não assistiu aos filmes e com o intuito de divulgar a sua existência. Este exercício não tenta estabelecer qualquer compromisso comunicacional entre o espectador e o escritor/jornalista, da mesma forma que os seus comentários não pretendem realizar qualquer abordagem específica nem, tão pouco, um julgamento – são textos informativos sobre o filme e a equipa por trás dele. Independentemente desses escritores não terem as competências específicas, alguns, por via da coerência dos seus comentários, acabam por se tornar autoridades para alguns leitores (e cinéfilos), transformando-os em líderes de opinião para alguns.

Muito (ou demasiado) frequentemente quando se fala do espectador reduz-se o discurso, incluindo o da crítica, discutindo-se somente a questão do cinema comercial.

Esta argumentação acaba por ser, neste contexto, um pouco limitada, às (antigas) questões do cinema como forma de arte e património. O discurso crítico para ter sentido deverá dar lugar a uma confrontação de atitudes, formas de consciência, maneiras de ver, diz-nos Eduardo Paz Barroso (2002: 108-9), e é por isso primordial a orientação, que faz o público compreender os valores implícitos no filme, respeitando as regras comunicativas, fundadas numa atitude de abertura e fazer entender que um filme possui técnica, expressão e temática.

Estamos certos, como nos diz Eduardo Paz Barroso (2002: 79) que na nossa identidade cinematográfica encontramos filmes e realizadores que fazem parte do património nacional, com atitude canónica, de onde se revela uma imagem do cinema que se fazia e do nosso passado. A nossa identidade cinematográfica subjaz a uma memória colectiva, que cria uma relação (subjectiva) com o seu espectador e com a nossa cultura.

O cinema, como outras actividades artísticas, vive (e sobrevive) através do trabalho dos críticos, que os promovem, de uma forma personalizada e criadora de empatias, veiculada, a maior parte das vezes, pelos *mass media*. Vivem do poder de difusão destes meios e da visibilidade ao fenómeno, enquanto resultado de uma actividade artística, social, económica e industrial onde o crítico é quem decide acerca do cumprimento (ou incumprimento) das regras do ‘jogo artístico’; que revela opiniões, persuadindo o receptor para que, através da argumentação, acredite e partilhe das suas preferências; num campo onde a reputação do crítico ocorre da sua capacidade de analisar sobre tudo aquilo que pode escapar ao espectador (Barroso, 2002: 7-34). Isto é, a actividade do crítico cria um diálogo dirigido, tanto ao filme como ao espectador, numa retórica argumentativa organizada para conseguir a empatia do outro, apresentando uma leitura diferente pois enquanto tribuno é como um intérprete e quanto mais a sua personalidade estiver presente na argumentação mais real e capaz de influenciar opiniões e moldar as atitudes será. É através do fenómeno comunicacional que os críticos de cinema explicam a verdade e procuram conquistar aceitação do auditório. No que concerne ao cinema tal não pode ser ignorado porque só dessa forma o filme alcança e tão desejada notoriedade, é classificado e se torna uma afirmação do filme enquanto arte. O crítico define uma norma de gosto ao formular um cânone capaz

de atrair o espectador enquanto divulga o conjunto de obras consideradas fundamentais à sua expressão. Na sua busca pela conquista da multiplicidade de espectadores, apresenta argumentos (convincentes) assentes numa capacidade de persuasão, não para encontrar a *verdade* mas uma *validação*.

De acordo com Eduardo Paz Barroso (2002: 231-4) a crítica de cinema²⁸⁴ – a que é produzida por *opinion makers* culturais, não pelos *opinadores*²⁸⁵ – é o resultado de um estudo aprofundado sobre o cinema, sobre determinado autor e da sua relação com a obra, do acto de ver e de cumplicidades. Aceitamos que o crítico ocupa um importante lugar na valorização de um filme, quando aquele deve fidelidade ao sistema de ideias que a própria indústria (ou o meio) da cinematografia, quando a sua missão for o reforço do discurso dominante sobre determinada obra, usam um discurso claramente persuasivo, denotativo (através de conexões lógicas) e conotativo (de lógicas simbólicas) enquanto analisa códigos formais e de linguagem que o leitor consegue identificar.

Quando o crítico fala sublinha o valor do autor e o seu. Concordamos, portanto, que, enquanto parte integrante do processo de produção, o crítico facilita a capacidade do filme atingir o espectador e o sistema da crítica garante e sustém a relação entre o sujeito que realiza e o que o percebe o produto audiovisual (Biondi, 2005: 168-9). Então, esta fase do ciclo produtivo (na altura da antestreia, pelo menos) tem de estar nas preocupações do produtor quando ele organiza uma plateia de críticos (e outros líderes de opinião). A sua opinião, bem fundada, dará uma previsão do futuro do filme, após o lançamento.

²⁸⁴ A crítica é uma análise de influências que pressupõe conhecimento exaustivo das obras no espaço e no tempo enquanto considera as contribuições do passado (Barroso, 2002: 61). A crítica de cinema é uma actividade racional que prova por que razão se deve ver, ou não, determinado filme, produzindo juízos de valor, criando valores, tomadas de decisão, que contagiam outros sujeitos através de relações de concordância, consentimentos e cumplicidades. (Barroso, 2002: 111) Segundo António Roma Torres a tarefa do crítico é situar o espaço onde se organizam as preferências do público, o crítico é um organizador de preferências (Barroso, 2002: 112).

²⁸⁵ A «diferença que existe entre criticar e opinar [...]. Distingua entre as revistas que produzem aglomerados de opiniões [...] e as revistas que apresentam leituras interpretativas. Existia assim uma diferença na qualidade da fundamentação. O discurso crítico, não abordar a questão pelo lado da coerência e a validade das opiniões passa a dispor de uma legitimação teórica» (Barroso, 2002: 229-30).

Mas o cinema são os filmes e cada um deles é objecto de uma discussão que forma uma teia de argumentos entre o visível e o invisível, o oculto e o explícito.

Nos anos de 1960 e 1970 a imprensa foi o meio privilegiado e dominante de circulação do discurso crítico, com estilos, redacção e linguagens que variavam de crítico para crítico, segundo a sua preparação, o jornal e o período em que escreviam.

Em Portugal esta actividade caracteriza-se pela apreciação crítica, exposição de critérios, questionamento e diálogo com a natureza subjectiva do cinema, a «subjectividade absoluta de uma escrita constitui, em última instância, a única prova objectiva» (Barroso, 2002: 136-214).

A crítica como interpretação tende a mostrar a obra não apenas como é mas como origem das significações que levam o espectador a viver a experiência fílmica de outra forma.

«Os críticos hoje falam em função dos *best-sellers* e dos sucessos. Não falam em função da história do cinema falavam de cinema porque o tinham visto e sabiam a história do cinema. Falavam de ideias e de formas. Hoje em dia falam de metáforas e de conteúdos. [...] Em Portugal devemos destacar, como exemplo maior, o crítico João Bénard da Costa²⁸⁶ que se apresentou com um sistema autónomo, impregnando de marcas da sua personalidade e portanto inconfundível, desenvolveu uma autoridade canónica. A sua paixão pelo cinema está evidente nos *itinerários* que propôs, um legado que transformou o cinema em algo de essencial e com futuro – e o trabalho de

²⁸⁶ O seu pensamento cinematográfico estruturava-se em quatro dimensões: ver cinema, escrever sobre ele, programar e contribuir para o elevar á categoria de acontecimento. Dentro da sua lógica, trouxe o cinema para as palavras e fez das palavras cinema, sem se esquecer dos filmes, tomando uma posição perante a história do cinema. Só admite dar a ver aquilo em que acredita e só justifica perante os outros aquilo que lhe aparece como uma evidência, determinando o cinema como um mecanismo de repetição e reincidência que cria uma base para abordar os novos filmes. Foi graças a este que outros espectadores aprenderam a gostar de filmes e a desejar o cinema. O seu trabalho é um conjunto de justificações e argumentações da existência de cinema português – mesmo quando usava da ironia para dizer que o cinema português nunca existiu. Fixou critérios para a qualificação dos filmes portugueses, enquadrados numa perspectiva histórica, defendendo que o cinema português é o conjunto de filmes produzidos em Portugal (Barroso, 2012: 251-272). Sobre o futuro do cinema português, Bénard da Costa, dizia que mesmo se a película e a câmara desaparecerem o sentido das imagens não (Jornal *Público*/Ípsilon, 21 de Maio de 2009). Bénard da Costa explica como usa a expressão “o cinema português nunca existiu” da mesma forma que Eduardo Lourenço disse que “o fascismo nunca existiu”, usa-a para a desfazer qualquer teima, porque não seria possível «negar a existência de 461 filmes, produzidos e realizados em Portugal e por portugueses» (Costa, 1996: 9), referindo-se às longas-metragens ou filmes de ficção aquando dos 100 anos do cinema.

qualquer crítico depende da memória cinéfila e o processo de adesão (emocional e intelectual) é o que lhe permite preservar e problematizar o cinema.»²⁸⁷

A maior distinção entre as crónicas e as críticas passa pela qualidade e utilidade desses textos: os críticos tendem a escrever de uma forma idiossincrática, elaborando ensaios curiosos e esclarecedores; enquanto, pela sua formação, o jornalista, menos preocupado com o magnificência da redacção, foca-se em dar resposta às questões mais imediatas. Se, por um lado, os primeiros usam reflexões e enquadramentos teóricos para veicularem a sua opinião, por outro, o jornalista baseia-se, principalmente, no seu gosto pessoal.

Encontramos por isso na nossa investigação na imprensa, dos anos 80-90 muitas *reflexões* sobre filmes que são demasiado simplistas e, até, desinformadas que são abordagens jornalísticas interessantes, mesmo quando um pouco frívolas.

O horizonte de expectativas (Bordwell, 1991: 267) da crítica e dos seus leitores é formado por convenções discursivas já estabelecidas que se somam às novas que, por sua vez, alinham uma espécie de horizonte (geral) de convenções. Cada época possui seu horizonte de convenções que se podem transformar em verdadeiros cânones²⁸⁸ estéticos que definem o modo de analisar um filme – o momento histórico pode ser de ruptura com essas convenções, tornando-se, por vezes, numa nova convenção. As convenções da crítica de cinema estão associadas às convenções também existentes na leitura das críticas. A frequência de certas palavras e os antagonismos certas convenções de escrita e de leitura instauram-se entre as articulações históricas e os procedimentos retóricos.

Somos capazes de reconhecer, em qualquer uma daquelas análises, um ponto homeótopo: o ímpeto, a singularidade e o carácter de cada um dos seus escritores. E é dessa abordagem que surgem os textos que documentam a produção cinematográfica

²⁸⁷ Em linha]. [Consult. 20 de Outubro de 2010]. Disponível em <URL:http://www.labcom.ubi.pt/publicacoes/201305091721-atas_iiencontroanualaim>.

²⁸⁸ «o cânone fornece à história das mentalidades uma ancoragem; formando um gosto, torna-se involuntariamente normativo, e portanto é matéria educativa e instrumento de protocolo na iniciação a uma arte» (António Pinho Ribeiro, *Jornal Público*, 13 de Setembro de 2013).

(global), entre a informação e a historicidade. Podemos seguir a história mundial através da produção cinematográfica porque, quer seja como forma de arte ou de entretenimento, o filme será sempre resultado de uma observação do contexto social e cultural de uma época, de um momento, de uma fase, realizado a partir das técnicas disponíveis ou desenvolvidas para o efeito. Mesmo quando as notas produzidas sobre certo filme ajudem apenas a perpetuar um mito, essas serão, por si só, já significativas.

Independentemente de todos os textos produzidos serem o resultado de uma interpretação pessoal *do facto*, a validação dos filmes como objectos estéticos e a valorização do filme contemporâneo, a partir de critérios estéticos, tem resistido ao teste do tempo (Bywater e Sobchack, 1989: 7 e 146).

Sendo reflexo do seu tempo, o filme e a sua crítica perpetuam a sua importância social e cultural, inalienável e são documentos de si próprios, da evolução da forma de fazer cinema e de fazer crítica.

Se a relação entre a indústria do cinema e as audiências é uma questão para a investigação sociológica, ela está, de qualquer forma, documentada através desses textos.

Pela *Justificação e Crítica do Cinema Português – Anos 60/Anos 70* (Barroso, 2002: 33-63) vamos encontrando os elementos principais do discurso dos críticos: as informações sobre o(s) assunto(s) em análise ou referências históricas; o enquadramento, tom e estilo da obra que permitem criar cumplicidades entre o realizador (ou o artista) e o crítico; os juízos de valor, ou a atitude dicotómica que classifica de bom ou mau²⁸⁹ o que se analisa; e, finalmente, as reflexões ou ideias. Cabe ao produtor conhecer bem os meandros da crítica, maximizando os seus contactos e o seu impacto junto deles. Mesmo quando não concorda com determinada posição (da crítica) há que reconhecer o seu papel, já que a sua argumentação é um instrumento válido para testar ideias e resulta da decifração dos signos, adequação entre imagens e as gramáticas da linguagem²⁹⁰ cinematográfica, capta o sentido e estabelece uma deriva

²⁸⁹ Origem do conceito de crítica surge de crivo, o que separa o que é bom do mau. (Barroso, 2002: 30).

²⁹⁰ «a visão de uma filme transmite um conteúdo que pode ser em maior ou menor grau apreendido, cedo

marcada pelos ritmos próprios do olhar do espectador. Sendo a crítica uma das modalidades de comunicação cultural está presente a teoria da argumentação²⁹¹. É por isso que o método de escrita da crítica visa a persuasão, elaborada em argumentos de sustentação e justificação – salvo alguns casos²⁹². As estratégias argumentativas são o que medeia o processo comunicacional implicando interferência e distanciamento, ou não, face àqueles modelos.

Como já pudemos expor e verificaremos mais à frente, através daquela prática metódica ficamos a conhecer as rupturas e contestações presentes no nosso imaginário colectivo, as frustrações e as tentativas para as superar, de um cinema que se reivindicava novo, apesar dos diversos estrangulamentos, permitindo o aparecimento e a confirmação dos cineastas, dos seus processos (estéticos, sociais e políticos). No período sobre o qual nos debruçaremos, reconhecemos que uma geração de críticos surge mais interessada no «específico cinematográfico» (Pina, 1986: 210), mais pessoal, apaixonada e radical, que se fazia acompanhar pelos instrumentos de análise para falarem do filme porque o tinham visto enquanto faziam a história do cinema, enquanto hoje, na opinião de João Botelho, há «um *complot* da ignorância» (Grilo 2006a: 42), onde os críticos falam em função dos *best-sellers* e sucessos, de metáforas, não em função da história do cinema. O crítico (comum) usa premissas conhecidas do público para justificar as suas afirmações, através de estratégias argumentativas que neste processo comunicacional que, naquilo a que se refere aquele realizador, se acaba por reduzir à mera, e quase

foi tomada consciência de que uma obra fílmica – além da expressão artística – projecta-se também como forma de comunicação que pode revestir as marcas de uma linguagem [...] por isso ao apresentar-se como lugar de elaboração de significados o cinema oferece-se como forma de significação e, logo, como veículo de comunicação» (Capucho, 2008: 35).

²⁹¹ Teórica protagonizada por Habermas que impõe a racionalidade como princípio orientador da justificação e crítica (Habermas, 2001, 41). O conceito filosófico de argumentação é um processo da lógica clássica, um método de demonstração da verdade, uma técnica de clarificação do discurso e exercício lógico para explicitar o raciocínio através do qual se formulam juízos. A argumentação contemporânea é uma forma de comunicação patente no diálogo/discussão e implica o orador conquistar intelectualmente o auditório, convencê-lo, estando disponível e apto a partilhar a mesma linguagem. A argumentação provoca ou aumenta a adesão de um auditório às teses que se apresentam; se for eficaz e consequente acabará por sensibilizar o auditório (Barroso, 2002: 117-20).

²⁹² No caso flagrante, e português, de João Bénard da Costa há uma resistência a este modelo que acentua o seu estilo pessoal. Este crítico criava textos marcados pela sua personalidade, promovendo associações com teorias que lhe serviam como forma de autoridade, usadas somente para justificar as suas afirmações.

aleatória, exposição de opiniões através de uma manipulação do discurso – com o uso de adjectivos e comparações – que apela aos sentimentos do leitor (acrítico).

Conforme a opinião, que partilhamos, de Eduardo Paz Barroso alguns dos textos mais interessantes sobre cinema foram produzidos por jornalistas ao que não será indiferente o fenómeno do impacto da crítica sobre as audiências, que implantando as opiniões de determinados tribunos formaram um tecido de líderes de opinião. Através dos olhos daqueles que dedicaram o seu tempo a falar de filmes podemos encontrar a descodificação necessária para o entendimento dos filmes bem como os detalhes necessários à compreensão das suas condições de produção – ambas parte da equação na qual acreditamos assentar o sucesso de um filme. Aquele que argumenta, neste caso, não almeja a verdade mas a verosimilhança (Barroso, 2002: 123). A *condição da crítica* obriga a um envolvimento com a obra de arte, na busca da verdade e a sua leitura é o garante de que nenhuma obra cai no esquecimento (Barroso, 2002: 25 a 71). A crítica de cinema possui uma função retórica, tendente a influenciar com base numa argumentação persuasiva, fundamentada e justificada do valor de uma obra. O crítico que se põe numa situação de neutralidade, sustentada, dá subsídios para que o leitor tenha condição de fazer o seu próprio juízo de valor, sendo apenas o intermediário entre o espectador e a obra, mas tal não lhe retira o poder de *instrumentalizar* o espectador para que ele tenha uma apreciação mais atenta.

A argumentação visa uma acção, no caso dos críticos de cinema, ir ou não ver um filme e tem de se basear numa premissa partilhável pelo seu auditório, a função retórica da crítica de cinema busca o apoio do leitor e, nos meios de comunicação social, tende a influenciá-los, orientar o seu pensamento e dirigi-lo na acção (de ver ou não determinado filme). O crítico (jornalístico) interpreta o filme com base em três elementos: a sinopse; informação sobre o filme (género, realizador, etc); argumento; e um breve juízo de valor (recomendação).

Tito Cardoso e Cunha (1996: 190) avança com três noções fundamentais a tal discurso crítico e que são: o *valor* (que advém do julgamento), o *contexto* (apresentado através da informação veiculada) e o *significado* (o exercício de interpretar), isto é, idealmente, o trabalho do crítico assumiria uma atitude de avaliação do filme recorrendo

à informação para o descrever, analisar e interpretar. Assim, na crítica cinematográfica que se insere na esfera do jornalismo mostra-se como uma adequação entre os factos e os discursos oriundos das mais diversas esferas sociais, concretizado em inúmeras práticas linguísticas, se homogéneas na essência jornalística heterogéneas na sua adaptação ao contexto específico de linguagem. Isto é, um discurso polifónico que acolhe e medeia diversos campos de conhecimento enquanto exerce o poder hegemónico, na medida em que é o campo socialmente legitimado para enunciar o seu discurso. É neste contexto, e conflito, que o discurso do crítico actual e os princípios do meio cinematográfico se encontram e onde predominam as discussões sobre o papel da crítica de cinema e o seu exercício no meio jornalístico.

Como nos explica o professor Tito Cardoso e Cunha, a informação que encontramos no «acto crítico vem sobretudo da *descrição* da obra, da sua *contextualização*» e *classificação* em géneros.

«Assim, por exemplo, se o género cinematográfico “comédia” puder ser descrito como tendo por objectivo pôr o espectador a rir, como parece poder ser o caso, a presença num filme de gags que obtenham esse resultado faz dele uma comédia e portanto um bom filme, como se poderá objectivamente observar uma vez que há uma relação teleológica entre o propósito de um género e o que conta como excelência desse género» (Cunha, 1996: 168).

Aquilo que se aplica como princípio ou critério de avaliação de um género não é forçosamente válido noutro género, uma obra poderá ser avaliada, positiva ou negativamente, pela constatação «intersubjectivamente verificável» (Cunha, 1996: 170). A obra é considerada quando responde às expectativas, independentemente das questões que suscite.

No que diz respeito à função estética do crítico de cinema, no âmbito do nosso estudo sobre a produção no cinema português, Eduardo Paz Barroso (2002: 215) diz-nos como ela passa pela sua capacidade de acompanhar e registar a evolução cinematográficas, revelando os conceitos e controvérsias inscritas no seu discurso e certa forma esse discurso define o cinema português, um cinema (de autor) que estava a investir no futuro e a movimentar-se nas novas condições de produção.

A crítica de cinema, a que neste âmbito nos referimos, é um género que tem

origem na discursividade artística (cinematográfica) mas que se insere dentro do conjunto das práticas discursivas do jornalismo. Isto é, o crítico de cinema inspira-se nas fontes culturais mas está obrigado às regras imediatistas do jornalismo. Desta forma, a crítica de cinema veiculada pelo jornalismo cultural passa a incorporar o discurso jornalístico contemporâneo, dando ênfase à linguagem das imagens, destacando os títulos e subtítulos, inserindo informações periféricas, com um vocabulário reduzido. No contexto actual, o crítico precisa se adaptar ao meio, uma adaptação natural ao contexto social e histórico. Podemos afirmar que é da interacção do discurso retórico (persuasivo) actual, presente nos discursos da crítica, e dos níveis de avaliação, informação, juízo, que este condicionamento se desenvolve.

A questão do realizador, do seu trabalho e da sua abordagem à actividade, é de sobremaneira evidenciada na questão da autoria. Para ganhar essa autoridade é fundamental «não fazer “concessões”, quer aos “receptores” do discurso cinematográfico, quer aos agentes envolvidos na produção e na exibição» (Barroso, 2002: 227) na expectativa de que o público reconhecesse e se reconhecesse (nos ‘novos’ mitos). Na década de 1980, acentuada na de 1990, o público português fez a sua avaliação, ou apreciação crítica, *não gostou* do nosso cinema, enquanto narrativa. O cinéfilo encontra na experiência do filme um prazer ao de outras formas de arte e para sentir um apelo diferente necessitava de um processo discursivo novo.

Defendemos que, a este nível e regra geral, a nossa imprensa nem sempre emprestou o seu meio de forma a permitir que fossem publicadas as críticas necessárias à (necessária) (in)formação do público, falhando, nem tanto como fonte de informação mas como instrumento de educação. Porque, a possibilidade de se apresentar uma crítica numa publicação diária, semanal ou mensal, está dependente da actualidade e do espaço disponível nessa publicação, por isso, é mais comum encontrar pequenas colunas informativas em detrimento das notas críticas, à sinopse do filme e, eventualmente, um curto comentário sobre a produção, concluindo com uma afirmação, genérica, sobre o *valor* do filme. Na nossa imprensa, pela observação sistematizada, é mais comum esta última análise e apesar dos constrangimentos não negamos a existência de exercícios analíticos e, portanto, apesar de formas mais simplificadas de crítica, numa combinação entre reportagem e a apreciação, essas não deixaram de ser fundamentais para escrever a

história, e as histórias, do cinema.

Com o passar do tempo é notória a questão editorial que obrigará o *crítico-jornalista* a cobrir o acontecimento e comunica-lo universalmente, a todas as pessoas, desafiando-o a gerir a multiplicidade de assuntos e sua habilidade em difundi-los numa linguagem acessível. É, portanto, natural que por exigências de mercado é provável que cada vez mais as críticas de páginas inteiras, e os *críticos-filósofos*, deixem de existir, porque não é possível fazer uma crítica com palavras contadas, com o pensamento limitado a um determinado espaço.

Cada texto, portanto, pode ter suas características particulares, mas possui uma forma geral (no caso “a forma da crítica cinematográfica”) que orienta e determina, pelo menos em parte, a sua estruturação. Ao abirmos um jornal ou uma revista e lermos uma crítica, raras vezes nos deparamos com algo completamente diferente do que esperamos. É claro que a forma do dispositivo varia de acordo com a publicação (em função das diferentes periodicidades, públicos, objetivos etc.), dentro de cada publicação existe sempre uma unidade, certo número de características constantes, que sofrem pequenas variações e modulações. O crítico não tem liberdade total dentro da crítica, também ela um dispositivo, uma matriz, que impõe sua forma aos textos. Ela tem uma forma mais ou menos estabelecida e conhecida, que funciona como «modelo de expectativa para leitores» e «modelo de escritura para os autores» (Melo, 1994:36).

A formação dos géneros não aponta para uma definição apenas teórica, mas «tem origem na própria práxis. Desde o início das atividades permanentes de informação sobre a actualidade (processo livre, contínuo, regular), colocou-se a distinção entre as modalidades de relatos dos acontecimentos» (Melo, 1994: 37). Essas modalidades estão em constante processo de sedimentação e também de transformação, sendo conhecidas e atualizadas pelos trabalhadores da imprensa. Para Metz, a instituição cinematográfica não se restringe à indústria que produz os filmes, mas conta, também, com duas outras máquinas: a que consome os filmes (o público) e a que fala sobre os filmes (onde estaria a crítica de cinema). Para ele, a instituição cinematográfica visa sempre a sua reprodução: a possibilidade de continuar produzindo filmes, que serão consumidos e propiciarão a produção de mais filmes. Essa reprodução da indústria

passa pelo consumo, que é de onde vêm os recursos financeiros para alimentar a produção, e se relaciona diretamente com a crítica, que pode induzir e promover esse consumo, indicando e promovendo os filmes produzidos pela indústria. Estabelece-se assim um equilíbrio entre as três partes da instituição, que não podem existir sozinhas e nem determinar individualmente o funcionamento das outras duas. As três “máquinas” da instituição funcionam de forma orgânica e organizada, pois todas elas, no fundo, têm o mesmo objetivo: a promoção e a manutenção da instituição. Abre-se então um espaço de interpretação, onde se inserem as diversas experiências e, a partir delas, as múltiplas interpretações possíveis, que combinadas a formas de análise, ao estilo individual de cada crítico e às propostas de cada publicação darão origem a uma variedade de críticas com características diferentes sobre o mesmo filme. Essa diferença no contexto de produção aponta para diferenças no tempo disponível para a reflexão, nas ferramentas que podem ser usadas para a análise, nas características do texto e do conhecimento que serão produzidos, na profundidade da análise, no público visado pelos textos, na relação a ser estabelecida com ele, etc.

Porém independente dessa distância, ambos os críticos tem propósitos e objetivos pragmáticos com relação à análise, ligados à produção de conhecimento a partir da obra, o que levaria a uma recepção diferente do leitor comum e similar à de outros críticos, analistas e estudiosos em geral. E é partindo desse pressuposto que propomos aplicar os conceitos pensados para os críticos de literatura aos críticos de cinema.

A problemática da adequação de um texto crítico a um espaço editorial, num contexto cada vez mais globalizado, e a necessidade de uma certa autonomia do crítico quanto às escolhas dos filmes criticados colocam este exercício num quadro cada vez mais reduzido (excepto nas edições especializadas e nos suportes disponíveis on-line) transformam o leitor numa espécie de *voyeur*, cada vez menos habituado a um texto e cada vez mais dependente de imagens que o informem rapidamente. Este leitor procura apenas uma pequena análise da crítica do filme, saber que são os actores principais, o argumento e o género, acompanhados de alguma adjectivação. É desta forma que passamos a ver a crítica em diálogo com o título do filme, para reforçar uma ideia – a leitura do título, subtítulo e da crítica associada à foto ilustrativa satisfaz os propósitos

mais imediatistas. O leitor contemporâneo está acostumado a ‘passar os olhos’ pelas edições não para procurar o que se diz sobre o filme mas para medir o espaço que lhe foi concedido, à qual se acrescentará, no máximo, informações como a data de estreia, a sala em que se apresenta, numa lógica discursiva mais próxima da publicidade, e do funcionamento da esfera jornalística à qual pertence.

Concluindo, a crítica não é feita de e para consumidores passivos, porque todos os juízos são formulados a partir de um processo de leitura próprio. O valor da obra pode ser aferido pelo desafio que uma obra lança (pelos códigos que desafia) bem como pela sua capacidade de os produzir, quantitativa e qualitativamente.

Tudo isto nos conduz à preocupação de documentar através de um levantamento em periódicos diferentes facetas que ajudam a perceber a existência do cinema português enquanto fenómeno mediático (mundanismo). Estes aspectos ganham em ser articulados com uma visão mais sistemática da informação sobre o cinema português deste período. Depreender que há um discurso crítico que é comunicante com o discurso da imprensa, como é disso exemplo o dicionário elaborado por J. L. Ramos. Esta é a dupla mediatização do cinema, enquanto meio e com a sua presença nos jornais.

Recordamos, então, com o contributo de Leonor Areal, o substrato, ou como:

«o cinema português do período do Estado Novo foi vítima directa da censura oficial, como é sabido, mas também da censura social, da censura comercial e ainda, e sobretudo, da autocensura resultante daquelas. Assim foram os cineastas encontrando formas de contornar as incontáveis limitações, por meio de processos de alusão e eclipse. E por entre gestos subtis e referências mais ou menos crípticas — que dificultassem a tarefa aos censores — insinuassem uma série de tabus semi-desvelados. Estes tabus vão deixando cair algumas vestes ao longo dos anos, num processo lento que se prolonga muito além da ditadura, e cujos campos semânticos se revelam sobretudo pela sua quase ausência: poder, religião, guerra, sexo e morte. O cinema português está cheio de mortes cuja enunciação se revela tabu. [...] Outro tabu que se preserva, apesar dos tempos terem mudado, é o da religião. Os poucos filmes que ousam tocar-lhe são directa ou indirectamente censurados, já não pela censura oficial e normativa, mas pela censura social — as reacções dos sectores conservadores. É o caso de *As Horas de Maria* de António de Macedo, que em 1980 motiva a ameaça e efectivo ataque físico às instalações da Cinemateca pelo então presidente da Câmara Municipal de Lisboa, Krus Abecassis. Outros filmes deste iconoclasta autor com algum pendor esotérico tocaram no tema da religião, como o seu anterior *A Promessa*, que — apesar de ter conseguido passar na Censura do Estado Novo e ter sido seleccionado em Cannes» (Areal, 2011a: 421)

Nas páginas do próximo capítulo encontra-se um levantamento, em jornais e publicações da época (ainda que não exaustivo) significativo e esclarecedor, porque é representativo da problemática em questão, sobre o que nos ajuda a identificar formas produção (em cinema) pelas pistas neles disponíveis.

CAPÍTULO III – PRESENÇA DO CINEMA PORTUGUÊS NO DISCURSO JORNALÍSTICO NACIONAL

Neste capítulo encontraremos o cinema português visto através de diversos géneros jornalísticos que pretendem cumprir os objectivos de relatar o acontecimento da estreia e fazer o juízo sobre o mesmo. O jornalismo apresenta-se de diversas formas discursivas, que nem sempre esclarecem sobre o seu género. Estes géneros espelham muitas vezes, e acima de tudo, posições pessoais e/ou editoriais. Mas cumprem, sempre, a sua função, a de organizar a informação, produzindo um discurso, mais ou menos diferenciados, que através da descrição e narração dão a conhecer o filme e expõem, nem sempre, juízos de valor acerca deles. Assim, aqui encontraremos desde o género informativo (notícias, reportagens e entrevistas) ao opinativo (a crítica e o comentário ou artigo de análise)²⁹³ Coincidentemente, como no cinema, os géneros jornalísticos servem para facilitar o processo comunicativo entre os autores e os leitores, para que estes saibam se estão face a um artigo de opinião, informação ou mero entretenimento (ver anexo 2).

A presença do cinema no jornalismo sofreu, nas últimas décadas, as mesmas alterações que encontramos nestes *media*. Assim, nos jornais diários impressos, o espaço ficou reduzido às agendas e roteiros, enquanto, nas edições de fim-de-semana, se encontram suplementos culturais com algumas páginas que lhe são dedicadas. Como outras manifestações de cariz cultural (e até social), uma parte migrou para a *Web*, não invalidando o aparecimento, mais-ou-menos diminuto, em Portugal de novas gerações de escritores que alternam entre a versão impressa e a *online*, colaborando, ainda, na *blogosfera*. Neste contexto, festivais de cinema como o de Locarno, Nova Iorque e Roterdão propõem, durante as suas edições, formação especializada e seminários para

²⁹³ Bertocchi, 2005.

crítica de cinema, na era da internet.

«A crítica jornalística de cinema, principalmente na forma de crónicas²⁹⁴, fornece informações para um público de massa. Estas crónicas destinam-se principalmente aos leitores que ainda não viram os filmes. Isto, certamente, não significa que não ofereçam nada de interessante ao leitor que já tenha visto o filme [...] a informação de que um filme foi lançado e está disponível [...], sobre o que é e quem estava envolvido na sua produção, por trás e à frente das câmaras, serve para avaliar o filme de modo a que os leitores que partilham as visões do autor da crítica decidam se querem ou não querem gastar seu tempo e dinheiro a vê-lo» (Bywater e Sobchack, 1989: 3 e 4).

Nesta parte do trabalho, reúne-se material de referência para uma narrativa sobre a produção do cinema português na década de 1980/90, através dos registos na imprensa.

A selecção dos filmes teve como único critério serem as longas-metragens mais vistas em cada ano, portanto, os filmes mais significativos em número de espectadores. De forma a emoldorar as décadas, optámos por incluir o último filme mais visto da década de 1970 e o primeiro mais visto da década de 2000. Tal permite-nos sintetizar um pouco das condições de produção do passado (próximo) e do futuro, evidenciando as suas características mais visíveis, que os tornam importantes, a cada momento na construção do cinema português, «aqui encarado como um conjunto de filmes cujo somatório resulta num certo *país imaginado*, que não coincide com o país real – e nem sequer o reflecte – mas que obviamente comenta esse outro país.» (Areal, 2011b: 433). Pelo critério de análise apresentado, não se encontrarão necessariamente os melhores filmes, os mais reconhecidos pela crítica nacional e internacional, mas aqueles que tiveram um impacto, em termos da sua popularidade, ou seja o sucesso na bilheteira, muitas vezes coincidente com o facto de apresentarem uma proposta diferente, ou como retratos de momentos de viragem ou do esgotamento de um modelo – como a constante redefinição da relação entre o filme comercial e filme artístico, relação particularmente conflituosa a partir de meados dos anos de 1970.

O uso das publicações, e dada a contemporaneidade da produção cinematográfica, acaba por trazer ao leitor as mesmas dúvidas que advêm aos

²⁹⁴ Este tipo de redação foca-se mais na descrição – em *crónica* - do que numa análise crítica.

historiadores, e às suas análises sobre factos históricos passados porque o que parece importante e relevante para uns é insignificante para outros (Bywater e Sobchack, 1989: 156).

Pelo facto do período em análise ser muito próximo tal não desmerece a possibilidade de os confirmar como importantes na nossa cinematografia.

Contribuiria muito à verificação de factos se as instituições-cinema facultassem os seus registos, de forma sistematizada, já que somente a partir destes se poderão realizar avaliações e encontrar as conclusões verosímeis. Não sendo possível, continuaremos a exigir essa possibilidade, enquanto extrapolamos, a partir de fontes secundárias, uma forma de contribuir para o estudo da produção e do seu impacto no seu sucesso do nosso cinema. Na impossibilidade de aprofundar mais dados, pela razão apresentada, e foi junto das fontes consideráveis para o efeito (no caso, o Instituto do Cinema e Audiovisual) que tentámos cruzar os dados disponíveis com os registos em arquivo consultados (junto da Cinemateca Portuguesa), de forma a construir um corpo de informação que nos permitisse sustentar a tese inicial – o sucesso de um filme está dependente das suas condições de produção. A conclusão é aquela que já adivinhávamos: todos os elementos contribuem, incluindo as boas e as más críticas, já que o gosto do crítico e do público difere. Mas todos os discursos jornalísticos conferem visibilidade, e notoriedade, ao filme e causam no leitor a vontade de confirmar as opiniões dos jornalistas e as leituras do crítico.

«Diz-se frequentemente de um filme que é resultado de uma multiplicidade de factores, a soma total de um grupo de contribuições diversas. A contribuição do realizador – o “factor realizatorial” – é somente um entre todos, embora seja muito provavelmente o de maior peso. Não preciso sublinhar que esta visão é bastante contrária à teoria de autor e que nada tem em comum com ela. O que a teoria de autor faz é agarrar um grupo de filmes – obra de um realizador – e analisar a sua estrutura. Tudo o que for irrelevante para isso, tudo o que não for pertinente, é logicamente considerado secundário, a pôr de parte. [...] Ficamos limitados ao relato de impressões subjectivas e momentâneas. [...] É como se um filme fosse, mais do que um concerto musical (o espectáculo), uma composição musical, embora, enquanto uma composição musical existe *a priori* (como um argumento), um filme de autor é construído *a posteriori*. De facto, a riqueza estética do cinema resulta do facto de compreender em si as três dimensões do signo: o do índice, a do ícone e a do símbolo. A grande fraqueza de quase todos os que escreveram sobre cinema reside em haverem tomado uma destas dimensões unicamente, tornando-a a base da sua estética, a dimensão «essencial» do signo cinemático, e em se descartarem de todo o resto. Isto é empobrecer o cinema. Além disso, nenhuma das dimensões pode ser

dispensada: são co-presentes.» (Wollen, 106-7)

A produção portuguesa que encontramos é aquela que serve uma ideia, num amplo contexto histórico, social e estético e verifica a amplitude de abordagens, da informativa, à estética, à mundana.

1. A contextualização do cinema português da década de 80 e 90 do século XX

Esta parte do estudo evoca a ideia, defendida, entre outros, por Eduardo Paz Barroso (2002: 453), de «como se passou do vazio e da mediocridade técnica e estética, para a reelaboração de uma identidade cinematográfica». Talvez uma das mais reconhecidas e apreciadas, tanto ao nível nacional como internacional, e não só naquelas décadas.

Mas não fácil aceitar a existência de um cinema português, «enquanto uma identidade comum aos filmes produzidos em Portugal ou por portugueses», afirma Paulo Cunha:

«O que se verifica desde cedo é que a definição dessa identidade comum foi sendo “posta em causa e reformulada sucessivamente” conforme as características específicas de cada período. No entanto, ressaltam “dois movimentos contraditórios”: um primeiro que, “com motivações diversas”, nega “a existência de um sentido global nessa permanente aventura”; o segundo defende “a legitimidade de um cinema português”, normalmente à luz de “razões predominantemente ou exclusivamente práticas e políticas”[...]» (Cunha, 2003: 2)

Paulo Filipe Monteiro alerta que, «a cada momento, existam processos de auto-reflexidade tendentes a construir-lhe fronteiras e classificações que possam conduzir a uma definição, mesmo que precária» (Monteiro, 1995), e serão essas amostras dos *processos de auto-reflexidade* que propomos, reunindo amostras dos momentos nos quais se se enquadram e as visões que a imprensa produz sobre o cinema português.

Aqui, para definir cinema português, recorreremos a João Bénard da Costa (1996: 9), e designa «o conjunto de filmes produzidos por um determinado país» e, como no nosso caso há falta de consenso, assumimos que é uma história feita a cada

momento, é «a memória “quem dá futuros ao passado”, desempenhando uma importante função social através das “liturgias próprias centradas em reavivamentos” e dos “ritos que o reproduzem e transmitem”» (Cunha, 2003: 3).

Os primeiros anos desta época são aqueles em que o número e a diversidade de produções são mais evidentes.

Mas, por o início da década, dos anos 80, ser caracterizado pela liberdade de comunicação e informação (Areal, 2011b: 436), são também anos de uma generosa actividade, onde encontramos a afirmação de um género de cinema mais comercial, associado a uma certa singularidade, associada ao cinema português. São os anos da internacionalização do cinema português, das suas estreias e sucessos, em Paris e Londres. E, no entanto, se nos cingíssemos a critérios de avaliação pelo número de público, então o cinema português não existia (Barroso, 2002: 77-8).

As novas tendências na ficção são de Luís Filipe Rocha e o seu projecto neo-realista (*Cerromaior*, 1981), de Lauro António que nos transpõe para uma época de rigor e a repressão; de António Vitorino de Almeida (*A Culpa*, 1980) que apresenta o sentimento (de culpa) na guerra colonial; Ricardo Costa caricatura os símbolos nacionais através de intrigas políticas (*Verde por Fora, Vermelho por Dentro*, 1980)²⁹⁵; enquanto que, na primeira produção de Paulo Branco²⁹⁶, com António Pedro Vasconcelos (*Oxalá*, 1981) explora a questão social, a consciência daqueles que *escaparam* à guerra colonial fugindo para França (Pina, 1986: 193-4). Estes são alguns exemplos daquela diversidade de uma década que se caracteriza pelo aprofundar dos percursos de cada um dos realizadores e por um papel interventivo dos cineastas mais jovens e, sublinhamos, do papel daquele produtor – que muito terá contribuído para fazer de Manoel de Oliveira o cineasta oficial, permitindo-lhe que fosse o único a

²⁹⁵ Sabemos pelo ICA que o filme teve 5 127 espectadores, o que para Pina (1986: 190) representa «sem boa aceitação pelo público».

²⁹⁶ Em 1980 o Instituto Português de Cinema apoia este produtor, e a sua empresa V. O. Filmes, em sociedade com António-Pedro Vasconcelos. Paulo Branco pretendia reconciliar o público com o cinema português e apontar para uma renovação, que passava, por exemplo, pela qualidade técnica, «apostou em novos e desconhecidos cineastas [...], através de contactos em França conseguiu condições de produção quase milagrosas para cineastas estrangeiros sem grande credibilidade comercial.» (Costa, 1991: 173). «Entretanto, Paulo Branco faliu n vezes e ressurgiu n vezes. A última das suas ‘encarnações’, aos 40 anos, é de novo como exibidor» (Costa, 1991: 176).

conseguir realizar um filme por ano – e pelas produções que mesmo comerciais reconquistam algum público.

São estes os anos que nos revelam os primeiros resultados da Escola de Cinema: João Botelho (*Conversa Acabada*, 1981), que conquistou prémios nacionais e internacionais; das surpreendentes obras de João César Monteiro (*Recordações da Casa Amarela*, 1989).

São os anos do reconhecimento internacional do cinema português, amplamente premiado nos festivais de maior prestígio, com propostas tão diferentes quanto os seus realizadores: João Mário Grilo (*A Estrangeira*, 1982), António Reis, Paulo Rocha, António de Macedo, Fernando Lopes, José Fonseca e Costa, Lauro António²⁹⁷, Luís Filipe Rocha, Jorge Silva Melo e Ricardo Costa, entre outros; e dos realizadores que se mantiveram activos e que protagonizaram grandes sucessos de bilheteira como *O Lugar do Morto* (António Pedro Vasconcelos, 1984) e *Kilas*, *O Mau da Fita* e *A Mulher do Próximo* (José Fonseca e Costa, 1980 e 1988, respectivamente), defendendo um cinema português de grande público, indispensável à existência de uma ‘indústria nacional’. É o momento em que melhor se distingue o velho cinema (arte) – patente nos critérios de atribuição de subsídios – e o novo cinema (comercial) – das produções para grande público, orientadas para o êxito.

Reaparecem algumas formas tradicionais de família, mas não uma família ideal, é uma família enquanto problema (Areal, 2011b: 436).

São décadas em que convivem *O Lugar do Morto* – cuja grande afluência do público resultava da capacidade do filme retratar o seu tempo, na tradição do *film noir*, bateu todos os recordes de audiência em Portugal e que ocupa, de acordo com o ICA o terceiro lugar dos filmes portugueses mais vistos de sempre (Ferreira, 2007:171); *Le Soulier de satin* (Manoel de Oliveira, 1985), a adaptação de um poema dramático de Paul Claudel «onde o teatro perpassa ao cinema, de forma desmedida, como o texto original» (Ferreira, 2007: 181); ou *Tempos Difíceis* (João Botelho, 1988), inspirado no

²⁹⁷ Em 1980, *Manhã Submersa* estreia na televisão, exibido em episódios na TV – estreou em Outubro desse ano e foi bem acolhido pelo público e pela crítica.

romance de Charles Dickens, um retrato «de uma sociedade na qual tudo ficou igual após a revolução e onde o fascismo foi apenas substituído pelo capitalismo» (Ferreira, 2007: 193).

A produção desta época também resulta num cinema muito autoral, de afirmação pessoal e totalmente apoiado pelo Estado²⁹⁸. Isto é, há uma independência na realização com subvenção estatal, são filmes realizados com liberdade mas totalmente condicionados pelos júris que os escolhem(iam)²⁹⁹. São, também, estas características que conferem mais originalidade a este período. As melhores produções desta época e da nossa cinematografia, resultam de propostas novas, pessoais, diferentes, apaixonantes/apaixonadas, tanto na sua fragilidade como na diversidade que as une (Pina, 1986: 206). Como se virá a confirmar, este é o retrato de uma cinematografia a definir-se.

Paradoxalmente, testemunhámos o fim do cineclubismo, enquanto força de influência cultural e o fim da censura que permitiu novas fontes de informação, novos programas de cinema da RTP, as videocassetes, os ciclos retrospectivos da Cinemateca Portuguesa e da Fundação Gulbenkian, entre outras instituições. Surgem festivais e mostras de cinema, organizadas um pouco por todo país³⁰⁰, onde com as mostras se concilia a programação de actividades paralelas e a atribuição de prémios. Sobreviveram, até esta data, os ‘Caminhos do Cinema Português’ (1988), organizados

²⁹⁸ «Do ponto de vista da produção, os filmes são totalmente comparticipados pelo Estado, através do Instituto Português de Cinema, que desde 1982 concede 75% de subsídio e 25% de empréstimo.» (Pina, 1986: 182).

²⁹⁹ «Nunca houve em Portugal tantos ‘realizadores, muitos deles sem qualificação profissional, nem tantos produtores, limitados a gestores de dinheiro e materiais. Muito do cinema produzido, por isso mesmo, não chega às salas, recusando o ‘compromisso comercial’, sendo poucos os exemplos de genuína qualidade cinematográfica que justifiquem a defesa de uma ‘anarquia criativa’ e o repúdio de um sistema de produção e difusão em que o mercado seja a estrutura-base, embora a reduzida dimensão em que o mercado justifique um claro protecçãoismo do Estado, mas independentemente dos jogos de influência e do elitismo cultural.» O ano de 1985 é marcado, sobretudo, pela saída/apresentação de filmes que tinham sido realizados sob os anteriores planos (plano de produção de 1981) de produção do Instituto Português de Cinema. (Pina, 1986: 206-11).

³⁰⁰ «O cinema «amador», agora designado por cinema «de formato reduzido», na linha de um maior comprometimento formal e substancial, que vinha já dos anos 70, parece ter deixado definitivamente a tradição de «filme familiar», improvisado e manifestamente medíocre. [...], a Cinemateca começou o estudo sistemático do cinema português, quer através de retrospectivas dos seus principais autores [...] que através de investigações históricas sectoriais, recuperadas entretanto centenas de filmes de acervo existente em nitrato. Fundamental nesta actividade é a edição de catálogos referentes aos ciclos» (Pina, 1986: 206-7).

pelo Centro de Estudos Cinematográficos da Associação Académica de Coimbra); Cinanima (1976), organizado pela Cooperativa Cultural Nascente conjuntamente com a Câmara Municipal de Espinho; o Fantasporto – Festival Internacional de Cinema do Porto (1981), a partir de uma ideia de Beatriz Pacheco Pereira, Mário Dorminsky e José Manuel Pereira; o Festival Internacional de Cinema da Figueira da Foz (1972) numa iniciativa de um grupo de cinéfilos; e o Festival Internacional de Cinema de Tróia (1985), o único festival de cinema português que integra o calendário anual da Federação Internacional das Associações de Produtores de Filmes (FIAPF).

A década de 1980 é marcada pela abertura ao cinema estrangeiro, através de co-produções e intercâmbios – nem sempre vantajosos do ponto de vista económico – que motivam troca de experiências e enriquecimento profissional, particularmente ao nível técnico: do som, da fotografia e dos laboratórios (Pina, 1986: 213). Mesmo com a constância no ritmo de produção não foi possível criar uma indústria de cinema, sempre pela mesma razão de sempre: a dimensão do mercado, a falta de protecção da produção portuguesa face ao filme estrangeiro (particularmente o americano); a concorrência de outros meios (vídeo e outras formas de lazer); o excesso de centralismo; e a fraca capacidade de co-produção, interna e externa. Ainda hoje, como naqueles anos, a instabilidade governamental, da ‘falta de interesse’ político e de uma legislação adequada e a fragilidade da iniciativa privada agudizam a barreira entre o sector cultural e o sector comercial.

Nesta altura interessa-nos, sobretudo, aprofundar o papel do público. Até aos anos 80 nunca um filme ultrapassava os 150.000 espectadores (Pina, 1986: 214) e, seguindo a insinuação de ter havido uma reconciliação com as produções nacionais, sabemos agora, que é inconstante e inconsequente. Acreditamos que essa questão só poderá ser revista quando se deixar de falar (e constatar) a permanente crise no cinema português, só ultrapassada quando se aceitar a necessidade de uma indústria de cinema em Portugal, orientada a partir de três factores, já enunciados: a dimensão do mercado, o fomento da colaboração interna e externa, o proteccionismo (mesmo que não centralizado). Enquanto estas medidas não forem consistentemente implementadas e em simultâneo, continuaremos a perpetuar a já (demasiado) longa e ilógica crise do nosso cinema. Dizemos ilógica porque, à passagem do centenário do cinema português,

podemos garantir que este cinema existe, assente numa tradição criadora bem sedimentada, marcadamente original na imagem e no sentido, mas não pode ser considerada forte quando é um somatório de filmes desgarrados, portugueses porque feitos em Portugal, que afirmam uma singularidade estética mas para a maior parte das pessoas são (meros) objectos culturais que lhes escapam (Pina, 1986: 214-5) porque não vão ao encontro das suas competências, estéticas, culturais, do seu gosto, enfim.

Não podemos continuar, ciclicamente, a pedir uma nova lei do cinema, sempre com a mesma finalidade: para afirmar as nossas raízes colectivas, o nosso modo de ser, a nossa cultura. É fundamental que se permita ao cinema português organizar-se, criando os mecanismos que o assegurem, desde o seu potencial industrial à sua independência criadora³⁰¹.

A experiência cinematográfica é pautada por um comportamento social e um imaginário que não é alheio à tradição da ida ao cinema: do contrato comercial da aquisição do bilhete, do acto de entrar na sala, encontrar um lugar e discutir o filme (ou a leitura crítica³⁰² que orienta as escolhas) com outras pessoas quando se sai. Esta década é marcada pela alteração da relação entre o espectador e o cinema (enquanto produto audiovisual e experiência) com o aparecimento do vídeo (Barroso, 2002: 109) e, agora, ainda mais, com as diversas formas de *home vídeo*³⁰³. O paradigma vai voltar a

³⁰¹ «A crise do cinema português – sempre ouvi falar nela desde que me conheço – só pode ser ultrapassada quando superiormente se entender a necessidade de uma verdadeira, mesmo que reduzida, indústria de cinema em Portugal, entregue a sua orientação aos três sectores fundamentais, com base no mercado, na colaboração interna e externa e num protecçãoismo não centralizado» (Pina, 1986: 215).

³⁰² «O perfil e autoridade do crítico são elementos centrais na credibilização desta operação de leitura» (Barroso, 2002: 73).

³⁰³ Conforme podemos hoje testemunhar, pelos protagonistas do paradigma de Hollywood (e refundadores do sistema cinematográfico mundial, os produtores e realizadores Steven Spielberg e George Lucas), os estúdios estão, de novo, em vias de implodir enquanto se prespectiva o futuro, através do vídeo on demand. Quando estes ‘tubarões’ encontram dificuldades em colocar os seus filmes nos cinemas, em particular o último (Lincoln, que apesar das nomeações para os Óscares, os obrigou a pensar na estreia através do canal por cabo HBO), sabemos que somente os ‘grandes’ filmes chegarão ao grande ecrã e para todos os outros o futuro se encontra no(s) pequeno(s) ecrã(s). O cinema continua a mudar e sempre pelas mesmas razões: alteração dos hábitos sociais e pela evolução tecnológica, prevê-se que a sala passará a constituir um nicho, com o consequente aumento substancial do preço dos bilhetes (ao nível da ópera e teatro), passando a estar o espectador (individual) no centro da indústria, projecta Joana Amaral Cardoso (Jornal *Público*/Cultura, 17 de Dezembro de 2013. [Em linha]. [Consult. 17 Dezembro 2013]. Disponível em <URL: <http://www.publico.pt/autor/joana-amaral-cardoso>>.

mudar, os estúdios vão concentrar todos os seus esforços financeiros num único projecto (que custe centenas de milhões de dólares) e de fora ficarão os projectos mais pessoais de jovens realizadores, vaticina Steven Spielberg, porque o esforço do *marketing* para as massas é demasiado oneroso e pesado. Os estúdios vão apostar tudo em *blockbusters* e em especialistas em propostas que o garantam. É por isso que o futuro, de todos os outros conteúdos, que não chegam às salas, terá de passar pelo *vídeo on demand*, a internet, a televisão e os jogos de vídeo³⁰⁴.

Nos anos de 1990 a experiência cinematográfica continua a encontrar grandes sucessos de bilheteira e afirmação internacional dos autores (com obras originais e radicais), com propostas estéticas, de conteúdo social e político, embora a realização de filmes não se tenha tornado mais fácil. A diversidade é visível em *Tentação*, que resulta de um novo tipo de parceria entre produtora, a distribuidora e um canal de televisão, nra um filme com uma narrativa convencional de enorme êxito entre o público e, naturalmente, sem reconhecimento por parte da crítica; *Os Mutantes* (Teresa Villaverde, 1998) representativo de um cinema *performativo*; *Noite escura* (João Canijo, 2004) onde é apresentada uma dimensão alegórica. Ao mesmo tempo que o cinema participa na discussão sobre o papel de Portugal na nova identidade europeia, Joaquim Sapinho realiza *Corte de Cabelo* (1995) e Luís Filipe Rocha *Sinais de Fogo* (1996) e *Adeus Pai* (1996), filmes que abordam temáticas próximas da juventude. José Fonseca e Costa aposta na biografia de Álvaro Cunhal em *Cinco Dias, Cinco Noites* (1996) e, no final da década, destaca-se uma vasta produção onde são abordados temas como a Guerra Colonial (*Inferno*/Joaquim Leitão, 1998), questões mais filosóficas (*Inquietude*/Manoel de Oliveira, 1998), retratos do mundo rural (*O Rio de Ouro*/Paulo Rocha, 1998) e/ou urbanos e marginais (Teresa Villaverde/*Os Mutantes*; João Mário Grilo/*Longe da Vista*; Leonel Vieira/*Zona J*; João Canijo/*Sapatos Altos*, todos de 1998); em 1999 João César Monteiro apresenta-nos *As Bodas de Deus* (Ferreira, 2007: 215-40).

A década é marcada pelas produções da nova geração de cineastas (oriundos do

³⁰⁴ Steven Spielberg e George Lucas acreditam que os próximos cinco anos a indústria dos jogos desenhará conteúdos dirigidos sobretudo a raparigas e mulheres através de comandos e envolverias que vão para além dos ecrãs, continua Joana Amaral Cardoso (Jornal *Público*/Cultura, 17 de Dezembro de 2013). [Em linha]. [Consult. 17 Dezembro 2013]. Disponível em <URL: <http://www.publico.pt/autor/joana-amaral-cardoso>>.

Conservatório Nacional – Escola Superior de Teatro e Cinema) e criadores de outras áreas artísticas que, politicamente, defendiam o apoio às primeiras obras. Encontramos, entre outros, Pedro Costa, Manuel Mozos, Fernando Vendrell e Margarida Cardoso. É uma época que confirma realizadores como Joaquim Leitão (*Adão e Eva*), que atingem o seu público; João César Monteiro (*A Comédia de Deus*, 1995) e Manuel de Oliveira (*O Convento*, 1995) que vivem uma época de consagração. Estas produções misturam géneros e linguagens, enquanto o vídeo e a televisão reforçam o cinema, enquanto veículos de difusão do mesmo.

No que diz respeito à crítica cinematográfica, as décadas de 1980 e 1990 apresentam muitas diferenças. Encontramos críticos de cinema substituídos por cronistas, sendo que os primeiros passam a adoptar o importante papel de historiadores de cinema.

Aqui vão ser situadas longas-metragens de ficção seleccionadas com base no critério canónico³⁰⁵ dos sucessos de bilheteira, sujeitas a uma selecção subjectiva (do gosto crítico) e a objectividade (dos números de público) através do maior meio de divulgação³⁰⁶ à altura (a imprensa).

Partilhamos a noção de que a prática da crítica cinematográfica tem uma função pedagógica (defendida por Habermas) já que ensina a gostar, informa e insere a obra cinematográfica num contexto histórico-cultural, cumprindo-se o seu princípio hermenêutico no questionamento da obra e a atribuição de significações, que através da retórica produz juízos de valor, sustentados numa justificação justa (Barroso, 2002: 29). Gostaríamos de clarificar que, do conjunto de documentos usados, não apresentamos uniformidade na selecção, por impossibilidade técnica, e, por tal, a sua qualidade e força serão diferentes.

³⁰⁵ Uma variação do cânone, um conjunto de obras consideradas fundamentais, em forma de anuário, onde o «auditério influencia a imagem que o autor do cânone tem de si mesmo, confirmando-a e reconfigurando-a» (Barroso, 2002: 56) Isto é, um cânone baseado nos sucessos de bilheteira do período em estudo.

³⁰⁶ Atitude canónica reside na força da referência (Barroso, 2002: 58).

2. Os filmes, os jornais e as percepções

Será oportuno traçar o perfil das publicações e de algum jornalismo desta época. Assim, alguma desta imprensa, a de referência, opta por uma abordagem mais clássica à cultura e outra segue as tendências, em sentido amplo, dos produtos das indústrias culturais e criativas.

Nesta parte apresentamos o resultado das recolhas feitas na imprensa escrita da época e que dizem respeito tanto às estreias de filmes como à sua vida antes, durante e após esse momento. São uma visão de um país através das escolhas do público face à sua cinematografia. Encontramos em algumas delas alguma orientação crítica misturada com elementos de notícia. Não encontramos, isso é certo, muitas críticas de fundo.

«Os textos exprimem de forma variável aspectos efémeros e legados definitivos. Ao procedermos hoje à sua reavaliação, verifica-se que nem sempre o que se apresentava como definitivo acabou por prevalecer, ao passo que certas análises mais inclementes permanecem lúcidas» (Barroso, 2002: 455).

Podemos hoje verificar a justeza destas palavras, face às peças em observação. O critério, como anunciámos, que presidiu à sua escolha foi aquele dos filmes mais vistos a cada ano, de acordo com a informação disponibilizada pelo Instituto do Cinema e Audiovisual (ICA).

Devemos sublinhar que a informação não é uniforme, e há publicações, por exemplo, que no documento consultado não foi identificar o título do artigo citado, o autor, noutras ocasiões o nome dessa e a data. Acreditamos que, nos casos escolhidos, tais faltas não prejudicam o valor e o sentido das palavras, o valor da informação.

Será oportuno referir o perfil de algum do jornalismo cultural da época. Assim, alguma da imprensa revista, a designada de referência, opta por uma abordagem mais clássica enquanto a outra segue tendências, em sentido amplo, dos produtos das indústrias culturais e criativas.

«[...] os anos 80 do século XX são palco de uma crescente segmentação e especialização nos media, aparecendo nesta altura os primeiros jornais e revistas dedicados à cultura. Os semanários *Se7e* e *Blitz* são os jornais emblemáticos dessa altura, não só porque acompanhavam a cena artística portuguesa como criavam tendências e vanguardas, premiadas anualmente

nos Se7es de Ouro e nos Prémios Blitz. Foi o Se7e [...] que implementou no país o “Roteiro” – cartaz exaustivo do que se passava ao nível cultural no país. Não se pode dizer que o jornalismo cultural ocupe um papel importante na imprensa portuguesa, comparativamente com outros países, em particular o Brasil, a Espanha e o Reino Unido. Em Portugal, os principais diários têm suplementos de natureza cultural com periodicidade semanal, embora muitos tenham sofrido transformações consequentes, casos dos suplementos Y (dedicado à cultura pop urbana, ao cinema e ao teatro) e Mil Folhas (livros, música clássica e arquitectura) do Público, que foram substituídos pelo Ípsilon. Este diário tem também o caderno P2 que sai de segunda a sexta-feira, que integra temas relacionados com a sociedade, as artes, a cultura, a agenda cultural e a grelha televisiva. Ao sábado publica ainda o suplemento Fugas. O Diário de Notícias publica diariamente as secções de artes e media, o suplemento IN ao Sábado e a revista Notícias Magazine, ao Domingo. O DNA, que já não existe actualmente, constituiu a grande referência cultural deste jornal durante muitos anos. [...] o Correio da Manhã e o Jornal de Notícias apostam num jornalismo cultural popular e, em boa parte, dedicado às celebridades. O Jornal de Letras, Artes e Ideias é o único jornal temático dedicado à cultura, com 27 anos de existência. Tem uma tiragem reduzida (15.000 exemplares) e periodicidade quinzenal. No panorama dos semanários, o Expresso tem um suplemento – o “Actual” – exclusivamente dedicado à cultura [...] a Visão e a Sábado são os exemplos paradigmáticos – têm dedicado cada vez mais páginas às artes e à cultura.» (Silva, 2009: 94-5)

Assistimos, provavelmente, a duas tendências de jornalismo cultural em Portugal: por um lado a cultura surge-nos muito *standardizada*, obedecendo a uma agenda de eventos, a uma programação no mercado das indústrias culturais, e por outro novas formas de legitimação da cultura em revistas alternativas, que conseguem fidelizar públicos através das suas abordagens estimulantes e originais. Apresentamos neste ponto um estudo dos *media* impressos portugueses, a partir de um corpus recolhido, suplementos culturais, publicações especializadas, revistas de costumes, sociais.

2.1 As Horas de Maria, *interrogação ou tese*

O realizador António de Macedo, cineclubista, crítico de cinema e arquitecto de profissão, começou a dedicar-se ao cinema nos primeiros anos da década de sessenta. É autor de um considerável número de curtas e médias metragens, bem como de sete longas-metragens, que aqui destacamos³⁰⁷: *Domingo à Tarde* (1965), *7 Balas Para*

³⁰⁷ Da sua filmografia destacámos os trabalhos pelo seu aspecto (sempre) polémico: *Domingo à Tarde* foi censurado, *7 Balas Para Selma*, o *Nojo aos Cães* proibido e *A Promessa* retido e um grande sucesso de bilheteira quando finalmente estreou (80 mil espectadores só no cinema Condes, de António Macedo a Fernando DaCosta no jornal *A Luta* de 16 de Fevereiro de 1977), *Fátima Story* pelo retrato que faz das peregrinações ao Santuário de Fátima e o *Princípio da Sabedoria*, filme produzido em

Selma (1967), *Nojo aos Cães* (1970), *A Promessa* (1972), *O Rico, o Camelo e o Reino ou o Princípio da Sabedoria* (1975), *Fátima Story* (1975)³⁰⁸. António de Macedo foi um dos membros fundadores do Centro Português de Cinema (a primeira cooperativa de cinema em Portugal), e da cooperativa de produção cinematográfica Cinequanon (1974). Foi professor de Estética do Cinema no I.A.D.E. e Teoria e Prática de Realização Cinematográfica no Instituto das Novas Profissões.

Para Vasco Brilhante³⁰⁹ este filme é uma obra que reafirma as qualidades, a segurança e o rigor do cineasta. O filme deve o seu título e a sua estrutura a *As Horas de Apolónio* de Apolónio de Thyra³¹⁰. Acrescenta que António Macedo é «cineasta por vocação» – e não por oportunismo ou exibicionismo, que «colocou a sua inteligência e a sensibilidade ao serviço da arte», e como cidadão interroga-se sobre as instituições, sobre a Igreja, o seu papel e as suas incoerências.

A história conta-se através de três personagens: a rapariga (Eugénia Bettencourt³¹¹), o médico (João d'Ávila) e a freira do sanatório (Cecília Guimarães), ligados por uma espécie de «dança da morte», num «jogo de massacre». Fernando DaCosta³¹² sublinha como através dos seus diálogos, extremamente intensos, reveladores e surpreendentes das relações entre os personagens e o seu passado, se criam as «crises e os choques». Uma jovem (provinciana) encontra-se encerrada, num

1974 que em 1977 ainda não tinha estreado.

³⁰⁸ Teve origem numa reportagem cinematográfica realizada Cinequanon (Outubro de 1975) em Fátima, completada em Maio de 1976. Relata a história de uma pequena e insignificante vila a 140 quilómetros de Lisboa e que era completamente desconhecida até 1917, quando milhares de peregrinos, vindos dos quatro cantos do mundo, começam a ocorrer a Fátima. O resultado é um espectáculo, por vezes, aterrorizante. O filme procura ilustrar os episódios mais dramáticos e característicos destas celebrações e mostra Fátima como o apogeu das propostas do *homo magicus* quando na verdade é, ironicamente, o maior feito do *homo technicus* (*Se7e*, 14 de Março de 1979: 2).

³⁰⁹ *Jornal Novo*, 18 de Junho de 1977.

³¹⁰ Autor de um texto, dividido em doze horas, sobre os doze trabalhos de Hércules. Terá vivido no século I da era cristã.

³¹¹ Pelo seu desempenho neste filme a actriz obteve o prémio de melhor interpretação internacional no Festival de Biarritz (Makhila d'Honneur), no seu impressionante desempenho de uma rapariga cega e traumatizada (*Diário Popular*, 15 de Maio de 1980), considerada, por Jorge Leitão Ramos (1989: 199-200) uma revelação cinematográfica e até mesmo o ponto mais positivo deste filme.

³¹² *A Luta*, 16 de Fevereiro de 1977.

sanatório de Lisboa, devido ao trauma psicológico ocasionado pela tentativa de violação, por parte do padrasto. Maria é expulsa de casa pela mãe, que a julga amante do marido, passando a confiar exclusivamente na tia que é freira naquele sanatório. E é desta forma que o realizador nos mostra um quadro de solidão e isolamento de três indivíduos: o médico e a freira (antagónicos), fundidos num jogo psicológico, que provoca os tais choques (emocionais) no espírito de Maria.

O filme é estruturado a partir das doze horas do dia, representando cada uma o tempo real da acção e o momento psíquico e dramático, como esclarece Vasco Brilhante³¹³.

A ideia para o argumento surgiu, segundo o realizador, quando este teve acesso ao Atlas Bíblico do padre Grollemborg³¹⁴. Da leitura da obra, António Macedo sentiu necessidade de investigar a mitologia cristã enquanto, praticamente ao mesmo tempo, acompanhava pelos jornais a história de uma rapariga, provinciana, muito crente e sexualmente perturbada, violada pelo padrasto e dada como louca pela mãe e pela tia.

Daqui surge a tese do filme. A reflexão sobre fenómenos civilizacionais. O filme aborda a questão das sociedades profundamente religiosas, como a portuguesa, em que a mulher se encontra, historicamente, subjugada e reprimida. Só numa sociedade assim seria possível o *drama de Maria*³¹⁵.

Na perspectiva de António Macedo este trabalho é claramente interrogativo, reconhecendo ao jornalista Fernando Assis Pacheco³¹⁶, que fazer um filme (ou compor uma música, ou pintar um quadro) é uma forma, ainda que egoísta, de escutar a resposta. Mas, reforça o jornalista, há que distinguir entre um filme de tese e uma tese em filme³¹⁷ e este filme é uma interrogação, não uma exclamação, este filme poderá ter

³¹³ *Jornal Novo*, 18 de Junho de 1977.

³¹⁴ Padre Dominicano Lucas Hendricus Grollemborg (1916-1997). [<http://errol.oclc.org/laf/n50-32801.html>].

³¹⁵ A rapariga que inspira a personagem Maria estava esperançada em obter um milagre de Fátima (Fernando DaCosta, *A Luta*, 16 de Fevereiro de 1977: 3).

³¹⁶ *O Jornal*, 11 de Maio de 1979.

³¹⁷ *As Horas de Maria* põem em causa um dogma cristão. A tese do filme é naturalmente escaldante na

várias leituras, porque haverá outras questões que se colocam em paralelo, no desenrolar da história.

É de salientar, social e culturalmente, a importância dos diálogos possíveis entre religião e cinema. Como Robert K. Johnston³¹⁸ explica, tal abordagem pode ser feita de cinco formas que seguem a história, numa escala que vai da ética à estética. Assim, a primeira, e mais enraizada, é aquela, presente na reacção de um certo cidadão, e não necessariamente espectador, religioso que por tal evita (*avoidance*) filmes que vão contra as suas crenças, boicotando os filmes e exercendo uma forma de censura; à medida que o cinema e a televisão ganham importância na formação de opinião, surge uma outra abordagem, também ela fortemente presente entre o espectador crente, e que é a cautela (*caution*) ao ver filmes que possam conflitar com os seus valores morais, pontos de vista teológicos e éticos; a *meio caminho* entre a ética e a estética entramos no diálogo (*dialogue*) onde os filmes são, acima de tudo, narrativas contidas no seu próprio significado e só são avaliados no seu diálogo com os pontos de vista acima; mais à frente, a abordagem estética, e no fim do século XX, encontrarmos a fase da apropriação (*appropriation*) onde o filme é escrutinado individualmente à luz da releição e da possibilidade de uma experiência sagrada (*divine encounter*) fora daquele campo.

Voltando ao filme em análise, Fernando DaCosta³¹⁹ diz-nos que este será, porventura, o exemplo de um cinema nacional virado para as problemáticas políticas e sociais, o que o terá conduzido à polémica. Não deixa, consciente ou inconscientemente, de ser um filme político já que o cineasta é limitado pela situação (objectiva e diária) da lógica política, tornando-se esta a matéria-prima com a qual trabalha. No entanto, a mensagem política não é explícita, o filme não é um *statment*, constituirá, principalmente, ao nível formal, um desafio para o público, que «se não dispuser dos instrumentos para entender o que as imagens significam» (Jameson, 1992: 47-74).

medida em que vai colidir contra as pseudoverdades tradicionais, mas nunca de forma leviana (*Voz do Povo*, 3 de Abril de 1979).

³¹⁸ 2000: 41-2.

³¹⁹ *A Luta*, 16 de Fevereiro de 1977.

Ao nível técnico, Vasco Brilhante³²⁰ salienta o facto deste filme ter sido realizado com enorme rigor estético e dotado de uma excelente fotografia (a cores), notando a habitual pecha, ao nível da interpretação, que, na sua opinião, é a mais grave falha do cinema português. No que diz respeito às condições de produção, sabemos que este filme custou entre cerca de mil e quinhentos e dois mil contos³²¹ – sessenta dos quais aplicados em publicidade, conforme explica adiante o *Diário Popular*³²², contando com a participação financeira do Instituto Português do Cinema.

O produtor, em carta dirigida ao Presidente da Comissão de Direitos, Liberdades e Garantias da Assembleia da República, esclarece que «os apoios financeiros concedidos pela Secretaria de Estado da Cultura, através do Instituto Português do Cinema, aos filmes portugueses, por força do decreto nº257/75, em vigor não se revestem a forma de ‘subsídio’, mas sim de ‘participação financeira’». Isto é, o Estado investia uma determinada verba num filme português, em geral inferior ao custo total do mesmo, e a entidade promotora investia o restante. Tal afirmação explica-se porque, àquela data, o Estado (leia-se a Secretaria de Estado da Cultura, por intermédio do Instituto Português de Cinema) ia recuperar nas receitas de bilheteira a percentagem correspondente à sua participação financeira³²³.

A notícia d’O País³²⁴ acrescenta, à polémica que se gerou à volta da exibição deste filme, que tudo levaria a supor estar destinado a um rotundo fracasso (de bilheteira), obrigando o contribuinte a questionar a estratégia, ou, como na nota publicada, um «péssimo negócio» que a Secretaria de Estado da Cultura (S.E.C.) tinha feito ao avançar com mil contos³²⁵, «teoricamente recuperáveis na bilheteira», de acordo

³²⁰ *Jornal Novo*, 18 de Junho de 1977.

³²¹ Aproximadamente entre 7.500€ e 10.000€.

³²² 19 de Março de 1979.

³²³ Detalhando: «dos 100 escudos que o espectador pagava, pela entrada, 22\$50 seguiam para o Estado (dos quais 15\$00 para o I.P.C., em forma de imposto adicional) e dos 77\$50 sobejantes, 45\$00 seriam para a própria sala e os restantes 22\$50 para a produção (neste caso a dividir entre o I.P.C. e a Cinequanon e segundo o acordo de produção previamente estabelecido)» (*Diário Popular*, 19 de Março de 1979).

³²⁴ 4 de Abril de 1979.

³²⁵ Na ordem dos 5.000€.

com a produção deste filme. Há, ainda, um questionamento maldoso: «porque não o havia de ter feito, já que tinha atribuído uma verba 23 vezes superior a *Amor de Perdição*, de Manoel de Oliveira». Trata-se de uma visão transversal, no tempo, relativamente aos critérios e à proficiência na atribuição de apoios ao cinema, às artes, em Portugal. Não nos deteremos mais nestas controvérsias.

Esta foi a primeira longa-metragem de 1976, subsidiada pelo Instituto Português de Cinema, que estava pronta a estreiar tendo, no entanto, sido alvo de suspensão e adiamento³²⁶. Esta questão é justificada, pelo realizador, como sendo «a verdadeira face das forças da direita que envenenavam a opinião pública, com acusações irracionais e malévolas» enquanto esperava (em Abril de 1979) que a exibição acontecesse com brevidade, no cinema Nimas, já que a Comissão Administrativa da RDP (proprietária daquele cinema) tinha dado as necessárias garantias – apesar de todos os telefonemas, anónimos, com ameaças, manifestações e a oposição de alguns padres³²⁷, que advertiam os seus fiéis contra o filme.

O filme chegou mesmo a ser debatido na Assembleia da República, quando o CDS – por intermédio de Nuno Abecassis – e o P.S.D. expressaram em comunicado a sua indignação pelo facto do Ministério da Comunicação Social e a S.E.C «insistirem numa política insensata quando usam dinheiros públicos para subsidiar um cinema

³²⁶ A estreia chegou a estar marcada para 30 de Março (*Voz do Povo*, 3 de Abril de 1979).

³²⁷ De acordo com o realizador (e produtor) aquelas entidades se opunham, publicamente, à sua exibição e as reacções de certos meios católicos mais retrógrados, fazendo referência a uma nota do Patriarcado de Lisboa, revelavam uma grande falta de perspicácia e muito centrada numa cena em particular – em que o médico, num tratamento de choque, descreve a Maria vários episódios da vida de Jesus, que podiam ser interpretados duma forma oposta à história bíblica tradicional, embora baseados em documentos antigos, alguns dos quais recentemente descobertos (Lúcio Vieira, *O Repórter de Serviço*, *A Forja*, 26 de Abril de 1979). É assim que chegamos ao momento em que o próprio Bispo do Porto (D. António Ferreira Gomes) condena o filme na sua homilia de Domingo de Ramos e questiona um Portugal onde há ‘releituras’ do Evangelho e classifica o filme atentado à História, ao senso comum e aos sentimentos religiosos da grande maioria. Vai mais longe, avisando que é um espectáculo cinematográfico que envergonha intelectualmente qualquer público que se respeitasse a si mesmo e, conclui, avisando que para uma boa convivência cívica e para a dignidade da vida social era absolutamente necessário distinguir entre liberdade de pensamento e expressão e licença de exploração industrial ou comercial, acentuando, ainda, que este filme tinha sido uma ocasião e necessidade para o povo português fazer valer o seu direito de ver bem aplicado o seu dinheiro. É inevitável assinalar que foi um forte dispositivo policial a proteger estreia do filme.

estatizado³²⁸». Aquele deputado colocou, nessa altura, questões que a Cinequanon considerou incorrectas e reveladoras de uma «ignorância lamentável em relação ao cinema português». Esta produtora considerou haver mesmo uma campanha que não visava directamente o filme, mas era mais ampla e tinha o objectivo de restaurar a «Censura em Portugal»³²⁹, pelo que Mário Damas Nunes³³⁰ acrescenta que numa democracia recém-nascida, este caso é grave, não podendo aceitar que uns tenham liberdade de proibir e os outros não tenham liberdade de se exprimirem³³¹.

Enquanto isto, António Macedo, em entrevista a Fernando DaCosta³³², sustenta que os exibidores não estão interessados em filmes portugueses, porque não os consideram compensadores, independentemente dos seus méritos, dando o exemplo de *A promessa* que só seria exibida no Festival de Cannes e em poucas sessões regulares³³³.

Este afastamento continua muito presente, nos dias de hoje. Presentemente, cinema para além de uma arte é uma forma de ‘sustento’, obrigando todos quantos querem ver os seus projectos realizados a não pararem de buscar formas de financiamento. No caso dos exibidores, estes procuram forma de ter algum retorno do seu investimento e isso só se obtém, no imediato, não arriscando a programar para além do que é óbvio.

O testemunho de António Macedo ajuda-nos a acumular à história da produção de cinema em Portugal, daquela época, o facto de muitos projectos serem recusados e que, na sua opinião, seriam admitidos se os autores alterassem as histórias, para se

³²⁸ *A Capital*, 4 de Abril de 1979.

³²⁹ *Voz do Povo*, 3 de Abril de 1979.

³³⁰ *Se7e*, Falar de Cinema, 4 de Abril de 1979.

³³¹ O mesmo defende O Repórter de Serviço (*A Forja*, 26 de Abril de 1979), que o filme e o seu autor são vítimas de uma tentativa de estrangulamento da liberdade, de criação artística e de pensamento, quando algumas senhoras se juntam para rezar o terço à porta do cinema Nimas, o crítico Tito Lívio é ali espancado e, dias mais tarde, a fachada da sala é vandalizada.

³³² *A Luta*, 16 de Fevereiro de 1977.

³³³ O filme acabaria por ser comprado pela Coopérative Nouveau Cinéma para a Bélgica, o Luxemburgo e a Alemanha Federal, assegurando a estreia nos cinemas desses países. O mesmo se esperava para o mercado brasileiro, de acordo com o *Diário Popular* (15 de Maio de 1980).

inserir no ditame do PREC:

«Felizmente esse grupo foi-se embora mas estamos a recuperar com dificuldades das malfeitorias que esses senhores fizeram durante os meses em que os tiveram a dar ordens. Fiquei desempregado durante um período, eu e os meus colegas da cooperativa Cinequanon. As outras cooperativas solidarizaram-se então, movemos um processo de luta contra o I.P.C. [...] após o que as autoridades nos deram aquilo a que tínhamos direito, através de uma pequena ajuda monetária.»³³⁴

Sabemos que havia vários filmes portugueses à espera de serem estreados, o que ilustra bem a tese de que as condições de produção também estão dependentes das condições políticas. Aqui se exigia que o Governo tomasse medidas, que resolvesse esses problemas, que houvesse cooperação: «A política cultural não é para ser imposta de cima para baixo, nós não estamos à espera que venha o senhor ministro dizer-nos qual é ela. Nós, trabalhadores da actividade, é que, em consenso, devemos apresentar propostas ao Poder que deverá limitar-se a dar-lhes seguimento.»³³⁵

Neste sentido, convém acrescentar que, naquele momento, o cinema em Portugal atravessava um período de indefinição. Depois da *euforia* que se seguiu ao 25 de Abril de 74, período em que, como já referimos, se formaram cooperativas e unidades de produção que por tudo registarem, acabaram por provocar uma certa saturação de temas e um esgotamento económico. Por um lado, o Instituto Português de Cinema (IPC) não teria nem capacidade de resposta, nem orgânica interna, nem financeira que permitisse a execução de filmes em quantidade e qualidade que garantissem um trabalho contínuo e interessante, por outro, os entraves colocados por alguns distribuidores/exibidores à estreia de filmes portugueses em nada favorecia a actividade. Foi assim que o plano de produção de 1979 não prosseguiu até ser dado andamento aos filmes (inacabados) dos anos anteriores e até que houvesse uma ideia para a (nova e urgente) lei de cinema.

Sobre a distribuição, temos de referir que este filme acabou por estrear em simultâneo com *Superman* e mesmo sob as difíceis condições de estreia, António

³³⁴ *A Luta*, 16 de Fevereiro de 1977.

³³⁵ *Idem*.

Macedo realçou, a Fernando Assis Pacheco³³⁶, que as reacções mais impressionantes ao filme vieram de espectadores ‘anónimos’, considerando um óptimo sinal toda a agitação à volta da sua longa-metragem:

«Com efeito a ‘interrogação’ de Maria, ou o ‘drama’ de Maria, ou ainda o doloroso percurso de Maria numa ‘via de libertação’, que constitui o verdadeiro fulcro do filme. [...] Entre os críticos que se debruçaram sobre o filme, numa perspectiva de exegese bíblica, parece existir a unanimidade de que o filme carece de base científica, e este facto ressalta mesmo da bibliografia indicada no final. Que pensa disto [indaga aquele jornalista]? Esclareça-se [responde António de Macedo], antes de mais nada, que o filme propriamente dito não tem de carecer de ‘base científica’ – quanto mais essa base científica poderá ser contestada a uma pequena parte do filme [...] a vida de Jesus segundo uma óptica diferente dos cânones da Igreja Católica romana. [...] Por exemplo, para o teólogo prof. Carreira das Neves os livros gnósticos não passam de ‘burrices’. [...] De qualquer forma, e como não podia deixar de ser, os dois aspectos que mais celeuma provocaram foi a desdivinização de Jesus e a afirmação de que Maria teve outros filhos, além deste, o que põe em causa a sua virgindade perpétua.»

É natural, portanto, que o público tenha ficado escandalizado³³⁷. O assunto é perturbador das tradições mais arraigadas, eventualmente menos óbvio junto do público de Lisboa, mas mais violento na ‘província’. No entanto, *O Diário Popular*³³⁸ anuncia que o filme continuava a ser exibido, com o maior êxito, de norte a sul do país, tendo ultrapassado os 40 mil espectadores.

No que diz à recepção por parte do público ‘não-anónimo’, e mesmo depois de toda a polémica³³⁹, esteve presente nas Jornadas de Cinema Português em Toulouse³⁴⁰ e

³³⁶ *O Jornal*, 11 de Maio de 1979.

³³⁷ Como exemplo, sabemos que por deliberação da Câmara Municipal, a exibição do filme foi suspensa na Covilhã (*Se7e*, 23 de Janeiro de 1980) e que os trabalhadores da Fábrica de Papel de Matrena (Tomar) realizaram um abaixo-assinado, dirigido ao Secretário de Estado da Cultura, expressando repúdio e acusando-o de ofensa à sua identidade cristã. (*O Nabão*, 12 de Abril de 1979). Por seu turno, o jornal *Brados do Alentejo* (25 de Janeiro de 1980) anuncia a sua exibição na Casa da Cultura de Estremoz a 27 de Janeiro.

³³⁸ 15 de Maio de 1980.

³³⁹ «Provavelmente, trata-se do filme mais polemizado, publicamente, nos últimos anos do cinema português, fruto de uma campanha histórica que a imprensa direita e alguma hierarquia eclesial lhe moveu, aquando da estreia. Filme modesto, ousa falar abertamente de questões ligadas à prática e à história do cristianismo. Sempre que trata, intimistamente, o entrecho [...], o filme acerta; sempre que penetra no documento (imagens das peregrinações de Fátima), há nele uma força indelével. Já no que respeita ao estabelecimento de uma prática clínica de índole psiquiátrica, o filme parece falhado, sendo as incursões na história da Igreja geralmente inconvenientes e assaz discutíveis.» (Ramos, 1989: 199-200).

no Festival de Biarritz, onde a actriz Eugénia Bettencurt ganhou o prémio de melhor interpretação. Fernando DaCosta³⁴¹ lança-se, na sua crónica, à adivinhação do futuro desta obra, «opressiva, inquietante e fabulosa», e de como ia ser um escândalo nos meios culturais do nosso país, que se iria contrair à sua passagem, ao seu desafio e ao seu descompromisso, acrescentando que é uma obra mais vasta que um mero jogo psicológico entre três indivíduos, que vai muito mais longe oferecendo uma visão curiosa de episódios da vida de Cristo, bem como uma panorâmica, por vezes, grotesca, por vezes, revoltante, de uma realidade bem portuguesa, a de Fátima.

No que diz respeito à interpretação, Mário Damas Nunes³⁴² considera-a a mais grave falha, por ser demasiado rígida e declamada – a redundante presença da tradição teatral – tão mais próxima deste do que da linguagem do cinema, como sublinha Vasco Brilhante³⁴³. Este crítico considera que o filme permite um saudável diálogo entre as diferenças, um diálogo próprio das democracias de pleno direito e que é disso que vive a arte, da sua tensão com a sociedade. Um filme onde uma certa ordem é questionada, esse atrevimento provocou as reacções que ultrapassam a experiência cinematográfica.

Este drama, uma longa-metragem realizada em 1976, é polémico porque é iconoclasta e daí advém, talvez, o seu valor simbólico. Numa época de grandes mudanças políticas e sociais em Portugal, não será de estranhar que a sua estreia tenha sido um evento sublinhado pela imprensa.

Devemos, nesta altura, clarificar que, contrariamente ao que anunciava *O Diário Popular* e de acordo com os dados disponibilizados pelo Instituto do Cinema e Audiovisual (ICA), o número oficial de espectadores é de 23 969. O apoio concedido por este Instituto, em 1975, foi de pouco superior a quatro mil escudos. Acabou por estrear somente em 1979.

³⁴⁰ *Diário Popular* de 15 de Maio de 1980.

³⁴¹ *A Luta*, 16 de Fevereiro de 1977.

³⁴² *Se7e*, Falar de Cinema, 4 de Abril de 1979.

³⁴³ *Jornal Novo*, 18 de Junho de 1977.

Da filmografia deste realizador encontramos outros trabalhos polémicos, censurados (*Domingo à tarde*, 1965), proibidos (*Nojo aos Cães*, 1970) e retidos (*A Promessa*, 1972)³⁴⁴, «‘filmes do desespero’, produzidos com fundos pessoais, material emprestado, ajuda de amigos» (Pina, 1986: 152-155).

2.2 *Manhã Submersa*, austero e responsável

Numa reportagem de Diamantino Bravo para o Jornal de Notícias³⁴⁵ são anunciadas as (complexas) planificações de rodagem, feitas com duas equipas distintas de operadores que garantiam as duas versões, uma cinematográfica (para sala) e outra televisiva. Mais nos adianta, que as rodagens teriam início em Novembro desse ano, nas instalações da Casa Pia de Lisboa³⁴⁶ devendo estar concluídas até Agosto – já que o contrato com a Radiotelevisão Portuguesa assim os obrigava. Sabemos, por esse jornal³⁴⁷, que em pré-produção a equipa de filmagem explorou os monumentos e os aspectos característicos da cidade da Guarda, onde Vergílio Ferreira viveu e estudou.

*A Capital*³⁴⁸, a propósito deste filme, aproveita para avançar sobre as dificuldades de fazer cinema em Portugal e de como as filmagens foram suspensas em Fevereiro, por necessidade dos actores assumirem as suas obrigações escolares, prevendo-se a sua conclusão durante as férias da Páscoa, de forma a cumprir o referido contrato. As dificuldades passaram também pelas condições do equipamento técnico e, sobretudo, pelas crónicas dificuldades financeiras: por um lado os 3 500 contos³⁴⁹ de apoio do I. P. C. não chegavam para concluir o filme, necessitando aguardar pelo seu reforço, enquanto, por outro, o financiamento da RTP nem sempre chegava atempadamente, prejudicando a moral de toda uma equipa, que acabou por ter dificuldade em acreditar

³⁴⁴ *Voz do Povo*, 3 de Abril de 1979.

³⁴⁵ 18 de Setembro de 1978.

³⁴⁶ *O Jornal*, 19 de Janeiro de 1979.

³⁴⁷ 23 de Dezembro de 1978.

³⁴⁸ 20 de Março de 1979.

³⁴⁹ Ou seja, 17.500€.

no filme que estava a fazer. De acordo com Lauro António, num esclarecimento ao jornal *Correio da Manhã*³⁵⁰, *Manhã Submersa* era um projecto de 1977, com contrato assinado no final desse ano. Pelas necessidades, intrínsecas, da obra só poderia ser filmado no Inverno (de 1978/79), sendo que a sua preparação se iniciou em Agosto de 1978. Assim, a rodagem teve início a 28 de Novembro desse ano, prosseguindo até ao início de Fevereiro de 1979, altura em que foram interrompidas; as filmagens estavam previstas recomeçar a 2 de Abril; e estar concluído, pronto a estrear, em Agosto. Os trabalhos de montagem da parte do material já filmado encontravam-se em processamento de forma a compensar o tempo perdido por aquela interrupção.

Cristina Baptista n' *O Diário Popular*³⁵¹ avança que nesta longa-metragem se destacam as participações de Canto e Castro, Joaquim Rosa, Mariana Rey-Monteiro, Jacinto Ramos, Lia Gama, Adelaide João, Jorge Vale e João Mota, estando, à data daquela edição, ainda a escolher de entre uma centena de rapazes, entre os dez e os doze anos, para serem submetidos a testes pelo realizador e equipa, um protagonista para a película. Para tal a produção, instalada em Lisboa, efectuou as necessárias provas: o candidato face aos projectores e à câmara de filmar dizia o texto, aguardando depois para ter uma conversa com o realizador. Foi um jovem de Arouca que prendeu mais a atenção de Lauro António: Joaquim Manuel Teixeira Dias, de 11 anos, estudante em Vale de Cambra, que com um característico acento nortenho, era o candidato que se destacava, conforme avança o jornalista.

A escolha dos actores, explicou Lauro António, foi um dos trabalhos que mais o preocupou. António, a principal figura do romance, é uma personagem complexa, com que tiveram o maior cuidado; para interpretar os papéis dos restantes personagens, pessoas de aldeia e padres, Lauro António anunciou a lista dos quais faziam parte, para além dos acima mencionados, Carlos Wallenstein, José Camacho e Costa, Rui Monteiro, Augusto de Figueiredo, Miguel Franco e Maria Olguim. A grande surpresa do elenco

³⁵⁰ 27 de Março de 1979.

³⁵¹ 18 de Setembro de 1978.

seria mesmo a do autor do romance, Vergílio Ferreira, destaca *A Capital*³⁵².

O filme baseia-se no romance homónimo (de 1954) que narra a história de um rapaz de doze anos no seminário: através da ida de António, um jovem aldeão da Serra da Estrela, para o seminário, e do confronto desta personagem com um sistema educacional rígido e repressivo é possível ter uma ideia duma sociedade fechada sobre si própria, avalia Manuel Martins em crónica do Viseu Informação³⁵³.

O filme aborda as questões da fé, da crença e da vocação³⁵⁴, para o *Diário de Notícias*³⁵⁵. A acção tem como fulcro a experiência (desencantada) de um jovem seminarista de origem modesta, vindo da aldeia e protegido por uma senhora austera que se propõe arrancá-lo a um meio de miséria e ignorância, fazendo-o enveredar pela vida eclesiástica. Sem vocação, António cederá à prepotência de D. Estefânia, sacrificando-se pela promoção social da família, em particular da mãe³⁵⁶.

«Um filme de intervenção e de denúncia frontal das pressões de uma sociedade dos anos 30-40 onde o calor humano era praticamente ausente». Essa denúncia é subtil, própria da obra literária de Vergílio Ferreira, já de si continha³⁵⁷, e a sua versão cinematográfica está à altura da história que a inspirou; o desenrolar do drama, o seu enquadramento em interiores sóbrios e extremamente cuidados e exteriores magníficos, onde o tema é tratado com delicadeza, sem quebra de dignidade e sem maniqueísmos.

Este filme, de acordo com o próprio realizador, no jornal *A Capital*³⁵⁸, propunha romper com a regra geral dos filmes realizados naquele período em Portugal,

³⁵² 24 de Outubro de 1978.

³⁵³ 19 de Novembro de 1980.

³⁵⁴ É o drama de um garoto que não quer ser padre. O filme descreve, com profundo sentido crítico, todo o ambiente concentracionário de mentira e hipocrisia em que assentava a vida nos colégios internos onde se preparavam os novos padres, no contexto de um ensino onde imperavam a violência e a intolerância e se cultivava a delação e intriga (*Primeiro de Janeiro*, 30 de Junho de 1982).

³⁵⁵ 3 de Setembro de 1980.

³⁵⁶ *Se7e* de 29 de Outubro de 1980.

³⁵⁷ *Jornal Sábado* de 29 de Janeiro de 1983.

³⁵⁸ 24 de Outubro de 1978.

dominados pelo intelectualismo, e pretendia um filme que chegasse directamente ao grande público, permitindo-se outras leituras.

Assim, a concepção de Lauro António assenta numa doutrina de cumplicidade entre a religião, as suas estruturas e o Estado enquanto aprofunda as diversas questões relacionadas com «a idiotia das regras morais relativamente à idiossincrasia do indivíduo, revertendo-o para algo castrado e mutilado na sua filosofia existencial da apresentação doutrinal e depois da destruição desses princípios através dos antípodas. Ainda assim, em certa altura. Lauro António, não deixa de repercutir alguma convencionalidade de situações, manifestadas numa certa *estereotipização* de sequências»³⁵⁹.

José Vaz Pereira³⁶⁰ defende que Lauro António evitou toda a retórica e que o seu olhar é, à primeira vista, desapaixonado, permitindo, com essa distância, que o espectador sinta a emoção, e evita o acumular de «mensagens em cima de mensagens», sem força artística e portanto desnecessárias. Este crítico ressalta o facto de haver uma «identificação entre o meio físico e a situação psicológica, quer no seminário, quer na mansão de D. Estefânia, quer na casa de António». Ou seja, o *décor* assume sempre o tom ajustado.

Concluimos, assim, com Manuel Martins³⁶¹, para quem este filme é uma visão simbólica da sociedade portuguesa, durante a época salazarista, e com Tito Lívio³⁶², para quem este filme tem muito a ver com o subconsciente colectivo de um povo, acrescenta que é «um filme político de enorme actualidade, de uma grandeza simultaneamente lírica e trágica».

Nas palavras do realizador, ao Viseu Informação³⁶³, houve quem lhe dissesse – e

³⁵⁹ Paulo Jorge Cruz, *Portugal Hoje*, 27 de Outubro de 1980.

³⁶⁰ *A Capital*, 22 de Outubro de 1980.

³⁶¹ *Viseu Informação*, 19 de Novembro de 1980.

³⁶² *Diário Popular*, 24 de Novembro de 1980.

³⁶³ Manuel Martins, 14 de Julho de 1981.

ele concordou – que a *Manhã Submersa*, pelo clima e até plasticamente, se aproxima de um certo tipo de cinema italiano, como o de Visconti ou o Bertolucci. Porém, a um nível técnico, Paulo Jorge Cruz³⁶⁴ nota uma quebra melódica, no plano, com falta de partículas significantes que reforcem o ritmo interior desse mesmo plano³⁶⁵ – ainda que não desequilibrem a base do filme. Jorge Barata Preto³⁶⁶ acha que as deficiências ao nível da montagem dão a sensação de «empastelamento no ritmo e organização da narrativa» e que decorrerão, naturalmente, das condições concretas de fazer cinema em Portugal³⁶⁷. Lauro António faz questão de mencionar, em entrevista, que espera que, ao nível do som, ressalte a qualidade final o trabalho de Carlos Alberto Lopes e, posteriormente, a sonoplastia de Raul Ferrão e Melo Cardoso, para além do trabalho de Elso Roque, na fotografia, que, na sua opinião, e com o trabalho de laboratório, resultará numa das melhores fotografias a cores do cinema português³⁶⁸. É aliás, a fotografia do filme que recebe mais elogios ao longo das outras notas e notícias vistas.

*A Capital*³⁶⁹ refere-se aos apoios concedidos³⁷⁰ «que só davam para metade da

³⁶⁴ *Portugal Hoje*, 27 de Outubro de 1980.

³⁶⁵ Sobre esta questão, o realizador explica que ao fazer um plano, ao preparar o enquadramento, a luz e tudo o mais, nunca se sabe bem o resultado, e que como não tinha muita película não podia repetir muitos planos, chegando a, na parte final, filmar quase à primeira “take” (*Viseu Informação*, Manuel Martins, 14 de Julho de 1981).

³⁶⁶ *O Jornal*, 24 de Outubro de 1980.

³⁶⁷ O jornal *A Capital* (20 de Dezembro de 1978) faz saber que foram inaugurados, a 19 de Dezembro de 1978) os estúdios da Orgacine, na zona de Loures, uma oficina de trabalho para os cineastas portugueses que até enfrentando dificuldades podem a partir de agora ser minoradas. Os estúdios foram fruto da sociedade entre Burdain Macedo – filho do fundador da Invicta Filmes com 40 anos dedicados ao cinema – e da sua mulher. Esta sociedade fora criada sete anos antes mas que só no dia 19 de Dezembro de 1978 foi inaugurada. As instalações dos estúdios estavam situadas num terreno com uma área de cerca de 50 hectares, com montes e vales cheios de mato, a menos de 30 quilómetros de Lisboa, na Serra do Freixial/Loures. O proprietário dizia já ter gasto, nos barracões e restante material, uns três mil contos e que estava disposto a dar oportunidades de estágio a quem estivesse interessado. Por esta altura decorria o primeiro trabalho destes estúdios: as filmagens de *Raizes Ocultas*, adaptação da obra de Domingos Monteiro *1º Crime de Simão Bolandas* com realização de Jorge Brum do Canto. (*A Capital*, 20 de Dezembro de 1978).

³⁶⁸ *Viseu Informação*, 14 de Julho de 1981.

³⁶⁹ 24 de Outubro de 1978.

³⁷⁰ «As crónicas dificuldades financeiras que ainda persistem: por um lado os três mil e quinhentos contos do I. P. C. não chegam para concluir o filme e é preciso aguardar reforço; por outro os dinheiros da RTP nem sempre chegaram a horas.» (*A Capital*, 20 de Março de 1979). De acordo com *O Dia* (17 de Novembro de 1978) e com o realizador, este filme «orçará em sete mil contos, o

película», acrescentando que Lauro António assumia este como um dos principais problemas técnicos que adivinhava, a par da dupla realização. Outras dificuldades passariam pelo estado do equipamento que teve de utilizar: as máquinas de filmar, que supostamente estavam preparadas para captar som síncrono eram ruidosas, obrigando a dobrar o som, para retirar do filme o desagradável zumbido de fundo; o sistema de *zoom*, que condicionou a sua utilização; e a grua, indispensável à captação de cenas de um plano superior, que não andava a direito, fazia muito barulho e elevava-se apenas a dois metros³⁷¹.

Naquele jornal, Lauro António elucida que, contrariamente ao que costuma fazer, foi cauteloso na escolha do elenco, não optando por muitos amadores ou elementos de grupos independentes, preferindo os actores de teatro – e não se arrependeu de tal opção. Sobre a questão do elenco diz como foi um dos trabalhos que mais o preocupou³⁷².

Este filme foi enviado a concurso para o Instituto Português de Cinema, no ano de 1977, para só em 1978 vir a ser contemplado com um subsídio de 3 500 contos³⁷³, segundo *A Capital*³⁷⁴. Relativamente a este apoio do I. P. C., este jornal, na edição de 24 de Outubro de 1978, diz que o realizador teria sido avisado de que a verba não seria reforçada.

*O Diário de Notícias*³⁷⁵ divulga a programação de *Manhã Submersa* para o encerramento do ciclo promovido pela Cinemateca intitulado *Panorama do Cinema*

Instituto Português de Cinema concedeu um subsídio de 3500 contos. A película será apresentada na televisão. A RTP pagará por esta série dois mil contos.» Através de *A Capital* (20 de Março de 1979) sabemos que este filme foi inicialmente pensado para cinema e contemplado com um subsídio de 3500 contos). Neste mesmo jornal, a 24 de Abril de 1980, em declarações à ANOP, Lauro António revelou que «foi uma das obras mais baratas do cinema português (cerca de quatro milhões de escudos)». Conforme os créditos do filme, este foi apoiado pelo IPC mas não conseguimos verificar o orçamento nos dados recolhidos junto do ICA.

³⁷¹ *A Capital*, 20 de Março de 1979.

³⁷² *A Capital*, 24 Outubro de 1978.

³⁷³ Ou seja, 17.500€. Dos dados obtidos junto do ICA não consta o apoio concedido.

³⁷⁴ 20 de Março de 1979.

³⁷⁵ 7 de Outubro de 1980.

Português, um ciclo que se desejava que fosse o início de uma nova vida ou, nas palavras do seu criador e director, Manuel Felix Ribeiro: «fosse o fim de um ciclo e a expectativa que passem a ser prestados os indispensáveis meios humanos e materiais, resultado de uma vontade político-cultural» que se adivinhava. E é neste contexto que o filme estreia e José Vaz Pereira³⁷⁶ nos fala de como o que parecia ser uma nova e inesperada vaga de cinema português, «a ver pelos resultados», não era mais que uma coincidência, e não um novo fenómeno, porque na verdade, «cansados da desconexão entre o esforço que vai da realização do filme e o auditório que ele atinge» (na maioria dos casos escasso) alguns cineastas voltaram-se para a televisão, cujos aliciantes não passavam apenas pelo seu vasto auditório mas pelo material técnico, incomparável em rapidez e qualidade (vejam-se os laboratórios da Tóbis³⁷⁷). Lauro António, n' *O Diário Popular*³⁷⁸ considera que, exactamente por isso, aquele é o momento para substituir as séries estrangeiras por portuguesas – algo que só viria a ser concretizado, com algum significado, no final dos anos noventa e anos 2000 – quando a televisão se abre à iniciativa privada e fomenta as realizações nacionais. É, então, *Manhã Submersa* um formato de produção pioneiro ao ser realizada em duas versões simultâneas.

Em reacção à antestreia, o *Diário de Lisboa*³⁷⁹ faz algumas reflexões sobre como «o chamado *cinema novo português* tinha estado sobre a pressão de produzir obras-primas, filmes que se procuravam, de um salto, alcandorar a lugares que outros tinham demorado vários anos e filmes a atingir – uma pressão irracional que só um sistema mecenático e baseado na opinião de notáveis justifica e que a falta de estruturas para uma produção continuada tornaria possível». O Primeiro de Janeiro, a 30 de Julho de 1982 quando cita a revista *Tempo*, de Maputo, acrescentando ser este «filme um dos que marca o ressurgimento do moderno cinema português» e Jorge Barata Preto declara que ele goza de uma «situação privilegiada para despertar no grande público a curiosidade

³⁷⁶ *A Capital*, 22 de Outubro de 1980.

³⁷⁷ Os laboratórios da Tóbis encontram-se creditados como Produtores de 50 títulos (1933 a 2011); como laboratório, especialista em pós-produção e efeitos especiais em 12 trabalhos (1944-2009); e como distribuidor de 2 títulos (*A Pesca do Atum*, 1939; e *Conversa Acabada*, 1982). [Em linha]. [Consult. 27 Abril. 2013]. Disponível em <URL: <http://www.imdb.com/company/co0054425>>.

³⁷⁸ 18 de Setembro de 1978.

³⁷⁹ 20 de Junho 1980.

suficiente que o leve a rebentar com os preconceitos que tem em relação ao cinema português».

Este filme estreou simultaneamente em três salas (duas em Lisboa e uma no Porto) e apesar de só ter sido exibido durante uma semana no Porto (Cinema Foco, 426 lugares) contou com 2.392 espectadores, num total de 28 sessões e uma percentagem de ocupação de vinte por cento³⁸⁰; em Lisboa (Cinebloco, 180 lugares) onde também esteve uma semana em exibição (com o mesmo número de sessões) onde compareceram 1.677 espectadores, ou seja, uma percentagem de ocupação de trinta e três por cento. Na segunda semana, agora, no Quarteto verificava-se uma considerável afluência. Aquele mesmo jornal, na edição de 14 de Novembro de 1980, resume os números, antes da avaliação do resultado da sua quarta semana de exibição no total de sessões realizadas em Lisboa e no Porto, no período de estreia: 13.400 espectadores. A 12 de Dezembro, o jornal, anuncia o recorde de bilheteira, alcançado, ao fim da sétima semana, com 19.852 espectadores. Este número ultrapassou o máximo dos cinco filmes portugueses exibidos naquele ano. A 15 de Fevereiro de 1982, *O Diário Popular*, aquando da estreia comercial em Nova Iorque, anuncia que em Portugal, já ia nos 65.000 espectadores – em números fornecidos pelo próprio realizador, à agência ANOP³⁸¹.

Pela folha de imprensa que acompanha o filme sabemos que *Manhã Submersa* foi seleccionado para Cannes³⁸² (Quinzena dos Realizadores de 1980), La Rochelle (1980), I Festival de Cinema Mediterrânico de Valência (1980), 25 Semana Internacional de Valladolid (1980), IV Mostra de Cinema de S. Paulo (1980), 9º Festival Internacional da Figueira da Foz (1980), Hong Kong International Film Festival (1980), International Festival of Los Angeles (1981), American Film Institute (1981), Rencontre

³⁸⁰ *O Jornal* de 31 de Outubro de 1980.

³⁸¹ *O Diário*, 16 de Fevereiro de 1982.

³⁸² Sobre a sua participação no Festival Internacional de Cinema de Cannes, o jornal *A Tarde* (19 de Abril de 1980) noticia a sua participação na Quinzena dos Realizadores (manifestação paralela ao próprio festival). O filme terá sido seleccionado, segundo aquele jornal, por Pierre-Henri Deleau, director da quinzena, que tinha estado em Portugal. Por sua vez, vê nesta participação uma recompensa pelo esforço feito e, de alguma forma, o reconhecimento de um certo mérito da película. Lauro António voltou contente com a recepção feita ao seu filme e trouxe uma série de convites para outros festivais e a possibilidade da sua comercialização no Brasil. (*Se7e*, 28 de Maio de 1980).

Internationales de Filme et Jeunesse de Cannes (1980)³⁸³, New Directors/New Films – The Museum of Modern Art New York (1981). Recebeu, sobre a mesma fonte, Uma menção Especial para o Melhor Filme Português no I Festival de Cinema Mediterrânico de Valência (1980) e o prémio CIDALC (Centre International pour la Difusion dês Arts et dês Lettres par le Cinema). E, acrescenta *A Capital*³⁸⁴, o filme teria sido, entretanto, exibido no Funchal.

No *Diário de Notícias*³⁸⁵ encontramos dados relativos à antestreia, que decorreu no Ciclo da Casa da Imprensa, com a presença do Presidente da República³⁸⁶. Nesta notícia, são enumeradas a esperadas passagens por alguns festivais referidos acima (Valência, São Paulo e Figueira da Foz). Segundo *O Diário*, em 27 de Novembro de 1980, aquando da presença em Cannes, Yan Lardeau considerou, no número desse mês dos “Cahiers du Cinema”, *Manhã Submersa*, como um dos melhores momentos do Festival, opinião partilhada pelo seu colega Charles Tesson³⁸⁷. Entretanto, outro crítico de cinema, do jornal *El Adelanto* de Salamanca, considerou-o a grande surpresa do Festival de Cinema de Valladolid. Esta nota do jornal *O Dia*, menciona, ainda, a edição de Outubro da revista inglesa *Variety* onde o seu crítico terá afirmado que «este filme grava na memória do espectador várias imagens inesquecíveis».

³⁸³ De acordo com *O Diário* (22 de Setembro de 1980) a película *Manhã Submersa* foi distinguida pelo júri «pela análise e combate às pressões sobre uma criança no Ano Internacional da Criança». Este prémio, segundo a mesma fonte, foi atribuído no Festival de Cinema da Figueira da Foz. Estes encontros são na verdade uma Associação criada em 1959 com o intuito de proporcionar conhecimento cinematográfico junto dos jovens, promovendo encontros entre estes (jovens estudantes) e profissionais da área, e, para tal, organizando, por mais de 30 anos, o festival Rencontre Internationales de Filme et Jeunesse. Desde 1988 que colabora directamente com os serviços da cidade de Cannes, através do encontro com o mesmo nome. [Em linha]. [Consult. 28 Abril. 2013]. Disponível em <URL: <http://www.ecayp.net/partnership.php?q=2&id=10>>.

³⁸⁴ 24 de Abril de 1980.

³⁸⁵ 2 de Julho de 1980.

³⁸⁶ Ramalho Eanes foi o primeiro Presidente da República Portuguesa eleito por sufrágio universal e directo. [Em linha]. [Consult. 28 Abril. 2013]. Disponível em URL:http://www.museu.presidencia.pt/presidentes_bio>.

³⁸⁷ Professor da Universidade de Paris III (Sorbonne – Nouvelle) e crítico dos Cahiers du Cinema de 1979 a 2002, assinou, como produtor, 2 títulos de 1988 e 1989 e está creditado como argumentista num filme de 1990 (*Corps perdus*). [Em linha]. [Consult. 29 Abril. 2013]. Disponível em <URL: <http://www.imdb.com/name/nm0856407>>.

Em Setembro de 1980 encontramos as primeiras referências à possibilidade da nomeação deste filme aos *Óscares*³⁸⁸, tornando-se o primeiro candidato na história do cinema português ao *Óscar* de melhor filme estrangeiro³⁸⁹, numa competição entre as 28 longas-metragens anunciadas pela Academia de Artes e Ciências de Hollywood³⁹⁰. O *Diário de Notícias*³⁹¹ conta como o filme também foi um êxito no Festival de Cinema de Moscovo³⁹² e recebeu uma Menção Honrosa no III Festival de Cinema Rural realizado em Aurillac (França).

Mário Dorminsky³⁹³ defende que este será um dos melhores filmes portugueses de todos os tempos, alimentando, também ele, a esperança de que pudesse proporcionar o reencontro do público português com o seu cinema³⁹⁴. Este crítico estranha, com propriedade, que, apesar do seu grande sucesso em Lisboa, dos prémios e menções, da nomeação ao *Óscar*, da sua selecção para prestigiados festivais e do apoio incondicional da crítica portuguesa e internacional, o filme só tenha estado em exibição durante cinco dias na cidade do Porto. Na rubrica ‘As deixas’³⁹⁵, Rolo Duarte diz que recomendar este filme não é um anúncio mas «um conselho de amigo e um acto de justiça que se presta à

³⁸⁸ Festival de Cinema de Los Angeles, Califórnia (O *Diário*, 13 de Setembro de 1980).

³⁸⁹ Para serem seleccionados, os filmes não podiam ter banda sonora inglesa e, para a escolha desse ano, tinham de ter sido estreados entre 1 de Novembro de 1979 a 31 de Outubro de 1980, nos respectivos países de origem (*idem*).

³⁹⁰ Os cinco nomeados serão anunciados em 17 de Fevereiro e o resultado da votação, dos 3738 membros da Academia, dado a conhecer a 30 de Março, na cerimónia de entrega dos prémios (*idem*).

³⁹¹ 22 de Julho de 1981 e 3 de Dezembro de 1982.

³⁹² O *Diário de Notícias* (22 de Julho de 1981) destaca o êxito do filme no Festival de Cinema de Moscovo, citando o crítico Guennadi Maslovski que considerou o realizador “impiedoso”, que por «durante mais de duas horas de tempo de ecrã este realizador faz evoluir na continuidade da acção para um fim trágico, não dando o prazer de nos distrairmos com uma cena cómica ou que alivie. A película foi bem filmada e atraiu as atenções pelo seu severo realismo, pela sondagem profunda do mundo psicológico, do seminarista António e pelo feliz trabalho dos operadores».

³⁹³ O *Notícias da Tarde*, 19 de Abril de 1982.

³⁹⁴ A boa recepção deste filme, de acordo com Mário Dorminsky, deve-se ao facto de ser o único filme português, à época, que se assume claramente para grande público e que, sendo-o não deixa de ser uma verdadeira obra de arte. A sua linguagem cinéfila tem muito a ver com o cinema americano, com planos extraordinariamente belos, utilizando uma linguagem simples e directa. No final desta Cinecoluna apela-se a quem gosta de cinema, que veja o filme porque certamente se esquecerá que está a ver cinema português.

³⁹⁵ O *Jornal*, 24 de Outubro de 1980.

qualidade de um produto nacional» e defende que devemos «apoiar e proteger o produto nacional não deteriorado». Na crítica de cinema de Paulo Jorge Cruz³⁹⁶ reforça-se a ideia do rigor plástico e conceptual do filme, sendo, portanto, concludente e razoável que no estrangeiro a crítica tenha dado relevo ao filme, justificando-se o abrandamento desse entusiasmo em Portugal por causa da temática. Conclui que *Manhã Submersa* constitui na totalidade dos filmes portugueses estreados até àquele momento, aquele que se encontra melhor estudado e concretizado no que toca ao rigor da construção ficcional e teórica e à sua sublimação no ecrã.

Jorge Pelayo³⁹⁷ na sua rubrica ‘Cinema/Crítica’, depois de renovar os elogios à perfeição da fotografia de Elso Roque, em oposição à irregularidade da banda sonora, sintetiza, que «esta película tem muitos valores positivos para a creditarem junto do público, não prevendo um êxito popular, este é um filme bem feito, honesto e profundamente humano que bem merece o carinho e o interesse de todos quantos apreciem cinema». E assim será, ficará na memória.

Este drama, de Lauro António, volta ao tema da relação do indivíduo com a instituição (católica), e mostra um espaço (um seminário) com um valor simbólico, de pressão psicológica e social. Em suma, explora o rigor formal e a memória da repressão. Segundo os dados obtidos junto do ICA este filme teve, no total, 44.036 espectadores e o apoio foi de 29329\$32, em concurso de 1977.

O realizador iniciou a sua carreira cinematográfica em 1972 de colaboração com Rogério Ceitil no filme ainda inédito em Portugal, *Grande, Grande Era a Cidade*³⁹⁸, aos 38 anos, tinha produzido várias curtas-metragens, entre as quais *Vamos ao Nimas*, um prefácio a Vergílio Ferreira, e uma curta-metragem de ficção para a televisão sobre o mesmo autor, tendo em preparação uma segunda grande metragem de ficção sobre a vida da poetisa Florbela Espanca³⁹⁹. Lauro António fez durante muito tempo crítica de

³⁹⁶ *Portugal Hoje*, 27 de Outubro de 1980.

³⁹⁷ *O Tempo*, 20 de Junho de 1980.

³⁹⁸ *O Diário*, 27 de Dezembro de 1980.

³⁹⁹ *O Dia*, 13 de Setembro de 1980.

cinema, antes de se abalançar a filmar. *Manhã Submersa*⁴⁰⁰ é a sua primeira longa-metragem⁴⁰¹, «assegura a fidelidade de uma memória vivida e rencenada [...] que permitedefinir este filme como filme de memória recente, e não como filme histórico» (Areal, 2011b: 37)

Aos 38 anos Lauro António, como realizador, já havia produzido vários trabalhos⁴⁰¹, entre os quais *Vamos ao Nimas* (1975) e uma curta-metragem de ficção para a televisão sobre aquele autor (*Prefácio a Vergílio Ferreira*, 1975). Em preparação tinha uma segunda grande metragem de ficção, sobre a vida da poetisa Florbela Espanca⁴⁰². O realizador, oriundo da crítica cinematográfica, onde desempenhou um papel bastante importante não só em jornais mas também em revistas especializadas⁴⁰³, demorou muito tempo até se abalançar a filmar⁴⁰⁴. *Manhã Submersa* é, portanto, a sua primeira longa-metragem⁴⁰⁵.

A direcção de produção de *Manhã Submersa* foi de Leonel Brito, fundador e ex-sócio da Cinequanon⁴⁰⁶, para quem as realizações da sua equipa iam ser o grande teste para os anos seguintes e para os realizadores portugueses já que, de acordo com Cristina Baptista⁴⁰⁷, a par deste filme iriam surgir, da responsabilidade da nova equipa de produção, uma série de doze episódios⁴⁰⁸ intitulada *O Caldo de Pedra*, numa tentativa

⁴⁰⁰ *Se7e*, 29 de Outubro de 1980.

⁴⁰¹ O realizador iniciou a sua carreira cinematográfica em 1972 em colaboração com Rogério Ceitel no filme (inédito em Portugal) *Grande, Grande Era a Cidade* (*O Diário*, 27 de Dezembro de 1980).

⁴⁰² *O Dia*, 13 de Setembro de 1980.

⁴⁰³ *Correio do Minho*, 11 de Dezembro de 1980.

⁴⁰⁴ *O Diário de Lisboa* (20 de Junho de 1980) considera que Lauro António, no seu acesso à realização cinematográfica, foi de um extremo cuidado: três curtas-metragens ambientaram-no ao uso da câmara e da mesa de montagem, rodaram-lhe o fôlego para esta.

⁴⁰⁵ *Se7e*, 29 de Outubro de 1980.

⁴⁰⁶ Esta Cooperativa foi legalizada em Junho de 1974 e se inicialmente se propunha a produzir filmes de ficção rapidamente os seus membros se dedicaram à realização de filmes de intervenção (política e social) para a televisão. [Em linha]. [Consult. 27 Abril. 2013]. Disponível em <URL: <http://www.fcsh.unl.pt/revistas/arquivos-da-memoria>>.

⁴⁰⁷ *Diário Popular* de 18 de Setembro de 1978.

⁴⁰⁸ No *Jornal de Notícias* (18 de Setembro de 1978), porém, anunciam uma série de oito episódios a exhibir no 2º canal da Radiotelevisão Portuguesa.

consciente de substituir as séries estrangeiras por portuguesas e proteger a produção nacional e ir habituando assim o ouvido do espectador à língua portuguesa.

2.3 *Kilas*, «o filme possível»

Paulo Jorge Cruz⁴⁰⁹, na sua crónica *Uma fita por semana*, é acutilante sobre o percurso de José Fonseca e Costa enquanto realizador de cinema como era acidentado: *Demónios de Alcácer Quibir*, por exemplo, o filme anterior a *Kilas*, «destaca-se pela falta de qualidade, pela constante inatingibilidade dos objectivos, pela superficialidade, pela demagogia, com pretensões de *nouvelle vague* “de trazer por casa”», considerando que, com este filme Fonseca e Costa podia ter descoberto, finalmente, uma via possível para um cinema de qualidade.

Os produtores de *Kilas*, *o mau da fita* foram Centro Português de Cinema e a Penta-Filmes do Rio de Janeiro que, num convívio entre artistas, técnicos, colaboradores e jornalistas, salientaram a importância de que se reveste este tipo de co-produção para a possibilidade de expansão do cinema português no estrangeiro, nomeadamente no Brasil⁴¹⁰ enquanto o realizador, explica o esforço que todos fazem – tanto a produção do filme como o Centro Português de Cinema, principal produtor – com os poucos meios ao dispor. José Fonseca e Costa valoriza esta colaboração com o Brasil, país a quem se deveu a proposta do Mercado Comum do Filme de Expressão Portuguesa e Espanhola⁴¹¹.

No contexto do convívio realizado para assinalar o início das filmagens, O

⁴⁰⁹ *Portugal Hoje*, 22 de Março de 1981.

⁴¹⁰ *Diário Popular*, 23 de Janeiro de 1978.~

⁴¹¹ I Encontro sobre a comercialização dos Filmes de Expressão Portuguesa e Espanhola, aconteceu em Brasília (1977) onde foi discutida a proposta da UNESCO para a criação de um Mercado Comum Cinematográfico entre países de expressão portuguesa e espanhola, no sentido de serem formados agrupamentos de países na defesa cultural do seu património no sentido de criar uma oposição ao consumo de informação que mantém os habitantes de países em desenvolvimento alienados, enquanto os países ricos desconhecem a realidade dos países pobres. [Em linha]. [Consult. 2 Maio. 2013]. Disponível em <URL: <http://www.camara.gov.br>>.

*Diário Popular*⁴¹² destaca a presença dos actores brasileiros Lima Duarte, Natália do Vale e Armando Bogus⁴¹³ (Aurora e o Nacib da telenovela *Gabriela*⁴¹⁴), Milu, Lia

⁴¹² 23 de Junho de 1978.

⁴¹³ Numa publicação impossível de identificar, o realizador, em resposta ao jornalista Vitoriano Rosa, do *Correio da Manhã*, esclarece que Armando Bogus nunca esteve indigitado para fazer no filme qualquer papel, embora a hipótese tivesse sido considerada pelo co-produtor brasileiro.

⁴¹⁴ «considera-se que o ano de 1977 é extremamente importante [...] por ser o ano em que é exibida a primeira telenovela brasileira em Portugal, dando origem, na televisão, a um ciclo que só se alterará com o fim do monopólio estatal e a abertura dos canais privados em 1992. [...] contextos, que serão propícios ao desenvolvimento da televisão, promoveram a emergência de novos estilos de vida e de consumo, ao mesmo tempo que constituíram um campo propício ao surgimento da telenovela, o género que mais se coaduna, no dizer de alguns autores, com as expectativas vivenciadas por estas classes médias suburbanas. [...] Em 1977, ainda sem a Lei da Televisão em vigor [...] levam a uma reestruturação da televisão e à reformulação de programas. É nesta conjuntura que surgem dois programas, A visita da Cornélia (um concurso-reality show) e a telenovela brasileira Gabriela, Cravo e Canela, que alterarão o percurso da televisão em Portugal ao mesmo tempo que anteciparão e simbolizarão a emergência de uma nova sociedade e estilos de vida centrados no consumo e nos Media. [...] No momento em que se assiste ao lançamento do primeiro capítulo da telenovela, 16 de Maio de 1977, as rádios e a televisão mantinham programas regulares de divulgação da MPB, os romances de Jorge Amado eram best-sellers na feira do livro e nas livrarias, enquanto encenações de Boal (Barraca conta Tiradentes) e uma peça de Dias Gomes [...] é com base na análise dos jornais, grandemente politizados em função da Revolução do 25 de Abril, que se torna possível construir essas formas de recepção. [...] as peculiaridades do agendamento da telenovela Gabriela, Cravo e Canela, realizado como se de um acontecimento genuíno se tratasse, poderão ser compreendidas como formas de negociação da mensagem ficcionada, o que tenderá a tornar as "estórias" da telenovela uma história dos anos revolucionários e principalmente a História do ano de 1977. Ao longo dos três grandes momentos de agendamento [...] os jornalistas e o público, entrevistado pelos diversos jornais, vão-se dando conta da sofisticada indústria que produz a telenovela, a qual é identificada, posteriormente, como um género televisivo e não, apenas, como uma mera adaptação televisiva de um romance [...] Por outro lado, [...] no âmbito nacional e familiar, a telenovela Gabriela vem gerar um fenómeno de coesão e consenso social em função da interactividade que promove com o seu público – interpelando-o a partir da sua unidade básica de audiência, a família, no seu quotidiano – proporcionando um factor de mediação cultural e política entre os diversos grupos sociais. Ao mesmo tempo, a politização das temáticas faz da recepção desta telenovela, um fenómeno de audiências predominantemente masculino. [...] Pelos indicadores que a análise dos jornais nos fornecem, o público tenderá a apropriar-se da telenovela Gabriela em função das suas expectativas e referências mais prementes: em primeiro lugar em função dos contextos políticos e sociais do Portugal pós Revolução do 25 de Abril, nomeadamente nas questões referentes à identidade decorrentes do fim do ciclo imperial; em seguida em função dos seus quotidianos, como seja a emancipação da mulher, a liberdade sexual e as mudanças de estilos de vida e costumes. [...]. Entretanto, os profissionais deste sector tomam consciência que existe uma indústria de conteúdos em português – altamente desenvolvida, portadora de lógicas próprias de criação e divulgação – e da fascinação provocada pelos seus produtos. A opção pela telenovela brasileira como estratégia de fidelizar audiências na televisão pública não foi pacífica, não só por se temer uma demasiada influência dos falares e vivências culturais brasileiras como por se considerar que a uma televisão pública, paga com impostos públicos, compete a divulgação da cultura feita em Portugal e por portugueses. Contraditoriamente, uma das justificativas para o sucesso do género em Portugal, está com certeza vinculados ao facto da(s) telenovela(s) brasileiras terem proposto aos seus receptores, durante mais de vinte anos, conteúdos e temas que os interpelaram. Estes conteúdos, expressos numa língua comum mas, também, num imaginário comum, de mitos, heróis, acontecimentos, paisagens, recordações e saudades, permitem facilmente, sua identificação por todos os portugueses. Acresce a esta justificativa o facto dos espectadores, sobretudo as classes médias portuguesas em ascensão, perceberem os conteúdos das telenovelas como modelos de comportamentos, estilos de vida e valores inerentes à modernização,

Gama⁴¹⁵, Henrique Viana, Paula Guedes e Luís Lello.

Apresentado o elenco que viria a interpretar esta crónica de marginais⁴¹⁶, a partir da história de um deles, Kilas (frequentador do *bas-fond* lisboeta), da amante (artista de variedades) à custa de quem vive, registamos que o casal vive «em casa da “Madrinha” (mulher nostálgica e insatisfeita que, em tempos, o teria livrado de uma infância de miséria) e onde as peripécias se sucedem, entre emboscadas nocturnas e explosões de bombas»⁴¹⁷. Até um jornal como o *Correio do Minho*⁴¹⁸, por ocasião da exibição do filme no Cinema Avenida (Braga), citando, parcialmente, José Fonseca e Costa (e a folha de imprensa que acompanha o filme), explica como o filme narra a história dum pequeno marginal lisboeta, Kilas (corruptela de *Killers* – assassinos, vilões das séries negros americanos, que lhe servem de código e modelo) que graças à sua esperteza

nomeadamente no que se refere a comportamentos da vida privada e à reivindicação de liberdades públicas. [...] A década de 80 – A política de privatizações, empreendida pelos sucessivos governos na década de oitenta, no domínio dos sectores mais produtivos, confere ao Estado um encaixe económico que permite a modernização de infra-estruturas e o investimento na área social. No campo dos Media, as políticas de privatizações, empreendidas pelos sucessivos governos, vêm privilegiar as empresas que actuam no sector, dando origem à constituição e expansão de grupos existentes, bem como a sua diversificação e aliança com empresas internacionais. De uma forma sucinta, estas mudanças reflectem-se no desaparecimento de muitos títulos da imprensa – que tendo sido nacionalizados na Revolução do 25 de Abril, não conseguiram subsistir uma vez reprivatizados – e no lançamento de novos projectos jornalísticos, já com um carácter empresarial. No meio Rádio, a Igreja e o Estado partilham os canais de maior audiência, enquanto se assiste à implosão das rádios livres, ou piratas, criadas no vazio legislativo. Na televisão, mantêm-se o monopólio do Estado até à revisão constitucional de 1989 que abre caminho aos operadores privados que iniciarão a sua actividade em Fevereiro de 1992. A televisão, apesar de pública e monopolizada, torna-se, a partir deste momento, um dos agentes mais activos da modernização – cerca de 90% dos lares possuem televisão, ainda a preto e branco, no final da década de 80 – ao constituir-se como centro de informação e de cultura(s) nacionais e internacionais, estabelecendo relações entre imagens e realidades, normalizando procedimentos privados e públicos, conferindo rotinas ao quotidiano.» (Cunha, 2003).

⁴¹⁵ Lia Gama e Mário Viegas participam num debate, com jornalistas, assistentes sociais e ex-prostitutas, sobre o filme. Kilas é um personagem baseada num indivíduo real, e Pepsi Rita, uma mulher preocupada em sobreviver. Figuras com uma verdade humana igual à da plateia que os rodeou (*A Capital*, 28 de Setembro de 1982).

⁴¹⁶ Manuela Gonzaga (nome da publicação ilegível) a 10 de Abril de 1981, reduz o filme à história «de um chuleco vulgaris do Lineu, com raparigas por conta e tudo», enquanto Carlos Reis (*A Batalha*, Maio de 1981) a história como sendo a de um macho-latino, «dum chulo, ex-comando que se prostitui à “contra-revolução”, para se mostrar o bas-fond lisboeta, os seus lugares de prostituição, a sua vida nocturna retratada e as relações imbricadas dos seus embarcados. Relações de poder, negócios e corrupção de um grupo de homens e mulheres que rapidamente se atraíam, se humilham, se violentam, se usufruem, um rosto de um mundo de violência e onde só o dinheiro é uma realidade.»

⁴¹⁷ *Jornal de Notícias*, 26 de Fevereiro de 1981.

⁴¹⁸ 15 de Março de 1981.

«lidera um restrito grupo de filhos da noite». O grupo é contactado por um misterioso Major de quem recebe a incumbência de vigiar «uma certa casa, onde deverão reunir-se várias personalidades suspeitas»; quando isso acontece, e alertando o Major, uma bomba explodirá nessa residência, «dum conhecido antifascista»; alarmado com tais implicações, Kilas procura desligar-se mas este é um assassino «sem balas na pistola (de plástico)», é um «jogador sem baralho marcado, um drogado que *snifa* pó de talco, fuma barba de milho e se injecta água chilra»

A mesma edição, de *O Correio do Minho*, afirma, sem receio, que este filme servirá de «marco na História do cinema português como um filme de intervenção social e política claramente vincado porém acessível ao público em geral. A sua mensagem é captada por ele e para ele através de “intercalados” satíricos sobre o cinema português, sendo é, ainda, um filme que reflecte sobre a utilização do poder político»⁴¹⁹.

Este é um filme que assume pretender a apreciação do público, popular, arredo do cinema nacional. Mário Dorminsky⁴²⁰ considera que, dentro do cinema comercial, é necessário saber vender e acima de tudo saber dar um cinema de qualidade, feito em Portugal, e *Kilas, o mau da fita* «não sendo propriamente um filme de qualidade não deixa de ser um filme bem feito, num género, ou registo, de comédia a diluir-se»⁴²¹, com um ritmo agradável de seguir – facilmente digerido pelo público – e sedutor. «Um filme cheio de cinema», valida *A Capital*⁴²².

Sabemos, através de uma nota na Edição Especial⁴²³, que durante o trabalho de laboratório, o negativo da película com as «primeiras sequências de *Kilas* ficou totalmente estragada, com os consequentes centenas de contos⁴²⁴ de prejuízo e a

⁴¹⁹ Paulo Jorge Cruz, *Portugal Hoje*, 22 de Março de 1981.

⁴²⁰ *Primeiro de Janeiro*, 1 de Março de 1981.

⁴²¹ Júlio Pinto, *O Diário*, 8 de Março de 1981.

⁴²² 28 de Setembro de 1981.

⁴²³ 12 de Março de 1978.

⁴²⁴ Ou milhares de euros. Quando neste capítulo se convertem os valores originais em escudos para os correspondentes em euros, essa conversão é feita pelos valores nominais (preços correntes do ano em

necessária repetição». Mas, registam-se mais complicações na fase de produção, as filmagens foram acidentadas lamentando-se a perda de dois colaboradores: Luís Barradas (a quem o filme é dedicado) e Luís Lello⁴²⁵. O trabalho foi interrompido, recomeçando em Junho de 1979 para concluírem a montagem em Agosto (fase de acertos, cortes, visionamentos).

No *Se7e*⁴²⁶ apuramos que o filme teve produção inicial do IPC⁴²⁷ e a participação da Penta Filmes (a empresa brasileira de Galveias Rodrigues e que possuía, em Portugal a maior empresa de filmes publicitários, a Telecine), com um orçamento inicial de 3 500 contos⁴²⁸. Sabemos que este é o valor do apoio estatal pelo que poderá haver alguma confusão no uso do conceito, facto que não nos é possível aprofundar junto do ICA

Julgamos inevitável partilhar uma outra questão paralela, uma polémica que se instalou (em 1981) entre Vitoriano Rosa⁴²⁹ e o realizador. Aquele, respondendo a uma carta dirigida por José Fonseca e Costa e as suas declarações ao *Diário de Lisboa*, de 15 de Maio de 1976, vem dizer que, «como é sabido, um filme envolve muito dinheiro e arranjá-lo torna-se difícil em Portugal mais ainda porque aqui não há produtores. Isso levou a que o Governo de Marcelo Caetano tentasse resolver os problemas através da lei 7/71 colocando a produção dos filmes num plano relativamente aceitável: o Estado subsidiava os filmes a 50% e concedia, na maior parte dos casos, um empréstimo de mais 25%, o que já tornava possível fazerem-se filmes. O resto da verba seria coberta por um produtor, quando na realidade, o que se fazia era aldrabar os orçamentos para

causa), salvo indicação em contrário.

⁴²⁵ *O Jornal*, 27 de Fevereiro de 1981.

⁴²⁶ 20 de Junho de 1979.

⁴²⁷ Relativo ao plano de produção de 1977 o apoio beneficiou de um despacho da Secretaria de Estado da Cultura através do qual se processava um esquema de reforços, actualizações e empréstimos.

⁴²⁸ Cerca de 17.500€.

⁴²⁹ Vitoriano Rosa (*Correio da Manhã*, 5 de Abril de 1981) questiona, a determinada altura, o leitor se é este o grande êxito popular, que reconcilia finalmente o público com o cinema português, lançando a suspeita de que um dos muitos métodos insólitos do IPC para ajudar o cinema dos “amigalhões” consistia em comprar bilhetes para oferecer.

que o filme se pudesse fazer com os 50% e, quanto muito, mais os 25% dos empréstimos». O jornalista vai mais longe, afirmando que «o hábito de aldrabar os orçamentos (e não só) ficou bem enraizado em Fonseca e Costa que não se atrapalhou na com a (nova?) situação criada pelo 25 de Abril. O realizador, em posse dos subsídios tinha de começar a rodar. A produção foi entregue à Tóbis, com financiamento do estado a 75%, sendo o restante pago por esta, com a hipótese de ser coberto pelo IPC. Para que o filme pudesse ser estreado – e já que nenhum exibidor o quis – o I.P.C. acabou por subsidiar, também, o aluguer do Quarteto⁴³⁰».

Através do discurso do próprio realizador⁴³¹, vislumbra-se a sua intenção de ir de encontro à política para o Cinema da União Europeia, através da co-produção entre o Centro Português de Cinema (principal produtor) e o Brasil – o filme credita apenas o Instituto Português de Cinema em co-produção com Filmform (Lisboa) e Penta Filmes (Rio de Janeiro).

A história não tendo sido subordinada à tendência política, é narrada de forma a revelar aquele tipo de preocupações – o filme foi rodado na época da *caça* às redes bombistas. Provocando a polémica, desta feita dirigida por ocasião da exibição na Radiotelevisão Portuguesa, a imprensa acusa-a de prestar um péssimo papel, numa altura em que o país se afirma na sua condição Europeia, deferindo o ataque no sentido daquela ser um espelho do país controlado por partidos, caracterizado por gastos supérfluos e apadrinhamentos⁴³², o *Correio da Manhã* prossegue criticando, particularmente, o filme, jogando com o seu título e chamando-lhe «Kilas – o péssimo da fita [...] porque se algumas expectativas houvesse, o filme não passa de uma fraude

⁴³⁰ Pedro Bandeira Freire foi o fundador do primeiro espaço multissalas de Lisboa. O cinema Quarteto que nasceu numa garagem da Rua Flores de Lima, na freguesia de Alvalade em 21 de Novembro de 1975, com «quatro salas, quatro filmes». O espaço foi coercivamente encerrado na sequência de uma vistoria da Inspeção-Geral das Actividades Culturais por não reunir todas as condições de segurança. O empresário recorda os anos 80 e 90, como os melhores do Quarteto, o empresário e cinéfilo traça um retrato amargo do início do declínio daquelas salas. «Foi quando os 32 distribuidores que existiam passaram a seis e eu deixei de poder escolher os filmes que queria exhibir e passei a comprar os americanos que me impunham». [Em linha]. [Consult. 16 Janeiro, 2013]. Disponível na WWW: <URL: http://www.dn.pt/inicio/interior.aspx?content_id=996582>.

⁴³¹ *Diário Popular*, 23 de Junho de 1978.

⁴³² *Correio da Manhã*, 22 de Outubro de 1984.

paga pelo Instituto Português de Cinema (ou seja: por todos nós), transmitida pela empresa de que é agora Palma Carlos⁴³³ o presidente», promovendo «uma liberdade de linguagem torpe, acompanhada de acções de bordel, onde se terão ofendido os bons costumes, a moral, o respeito».

«*Kilas* é uma notícia breve e localizada de um país à margem, de um país onde a Europa opulenta vem fazer remicúpios, molhar os pés e suar, no verão quente das nossas cidades tristes e subdesenvolvidas, sitas nesta costa d'África colada por bambúrrio do destino ao continente rico e dito civilizado onde, de quando em quando, a super-raça dos militares, que a todos governa por igual», diz o realizador na folha de imprensa que acompanha o filme.

No que diz respeito à recepção do público, *O Jornal*⁴³⁴ noticia que *Kilas*, após quatro meses de exibição, teria sido visto por 66 840 espectadores, enquanto *O Diabo*⁴³⁵ e *A Capital*⁴³⁶ referem que, terminado o período de estreia, a 9 de Julho, se contabilizavam 121.269 espectadores⁴³⁷. *O Jornal*⁴³⁸ refere-se a uma «carreira triunfal», que um mês depois da estreia já teria chegado aos 51.786 espectadores, nas diversas sessões de Lisboa e do Porto. *A Capital*⁴³⁹ não deixa passar este «campeão de bilheteira do cinema» que teve «o grande mérito de sacudir o trauma dos nossos directores/realizadores não saberem comunicar com o público, e que este mostra que ainda é possível combinar popularidade com dignidade artística – algo que fez um certo escândalo na medida em que foi uma “pedrada no charco”».

⁴³³ Foi primeiro-ministro português no I Governo Provisório (16 de Maio a 11 de Julho de 1974). Infopédia [Em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2013. [Consult. 2013-01-18].

⁴³⁴ 26 de Junho de 1981.

⁴³⁵ 26 de Julho de 1981.

⁴³⁶ 28 de Julho de 1981.

⁴³⁷ Número confirmado pelos dados do ICA.

⁴³⁸ 3 de Abril de 1981.

⁴³⁹ 28 de Setembro de 1982.

Ao nível internacional, *O Diário Popular*⁴⁴⁰ menciona o facto de o filme ter sido escolhido para a abertura oficial do 9º Festival Internacional de Cinema da Figueira da Foz. Do mesmo facto faz menção o *Diário do Minho*⁴⁴¹ referindo ainda que o filme recebeu o galardão de honra (o Makhila), no Festival Ibérico e Latino-americano que decorreu em Biarritz/França. Esta menção também é feita pelo *Jornal de Notícias*⁴⁴², enquanto o *Notícias da Tarde*⁴⁴³ aproveita esta participação para citar o crítico de cinema e, nesse ano, membro do júri do festival, José Matos-Cruz: «o cinema português vai mal mas as suas películas vão bem, referindo-se, também, a este filme como o mais visto em Portugal, «com 120 000 espectadores», tendo sido distinguido com o prémio do Instituto Português de Cinema 1981 e seleccionado para representar Portugal no concurso para o Óscar da Academia de Hollywood. Pela folha de imprensa sabemos que o filme esteve, também, presente no Festival de Cinema de Locarno.

Devolvendo a palavra ao crítico de ‘O Primeiro Balcão’, Mário Dorminsky⁴⁴⁴ classifica as últimas estreias de filmes portugueses como «as menos significativas⁴⁴⁵, numa reduzida produção⁴⁴⁶, lamentando que tanto os produtores como os exibidores não tenham tido o necessário discernimento para verificar que, ao «meterem dentro da sala de cinema espectadores para ver um mau filme feito entre nós, isso serve de aviso para esses espectadores e nunca mais os conseguirão cativar.» Então, sobre *Kilas*, avança que este «não será propriamente um filme de qualidade mas um filme simples, linear e eficaz. Recorrendo ao início da sua crónica, fala-nos da importância da escolha das salas de cinema de estreia, quer no Porto, quer em Lisboa, que neste caso, só por si, é uma escolha inteligente e demonstrativa do tipo de público que poderá receber».

⁴⁴⁰ 9 de Julho de 1980.

⁴⁴¹ 10 de Julho e 30 de Setembro de 1980.

⁴⁴² 28 de Setembro de 1980.

⁴⁴³ 16 de Dezembro de 1981.

⁴⁴⁴ *Primeiro de Janeiro*, 1 de Março de 1981.

⁴⁴⁵ Com excepção feita a *Manhã Submersa* de Lauro António (Mário Dorminsky, *O Primeiro Balcão Primeiro de Janeiro*, 1 de Março de 1981).

⁴⁴⁶ 7 foi o total dos filmes apoiados e estreados (conforme: ICA). Consideramos que não tenham estreados outros filmes nacionais já que a produção depende desse mesmo apoio institucional.

Sobre o filme, Mário Dorminsky, redereciona a observação sustentando uma perspectiva crítica que com um tema linear, «Fonseca e Costa obriga-nos a percorrer a noite lisboeta e que o filme é tanto mais realista até porque vários dos “actores” são legítimos filhos da noite», concluindo que este é «um filme a ver e rever». Júlio Pinto⁴⁴⁷ considera que esta co-produção viaja pelas «margens proibidas da ficção bem comportada e o resultado é uma fita a desafi(n)ar secretismos *culturalistas*, moralismos vários, fundos reaccionários», terminando dando vivas ao filme.

O título da crítica de Paulo Jorge Cruz⁴⁴⁸ sintetiza o seu julgamento: «Kilas – o filme possível». Depois de ajuizar sobre o percurso acidentado do realizador, da falta de qualidade do seu anterior trabalho, considera que ele alcançou a maturidade, prosseguindo, apontando defeitos a algumas das escolhas do argumento. Acrescenta a ideia de como *Kilas* devia ser mais depressivo e de como o realizador pretendeu uma dramaturgia do real sem o conseguir, classifica-o, no entanto, de excelente nas opções relativas à banda sonora. *A Capital*⁴⁴⁹ conclui, também, em nota intitulada “Kilas está de volta”, que quando se insiste tanto num cinema «avassalado por génios, sabe bem ver um filme sólido, seguro e que, sem jactâncias e que soube ser inovador».

Carlos Reis⁴⁵⁰ realça a importância técnica, da fotografia e da música, deste filme, como sendo um «suporte intencionado da teia humana», classificando o filme de corajoso, com um ritmo de rapidez inabitual no nosso cinema, e «gerador de ambiguidade, ao menos atento dos espectadores, de qual a posição face ao (anti) herói Kilas: ele é o bom ou o mau ...da fita».

Este filme é aquilo que se convencionou chamar *blockbuster*, o primeiro caso português, e sintetiza todas as características reconhecidas para tal, para corresponder ao gosto do público.

Um filme de drama e mistério, bem feito e bem dirigido, baseado numa história

⁴⁴⁷ *O Diário*, 8 de Março de 1981.

⁴⁴⁸ *Portugal Hoje*, 22 de Março de 1981.

⁴⁴⁹ 28 de Setembro de 1982.

⁴⁵⁰ *A Batalha*, Maio de 1981.

banal, de marginais, só possível no contexto do período pós revolucionário, do 25 de Abril. O filme de José Fonseca e Costa, se não for relevante por qualquer outra razão, ficará para a história como um dos maiores êxitos de bilheteira do cinema português, com 121.269 espectadores e um apoio de 47.939\$47⁴⁵¹.

*O Diário Popular*⁴⁵² faz menção a Fonseca e Costa, que aos 48 anos tinha assinado (apenas) as longas-metragens *O Recado* (1971) e *Os demónios de Alcácer Kibir* (1975), sendo *Kilas* o terceiro filme do realizador que se encontrava, entretanto, a trabalhar noutros dois novos projectos⁴⁵³. Para *O Dia*⁴⁵⁴ – referindo-se à estreia na Televisão – este filme passa por uma das «obras-primas» de Fonseca e Costa.

Kilas era a sua terceira longa-metragem, depois de *O Recado* (1972) e *Os Demónios de Alcácer Quibir* (1977), onde Fonseca e Costa tenta retratar «o refluxo da revolução, [...] abre caminho a uma vaga de filmes que deixam para trás o registo realista [...] para lançar uma visão aligeirada, autocrítica [...]» (Areal, 2011b: 80).

2.4 *A Vida é Bela?!... simplesmente*

O resumo biográfico do realizador Luís Galvão Teles, que encontramos na folha de imprensa do filme, diz-nos que o seu primeiro trabalho o *Bestiário*⁴⁵⁵ (1970) recebeu a Menção Honrosa na XV Mostra Internazionale del Film d'Autore de Bergamo. De acordo com o *Celulóide* (Março de 1982), esta é a sua segunda longa-metragem – a primeira foi *A Confederação*⁴⁵⁶ (1977) que obteve o grande prémio do Festival

⁴⁵¹ Aproximadamente 240€.

⁴⁵² 7 de Fevereiro de 1981.

⁴⁵³ *Brados do Alentejo*, data ilegível.

⁴⁵⁴ 22 de Outubro de 1984.

⁴⁵⁵ Curta-metragem (42 minutos) de 1970, no original *Bestiaire*, realizado com Bernard Jaculewicz [Em linha]. [Consult. 3 Maio. 2013]. Disponível em <URL: <http://www.imdb.com/title/tt0140847>>.

⁴⁵⁶ *A Confederação: O Povo É Que Faz a História*, com argumento do realizador e banda sonora original por José Mário Branco, Fausto e Sérgio Godinho. A fotografia foi da responsabilidade de Elso Roque. [Em linha]. [Consult. 3 Maio. 2013]. Disponível em <URL: <http://www.imdb.com/title/tt0075874>>.

Internacional da Figueira da Foz⁴⁵⁷; seguido de *A Rapariga dos Fósforos*⁴⁵⁸ (1978) e a *Morte no Tejo* (1979), um documentário com Peter Ustinov, Jane Birkin e Lois Chiles.

O argumento⁴⁵⁹ de *A Vida é Bela?!...* é do próprio Luís Galvão Teles, em colaboração de Nicolau Breyner e Amadeu Lopes Sabino. Elso Roque assumiu a direcção de fotografia e Carlos Alberto Lopes o som. A direcção de produção foi de João Franco; José Costa Reis foi o responsável pelos *decors* e figurinos e Clara Diaz-Barrio pela montagem. A música original é de Luís Tinoco. A distribuição foi da responsabilidade da Filmes Lusomundo⁴⁶⁰.

O filme é protagonizada por Nicolau Breyner, no papel do *self-made-man*, que vindo do nada se transforma num dos «grandes ricos» dos anos 20, a quem acontecem as mais inimagináveis aventuras. De volta de um exílio de mais de 8 anos aguardam-no, inesperadas surpresas⁴⁶¹. Henrique Viana complementa o elenco, no papel, de compadre Magalhães, o grande amigo de Hipólito, que tudo faz para lhe ficar com o dinheiro e a mulher. A filha Efigénia do Ó (Margarida Carpinteiro) é casada, por conveniência, com o galã Luís Silveirinha (Vitor Norte), enquanto a sua mulher, Françoise-Marie (Io Apolloni), utiliza todos os seus atributos físicos para obter financiamento para os filmes do amante, o ‘talentoso’ e oportunista Luís Galvão Sargadas, interpretado pelo, entretanto falecido, Luís Lello. Por último, Josefina Silva aceitou fazer, «com enorme simplicidade», «uma breve mas deliciosa aparição no papel de D. Urraca». É assim que *O Dia*⁴⁶² nos anuncia que o cinema português retoma «os bons velhos tempos da comédia» dos anos 30 e 40.

⁴⁵⁷ *O Dia*, 13 de Fevereiro de 1982.

⁴⁵⁸ Filme de 1978 com argumento a partir da história *A Rapariga dos Fósforos* de José Cardoso Pires. [Em linha]. [Consult. 3 Maio. 2013]. Disponível em <URL: <http://www.imdb.com/title/tt0078141>>.

⁴⁵⁹ O argumento inspira-se no livro *Hipólito do Ó*, de João Verdades, Pseudónimo de Tito Martins, escritor e jornalista, que foi durante longos anos subdirector d jornal *O Século*. Faleceu 1946 (*O Dia*, 13 de Fevereiro de 1982).

⁴⁶⁰ *O Dia*, 13 de Fevereiro de 1982.

⁴⁶¹ *O Dia*, 13 de Fevereiro de 1982.

⁴⁶² 13 de Fevereiro de 1982.

De acordo com aquela publicação ⁴⁶³ esta é uma comédia popular, destinada ao grande público, assinala *O Primeiro de Janeiro*⁴⁶⁴, inspirada nas melhores tradições de espectáculos populares em Portugal, reforça *O Dia*⁴⁶⁵.

Para João Lopes⁴⁶⁶ este filme não representa mais que uma mera fabricação da ilusão de que existe uma tradição cinematográfica portuguesa para a comédia, colocando-nos a questão de se poderão, de algum modo, tornar a estar reunidas as condições para repetir aquele género de comédia. Responde, dizendo, com propriedade, achamos, que uma tradição não é aquilo que se repete, mas algo que é vivo, dinâmico e potencialmente criador. Eduardo Prado Coelho no *Jornal de Letras, Artes e Ideias*⁴⁶⁷, por seu turno, fala de *A Vida é bela?!* como um produto «programado para conquistar do público, reavivando-lhe a memória» daquele tipo de comédia. Sobre os assuntos técnicos e estilísticos, o único que se detém sobre eles é João Lopes⁴⁶⁸, para quem neste filme «os resultados apenas revelam uma recusa sistemática de pensar seja o que for em termos de *mise-en-scène*, coerência de construção ou trabalho de actores».

A Vida é Bela?!... foi o primeiro filme português a estreiar em 1982, no dia 19 de Fevereiro, com o apoio do Instituto Português de Cinema⁴⁶⁹. No entanto não há quaisquer referências na imprensa nem nos dados recolhidos junto do ICA sobre o valor do apoio concedido ou orçamento previsto.

Este filme teve um lançamento, e uma distribuição, inabitual no cinema português, estreando simultaneamente em quatro salas de cinema, de três grandes cidades: Lisboa, Amadora e Coimbra, estava preparado para circular rapidamente pelo

⁴⁶³ Março de 1982: 1-59.

⁴⁶⁴ 17 de Fevereiro de 1982.

⁴⁶⁵ 13 de Fevereiro de 1982.

⁴⁶⁶ *Diário de Notícias*, 12 de Fevereiro de 1982.

⁴⁶⁷ 2 de Março de 1982.

⁴⁶⁸ *Idem*.

⁴⁶⁹ *O Dia*, 13 de Fevereiro de 1982.

País⁴⁷⁰, sendo Leiria e Setúbal as duas cidades imediatamente a seguir.

O realizador, actores e técnicos do filme estiveram presentes no Cinema Eden, na noite da estreia para o qual estiveram, igualmente, convidados os órgãos de comunicação social, havendo, no final da projecção, uma conferência de imprensa e um encontro informal entre todos⁴⁷¹.

A folha de imprensa do filme faz referência ao facto deste filme ter tido mais de 130.000 espectadores na estreia em Portugal. No entanto não há quaisquer referências na imprensa sobre este número. Somente o *Primeiro de Janeiro*⁴⁷² considera o dia da estreia e refere haver uma lotação estimada de 3.392 espectadores por sessão. Os dados do ICA indicam que este filme foi visto por 140.074 espectadores.

No que diz respeito a prémios, menções ou participações em festivais não foram encontradas quaisquer referências nem na imprensa nem na folha de imprensa.

Relativamente à crítica, Eduardo Prado Coelho⁴⁷³ regista que o filme «tem alguns aspectos simpáticos mas que sendo um filme de humor, raras vezes esse humor salta para o lado de cá» – sugerindo que ganharia muito em ser acompanhado com «gargalhadas ‘enlatadas’ cuidadosamente distribuídas pela sala». Sobre os actores diz-nos que «nem são bons nem maus» – «atravessam, correm, o filme de ponta a ponta com tal alegria que se torna tocante». Conclui - depois de se deter na polémica gerada pelo realizador e da sua crítica ao filme de Manoel de Oliveira, *Francisca* - esperando que Luís Galvão Teles «não caia no disparate de ver nas reacções da crítica uma manifestação contra o bom povo português». João Lopes, na sua crítica *Um filme – A tradição e o nada*⁴⁷⁴, tentando encontrar resposta à questão da existência de uma

⁴⁷⁰ O filme foi feito para o público português e o objectivo só seria atingido se para além de acorrer às salas onde o filme estiver em exibição, o público delas sair satisfeito (*O Dia*, 13 de Fevereiro de 1982).

⁴⁷¹ *Primeiro de Janeiro*, 17 de Fevereiro de 1982.

⁴⁷² 17 de Fevereiro.

⁴⁷³ *Jornal de Letras, Artes e Ideias*, 2 de Março de 1982.

⁴⁷⁴ *Diário de Notícias*, 12 de Fevereiro de 1982.

tradição cinematográfica portuguesa ou apenas um cinema, encontra as respostas, «quase patéticas», em a *Vida é Bela?!...* Mesmo aceitando que o filme se coloca numa posição de resposta positiva a tal questão o resultado apenas revela recusa de pensar, «como se pensar fosse uma actividade duvidosa e, em última análise, dispensável – o que chega para definir a amplitude do seu projecto ‘estético’: uma colagem arbitrária de convenções mal geridas, com uma estrutura próxima de um vulgar espectáculo de televisão». Numa espécie de balanço, é, portanto, para o crítico, «natural que se este filme se confunda, facilmente, com os piores exemplos de uma certa comédia italiana de esgares e quedas, em sintoma, claro, com uma incapacidade de revalorizar a tradição ou apenas a memória de uma cinematografia. É o vazio.»

O realizador, fundador da Cinequanon, assistente de realização da RTP e advogado de formação, apresenta uma comédia sobre um *self-made man*, a sua malha de intrigas e mentiras. Os dados do ICA indicam que este filme, estreado em 1982, foi visto por 140.074 espectadores e teve um apoio do ICA de 73283\$39⁴⁷⁵, em concurso de 1977.

2.5 *Sem Sombra de Pecado*, base para uma identidade cinematográfica

À Quinzena dos Realizadores em Cannes (1983) este filme foi apresentado com título em francês, *Sans l'ombre d'un péché*, e em inglês, *No trace of sin*. Um novo filme de José Fonseca e Costa, com a participação de Victoria Abril e Mário Viegas. Sobre o realizador são mencionados os seus anteriores trabalhos: *Kilas, o mau da fita*, *O Recado* (1972) e *Os demónios de Alcácer Quibir* (1972), sendo este trabalho «uma produção da Filmforme, subsidiada pelo IPC – cujas dificuldades forçaram ao adiamento das filmagens, inicialmente previstas para arrancarem em Setembro»⁴⁷⁶.

O filme é adaptado de uma novela de David Mourão-Ferreira intitulada *E aos Costumes Disse Nada*, cuja acção se passa em Lisboa (1943), «à volta dos amores do soldado Henrique e de Lucília Maria da Luz, uma prostituta» da zona dos

⁴⁷⁵ Isto é, 365€.

⁴⁷⁶ *Diário de Notícias* 20 de Fevereiro de 1982.

Anjos/Lisboa⁴⁷⁷. Numa análise mais simplista é como reencontrar em *Sem Sombra de Pecado* a «intriga-amorosa-sob-pano-de-fundo-histórico», avisa João Lopes⁴⁷⁸.

Pouco mais pudemos saber deste filme através da imprensa – incluindo as questões que se prendem com as áreas técnicas, da produção, que foi da responsabilidade da Filmforme e subsidiada pelo IPC⁴⁷⁹, ou da equipa. As filmagens iniciaram-se envoltas num certo secretismo, ou pelo menos defendidas da curiosidade da imprensa, o que pode ser explicado pelo facto da equipa estar a trabalhar no interior de um palacete da Lapa/Lisboa

Sabemos que, isso sim, algo ao estilo de *Kilas*, em busca de um idêntico êxito⁴⁸⁰, este filme bateu os recordes de bilheteira para filmes portugueses⁴⁸¹.

Sem Sombra de Pecado confunde-se, facilmente, com as «co-produções italo-franco-alemãs» e é como se fosse «um filme decorativo em si mesmo, que atravessa o filme de uma ponta a outra, reflectindo-se ao nível da própria intriga», acrescenta, ainda, João Lopes.

O filme foi apresentado em França «com um valor social e nacional de inesperada importância para um país que, acima de todas as contingências, procurava defender as bases da sua identidade – regatearia muita coisa, mas não os subsídios aos cineastas», acentua Mário Castrim⁴⁸². Apesar do abrandamento do ritmo da produção do cinema português, Fernando Lopes estava na mesma altura a terminar a rodagem do filme *Crónica dos Bons Malandros* (1984), adaptado do romance de Mário Zambujal⁴⁸³;

⁴⁷⁷ *idem*.

⁴⁷⁸ *Diário de Notícias*, 12 de Fevereiro de 1983.

⁴⁷⁹ *Diário de Notícias*, 20 de Fevereiro de 1982.

⁴⁸⁰ De acordo com o ICA, este filme teve 92.080 espectadores.

⁴⁸¹ *Diário de Notícias*, 20 de Fevereiro de 1982.

⁴⁸² *Diário de Lisboa*, 1 de Junho de 1983.

⁴⁸³ Mário Zambujal é conhecido como jornalista de televisão. Foi argumentista em 11 séries televisivas, entre 1982 tendo trabalhado, unicamente, na referida longa-metragem. [Em linha]. [Consult. 8 Maio. 2013]. Disponível em <URL: <http://www.imdb.com/name/nm0952608>>.

e João Mário Grilo a filmar, em São Pedro de Muel, *A Estrangeira* (1983), com Fernando Rey. Ambos os projectos subsidiados pelo IPC. Noutra fase, de pós-produção, encontravam-se, *Ana e Alexandre*⁴⁸⁴, de António Reis e Margarida Cordeiro⁴⁸⁵, e *Fim de Estação* (1983), de Jaime Silva, este produzido sem subsídios⁴⁸⁶.

Quando o filme é apresentado na televisão, Mário Castrim⁴⁸⁷ aproveita para questionar as opções editoriais da RTP, quando esta apresenta no mesmo serão «uma longa reportagem sobre o festival de Cannes e um longo magazine cultural» é falta de discernimento, diz. E, como actos como estes se repetiam, acrescenta que alguma coisa ia «mal, muito mal», naquele «reino», lamentando que «os espectadores tenham sido de tal forma intoxicados, pois a reportagem do festival levantava questões culturais, sociais, nacionais de alguma importância» – por outro lado, especula que, «quem teve os olhos bem abertos, aprendeu muito sobre o poder devorador de certas engrenagens» enquanto ‘concorda’ com Fonseca e Costa quando este se «recusa a admitir fracturas entre a qualidade e o interesse comercial», *Sem sombra de Pecado* prova que o realizador «junta os actos às palavras». Mário Castrim⁴⁸⁸ consequentemente reflecte sobre o facto da «destruição mútua do humor negro e do melodrama» não violentar os espectadores mas, pelo contrário, «aproveitar sabiamente uma tradição oral, subterrânea, corrente muito mais forte do que se geralmente supõe»⁴⁸⁹. *Sem Sombra de Pecado* torna explícito aquilo que era uma vontade implícita em *Kilas, o Mau da Fita*, procurar uma certa imagem de marca que aproxime o filme de determinados *padrões industriais de qualidade*, de modelos consagrados de acabamento, «numa arte de imagens e sons onde tudo acaba nos meios e efeitos, artifícios e na sedução». «Mas, *Sem Sombra de Pecado* aposta nos meios contra os fins, é um objecto de pura

⁴⁸⁴ Ficou creditado como Ana e estreou a 6 de Maio de 1982. Contou com a participação de Manuel Ramalho Eanes. [Em linha]. [Consult. 8 Maio. 2013]. Disponível em <URL: <http://www.imdb.com/title/tt0083555>>.

⁴⁸⁵ Esta parceria na cinematografia portuguesa assentou, também, na relação de ambos, como casal.

⁴⁸⁶ *Diário de Notícias*, 20 de Fevereiro de 1982.

⁴⁸⁷ *Diário de Lisboa*, 1 de Junho de 1983.

⁴⁸⁸ *Idem*.

⁴⁸⁹ *Diário de Lisboa*, 1 de Junho de 1983.

prestidigitação, destinado a mascarar o seu desmembramento no interior de um projecto de cinema que atingiu o estado de esclerosamento e que tende a concluir com modelos de produção que, hoje em dia, constituem a vertente mais poderosa do cinema que se faz na Europa. Um filme que, evidentemente, não o é filme publicitário, nem pretende sê-lo, mas usa malabarismos com índices superficiais, onde já nada se conseguem inventar, significar ou interrogar, apresentando-se como uma colagem mais ou menos arbitrária de sinais de recurso: nem crónica histórica (porque lhe falta a paixão real que se faz história e, de algum modo, se escapa ao imediato da evidência) nem análise de sentimentos (porque não aspira a nenhum rigor que ultrapasse o apontamento anedótico). O filme tenta tudo isto, falhando no mais vital, saber o que quer ser. Talvez, tendo em conta a religiosidade dos meios que nele se promove, se tratasse apenas de fingir que a indústria cinematográfica portuguesa é um facto consumado»⁴⁹⁰.

O filme espelhará, porventura, alguns receios que muitos apontam relativamente às co-produções na união europeia, à possibilidade da perda de identidade, dos mesmos traços de carácter das culturas que se pretendem proteger.

Este drama, filme de acção, de José Fonseca e Costa foi seleccionado, mas não nomeado, para Melhor Filme Estrangeiro da 56ª edição dos Óscares e fala-nos do que o amor e a guerra têm em comum, das estratégias e táticas, dos inimigos e dos aliados.

Através dos dados disponibilizados pelo ICA é possível dizer que o montante do apoio concedido (no concurso de 1981) foi de 144 860\$88⁴⁹¹ e pela mesma fonte sabemos que assistiram ao filme 92.080 espectadores.

Sobre o realizador o *Diário de Notícias*⁴⁹² menciona os seus anteriores trabalhos⁴⁹³, de sucesso, que, na opinião de Paulo Jorge Cruz, na sua crónica *Uma fita por semana*, e cujo percurso «enquanto realizador de cinema tem sido bem acidentado. *Demónios de Alcácer Quibir*, filme anterior a *Kilas*, destaca-se pela sua falta de

⁴⁹⁰ *Diário de Notícias*, João Lopes, 12 de Fevereiro de 1983.

⁴⁹¹ Que correspondem 6.460€, a preços de 2012 (conforme: INE).

⁴⁹² 20 de Fevereiro de 1982.

⁴⁹³ *Kilas, o mau da fita, O Recado e Os demónios de Alcácer Quibir*.

qualidade, pela «constante inatingibilidade dos objectivos», pela «superficialidade», pela «demagogia», com «pretensões de “nouvelle vague” de trazer por casa». «Aos quarenta anos Fonseca e Costa descobriu finalmente uma via possível para um cinema de qualidade».⁴⁹⁴

2.6 *O Lugar do Morto*, um clássico fatalmente correcto

A rubrica de António Carvalho⁴⁹⁵ faz o elogio aos actores, à mulher fascinante, Ana Zanatti, e ao jornalista, Pedro Oliveira. Sobre a escolha daquela actriz, o realizador diz-nos que «só podia ser ela», aliás, sem desprimor para as outras atrizes – Teresa Madruga que é «comovente», Manuela de Freitas com a sua «justeza quase instintiva», Lúcia Franco que em «três minutos dá tudo o que não se mostra». Ela «surge com uma personagem que tem fogo à sua volta, uma actriz de “A a Z”, com subtilidade, inteligência e sensibilidade extraordinárias na interpretação de um papel ingrato». António-Pedro Vasconcelos faz questão de ter uma palavra idêntica para todos os outros actores do seu filme: Pedro Oliveira (que foi jornalista de *A Capital* antes de passar para a informação da RTP), sobre quem «caiu toda a responsabilidade na condução da intriga» e sobre quem houve uma aposta, que não teria resultado se a recíproca não se verificasse, já que «arriscou dar uma imagem diferente daquela que habitualmente dá ao público». O realizador destaca os dois actores de revista: Carlos Coelho e Natalina José, que, na sua opinião, são desprezados ou, quase, desconhecidos do cinema português e que aqui confirmaram a sua ideia de que «a única escola de actores em Portugal é a revista» – diz o realizador, estranhando que constitua surpresa o facto de eles serem capazes de resolver outras situações. Também Isabel Mota se revelou «uma actriz extraordinária» e o realizador congratula-se pelo seu mérito ser quase, somente, o de ter sabido escolher os actores, confiar neles e criar-lhes condições para serem o melhor possível, em suma, «o mérito do filme é de todos eles».

⁴⁹⁴ *Portugal Hoje*, de 22 de Março de 1981.

⁴⁹⁵ *A Capital*, 25 de Outubro de 1984.

O Primeiro de Janeiro⁴⁹⁶, por Alexandre Correia, fala do jornalista Pedro Oliveira, considerando que tem um desempenho que «excede as melhores expectativas» enquanto Ana Zanatti confirma os seus «dotes de comediante face às câmaras de cinema» enquanto que os demais actores e seus personagens (Teresa Madruga, Lúdia Franco, Isabel Mota, Cecília Guimarães, Manuela de Freitas, Natalina José, Luís Lima Barreto, Carlos Coelho, Ruy Furtado e Luís Filipe de Barros) «foram escolhidos a dedo, pontos de passagem indispensáveis que preencheram bem os degraus até ao fecho do círculo».

Nesta altura, a imprensa consultada já não faz considerações ao percurso do realizador e sobre a equipa deste filme apenas vemos salvaguardado o trabalho de câmara de João Rocha, «certa e pouco curiosa de ir espreitar atrás das coisas e dos enquadramentos»⁴⁹⁷, resumindo o elenco àquelas figuras mais mediáticas.

Sobre a produção deste filme, António Carvalho⁴⁹⁸ diz-nos que o realizador-produtor teve a preocupação de evitar que as dificuldades transparecessem no produto final, ou que lhe servissem de desculpa: as dificuldades de ordem financeira, técnica e profissional, no cinema em Portugal, só são ultrapassadas pela «carolice e engenho de alguns», mas não devem servir de desculpa para um filme ser «pobre, mal feito», inepto, porque o público deve ficar preso ao filme do princípio ao fim. Neste caso em particular, o filme esteve parado mais de um ano por causa do produtor, dando, em contrapartida, ao realizador o encorajamento necessário para resolver problemas sem afectar o filme, deixando as «angustias e problemas nos bastidores», mostrando respeito pelo público que, afinal, «paga por um filme português o mesmo que paga por um filme estrangeiro», acentua António-Pedro Vasconcelos.

A ideia para esta história surgiu quando António-Pedro Vasconcelos se cruzou no Chiado com uma mulher simultaneamente fabulosa e misteriosa, «como uma Ava Gardner», desse episódio e desse fascínio, que seria revê-la, surge a ideia para o

⁴⁹⁶ 5 de Novembro de 1984.

⁴⁹⁷ *Diário de Notícias*, 3 de Novembro de 1984.

⁴⁹⁸ *A Capital*, 25 de Outubro de 1984.

argumento⁴⁹⁹. A *Capital* conta-nos a história: Álvaro Serpa, jornalista de «trinta e poucos anos, com dois casamentos, dois filhos e dois divórcios», sai de casa, atravessa a estrada marginal em contravenção e vem encostar o carro num descampado à beira-mar. É aquela hora indecisa em que o dia está para nascer. Ao fundo um insólito par – ele de ‘smoking’, ela de vestido de noite e casaco de peles – discutem e agridem-se. Num impulso ela corre para o carro de Álvaro. A meio caminho, Ana diz-lhe que volte para trás e quando voltam ao descampado Ana sai a correr e dirige-se ao carro do outro que está reclinado no assento, com um revólver quente na mão e uma bala na cabeça. Entretanto Álvaro descobre que Ana desapareceu⁵⁰⁰.

É, no fundo, uma história que fala de um quotidiano perdido, no espaço e no tempo, no anonimato duma metrópole. O filme começa com um suicídio passional e termina com uma cena a focar também a morte, no tal lugar do morto, que não se suicida mas morre por distração, por cansaço ou esgotamento⁵⁰¹. *O Lugar do Morto* é a história de um fascínio em torno de «uma mulher mágica», como diria Truffaut. Aliás não será por acaso que o filme lhe é dedicado.

Sobre a sua estrutura, o crítico A. Roma Torres⁵⁰² diz que é bem elaborada, «é um filme quase clássico» onde se conjuga «a melhor memória de um certo expressionismo alemão, do filme negro norte-americano e de alguma ‘nouvelle-vague’ francesa» que mais prezava o trabalho de argumento. Um filme narrativo onde aparentemente o «sentido confessional» de anteriores filmes de António Pedro Vasconcelos não é tão visível, recorrendo menos à narrativa verbal – o que pode tocar o espectador sem mediação das teorias mais ou menos racionalizadoras.

O Lugar do Morto torna-se competitivo pelo carácter não regionalista na forma de encenar a história⁵⁰³, para António Carvalho⁵⁰⁴ o filme rompe com algumas «manias

⁴⁹⁹ *A Capital*, 25 de Outubro de 1984.

⁵⁰⁰ *Idem*.

⁵⁰¹ *Primeiro de Janeiro*, Alexandre Correia, 5 de Novembro de 1984.

⁵⁰² *Jornal de Notícias*, O cinema e a cidade, 10 de Novembro de 1984.

⁵⁰³ *O Diário*, Salvato Teles de Menezes, 25 de Novembro de 1984.

e tiques» característicos do cinema moderno (pós-*nouvelle vague*), quando o cinema se interroga a si mesmo dentro dos filmes. Desta vez o realizador faz um filme como se «fosse mesmo um filme», acompanhando a evolução do cinema, dando razão a Truffaut para quem o cinema era, antes de mais, «um espectáculo dirigido a uma plateia». Este filme marcará a intenção de António-Pedro Vasconcelos fazer filmes onde a sua própria presença se apague, é um passo noutra direcção, procurando recuperar muitas das formas do cinema clássico, que foram historicamente desprezadas, pelo cinema dos anos sessenta. Por tal, o Primeiro de Janeiro⁵⁰⁵ aconselha os cinéfilos e realizadores, que procuram uma identidade própria no cinema português, a olhar para este interessante filme.

Este será um filme «prudente, fechado no seu mundo preestabelecido, conservador, (no sentido de querer conservar as aparências) com uma fluência inabitual»⁵⁰⁶. O ritmo, a acção, o realismo, a espontaneidade, a lucidez, a angústia, a ansiedade, o colapso, a ruptura e a morte são alguns dos mais importantes pontos de referência do filme, para o Primeiro de Janeiro⁵⁰⁷. Salvato Teles de Menezes⁵⁰⁸ revelaria que a primeira coisa a fazer sobre este filme seria assinalar «o nível de qualidade técnico-formal que ultrapassa as melhores expectativas, que pode competir, em termos de qualidade média», com os que chegavam da Europa e Estados Unidos. António Carvalho⁵⁰⁹ destaca, ainda, o facto de ter sido o primeiro filme feito directamente em 35 milímetros.

Alexandre Correia⁵¹⁰ considera que apesar de não ser uma «fita de encher o olho» é um excelente filme, pela simplicidade, pela ausência de «floreados

⁵⁰⁴ *A Capital*, 25 de Outubro de 1984.

⁵⁰⁵ 5 de Novembro de 1984.

⁵⁰⁶ *Diário de Notícias*, 3 de Novembro de 1984.

⁵⁰⁷ 5 de Novembro de 1984.

⁵⁰⁸ *O Diário*, 25 de Novembro de 1984.

⁵⁰⁹ *A Capital*, 25 de Outubro de 1984.

⁵¹⁰ *Primeiro de Janeiro*, 5 de Novembro de 1984.

cinematográficos», directo, «a interessar o espectador do primeiro ao último minuto».

António Carvalho louva o facto de, tanto na estreia do filme no Porto como na antestreia em Lisboa, a reacção do público ter sido boa – no caso da antestreia em Lisboa a sala do Vox ficou «à cunha, com gente sentada no chão». O filme estreou em Lisboa (Vox e Castil), no Porto (Lumière) e em Évora (Central). À data da estreia, este filme estava seleccionado para o Festival de Cinema de Huelva⁵¹¹. O *Diário de Notícias*⁵¹² anuncia que tinha sido assinado o contrato para a sua aquisição pela TV Globo durante o Festival de Cinema do Rio de Janeiro.

Resumindo, este filme era o mais prudente dos três filmes de António Pedro Vasconcelos estreados até àquele momento, «o mais perfeito, o mais bem “alinhavado”»⁵¹³, «um excelente filme, uma grande surpresa»⁵¹⁴. Para A. Roma Torres há «filmes que pelas reflexões que proporcionam justificam que os consideremos uma segunda vez, principalmente em tempos em que o cartaz cinematográfico se não apresenta particularmente entusiasmante»⁵¹⁵. Então, *O Lugar do Morto*, numa «obra que resulta a todos os níveis», comprovava a maturidade do cinema português, ainda que, nem sempre, devidamente reconhecida ora pelo público ora pela crítica.

O drama de acção de António Pedro Vasconcelos, que defendia a tese de que Portugal necessitava de cinema para grande público, indispensável para a existência (ou sobrevivência) do nosso cinema, neste filme acentua a diferença entre o ‘velho cinema’ e o ‘novo cinema’, num filme bem conseguido que protege o cinema enquanto arte, não subestimando o (grande publico) nem se furtando ao apelo do êxito comercial. Não encontrando qualquer outro registo na imprensa sobre a carreira do filme, consultados os dados recolhidos junto do ICA, podemos acrescentar que este filme teve uma audiência, em sala, de 271.845 espectadores, contou com um apoio (em 1981) de

⁵¹¹ António Carvalho, *A Capital*, 25 de Outubro de 1984.

⁵¹² 27 de Novembro de 1986.

⁵¹³ *Diário de Notícias*, 3 de Novembro de 1984.

⁵¹⁴ *Primeiro de Janeiro*, 5 de Novembro de 1984.

⁵¹⁵ *Jornal de Notícias*, 10 de Novembro de 1984.

200.521\$75⁵¹⁶. Da imprensa escrita não transparece, também, qualquer indicação sobre a participação em concursos, apoios e/ou co-produções associadas a esta.

2.7 *Ninguém Duas Vezes*, ou a representação de uma geração

Tito Lívio⁵¹⁷ assume que o tema do filme, é, à partida, interessante, do «mal-estar» para quem a revolução de Abril foi «a esperança de uma ruptura definitiva que através da viagem de um alemão e de um amor perdido», nos dá «uma visão da desilusão sobre a revolução e aquela mulher.

A história apresenta Bernd Hoffmann, que tem uma exposição marcada e encontra-se em Lisboa, onde esteve em 1974, quando conheceu a jovem pintora, Hanna Brauer. A exposição que agora se prepara devia ser dos dois. Hanna Brauer devia ter chegado, mas não veio com Bernd, anuncia que chega mas não chega. Mas afinal ela esteve em Lisboa, Bernd Hoffmann julgou vê-la de passagem e pede à polícia que a procure. Mas Hanna morreu.

Este é o segundo filme do seu realizador, mas o primeiro a chegar ao circuito comercial, que «descreve a lenta e agónica viagem de um alemão a um passado recente». É um filme sentimental que fala das razões do mal-estar das pessoas da sua geração «ao verem que já morreram muitas das ideias e ideais que os fizeram viver»⁵¹⁸.

Será «um dos mais comoventes e fascinantes filmes portugueses de sempre», considerou Eduardo Prado Coelho⁵¹⁹, «profundamente pessimista e desencantado, um filme sobre gente de rastos»⁵²⁰, por «muito amar e resistir»⁵²¹. «Ele tece e entretece

⁵¹⁶ 1000€.

⁵¹⁷ *Diário Popular*, 9 de Maio de 1985.

⁵¹⁸ *Grande Reportagem*, 26 de Abril de 1985.

⁵¹⁹ *Diário de Lisboa*, 1 de Fevereiro de 1985.

⁵²⁰ Manuel Cintra Ferreira, *Grande Reportagem*, 26 de Abril de 1985.

⁵²¹ Eurico de Barros, *Semanário*, 4 de Maio de 1985.

enleios que remexem cá dentro – até às lágrimas»⁵²², num olhar sobre uma Lisboa inabitável, com «um estilo frio, cerebral e abstracto»⁵²³, «lúgrebe e desvitalizado» – um filme à primeira vista «completamente negro que gosta do desamparo»⁵²⁴. Ao estilo neo-realista, acrescenta Eurico de Barros⁵²⁵. Tem para Luís de Pina um carácter confessional e «representativo de uma geração intelectual, utopista, anárquica, radical, caldeada no fogo do 25 de Abril»⁵²⁶.

Ao nível técnico, a Manuel Cintra Ferreira⁵²⁷ a montagem parece algo desarticulada, denotando uma espécie de receio em provocar o choque entre as diversas histórias, entre os vários destinos, aparecendo, portanto, como «um filme fragmentado», reforça Tito Lívio⁵²⁸. Parece unânime a qualidade do trabalho de Acácio de Almeida na fotografia: excelente e impecável, para Manuel Cintra Ferreira e José de Matos-Cruz⁵²⁹.

No *Diário de Lisboa*⁵³⁰, na conclusão da crónica, no que diz respeito ao desespero, tristeza e desamparo patentes no filme, considera que o filme reflecte os sentimentos próprios dos que não resistiram «à instalação do negrume social-democrata», a uma certa «ditadura da mediocridade onde uma geração intelectual, se arriscava ser uma espécie de lastro cultural de aparência iconoclasta onde os ideais do 25 de Abril ficaram como uma referência e símbolo, que se encontra, em 1983, parada no tempo e no espaço, às voltas com os fantasmas e mitos de que se vai alimentando, para poder subsistir, quando a coragem ficou pelo caminho e as esperanças foram frustradas». Daí o filme ser, em si, um símbolo de uma geração perdida e ultrapassada

⁵²² *Diário de Lisboa*, 7 de Maio de 1985.

⁵²³ Tito Lívio, *Diário Popular*, 9 de Maio de 1985.

⁵²⁴ Eurico de Barros, *Semanário*, 4 de Maio de 1985.

⁵²⁵ *Semanário*, 4 de Maio de 1985.

⁵²⁶ *O Comércio do Porto*, 26 de Maio de 1985.

⁵²⁷ *Grande Reportagem*, 26 de Abril de 1985.

⁵²⁸ *Diário Popular*, 9 de Maio de 1985.

⁵²⁹ *O Jornal*, 3 de Maio de 1985.

⁵³⁰ 7 de Maio de 1985.

pelos acontecimentos, como nos conta Tito Lívio⁵³¹, a «geração que se movimenta em torno do ‘Teatro da Cornucópia’ e do ‘Grupo Zero’⁵³², dois agrupamentos que prosseguiram o seu ideário cultural»⁵³³.

A questão da revolução de 1974, está patente até na escolha da data da apresentação pública, que ocorreu, simbolicamente, em Lisboa, a 25 de Abril. Esta escolha é obviamente dirigida a uma geração que se encontrava entre «o desenraizamento cultural, a crise do desejo, a impotência de relacionamento e incapacidade duma afirmação». Quanto às suas profissões ou universos privados, José de Matos-Cruz⁵³⁴ explora o facto deste filme ser sobre «e para uma mesma geração, com similares trajetórias, uma esquerda jovem e que fora dos aparelhos tradicionais da política, culturalmente evoluída e que aos trinta anos teve a Utopia na mão».

Sabemos que a crítica foi desfavorável a este filme no Festival de Veneza⁵³⁵ e por isso José de Matos-Cruz⁵³⁶ alerta os leitores e o potencial público para que «jogos e montagem, para o bem ou para o mal, condicionam a recepção ao que se exhibe em certames desta natureza», apelando, ainda, à curiosidade e expectativa dos que ainda considerarem necessário «ver para crer». O *Diário de Lisboa*⁵³⁷ começa a sua crónica contextualizando que «Houve um tempo em que se foi feliz. Hoje vive-se a ressaca desses dias. Este filme fala disso. E também de lassidão. E de impotência» e avalia que a questão mais incómoda deste filme - «negro, belíssimo, encharcado de cultura, pleno de rigor formal, de sensibilidade, de descobertas violentas, de aventuras dolorosas» -

⁵³¹ *Idem.*

⁵³² A Grupo Zero consta como distribuidora de *Música Para Si* (1979), que também produziu, assim como *E do Mar Nasceu* (1977), *A Lei da Terra* (1977), *Nem Pássaro Nem Peixe* (1978), *Passagem ou a Meio Caminho* (1980) e *Dina e Django* (1982). [Consult. 11 Maio. 2013]. Disponível em <URL: <http://www.imdb.com/company/co0036783>>.

⁵³³ Luís de Pina, *O Comércio do Porto*, 26 de Maio de 1985.

⁵³⁴ *O Jornal*, 3 de Maio de 1985.

⁵³⁵ Em Setembro de 1984 os jornais portugueses deram eco da vaga crítica que, durante o Festival de Veneza, arrasou *Ninguém Duas Vezes* (José de Matos-Cruz, Cinema, *O Jornal*, 3 de Maio de 1985).

⁵³⁶ *O Jornal*, 3 de Maio de 1985.

⁵³⁷ 7 de Maio de 1985.

não é «a encenação do desencanto mas a auto-comiseração que o filme mostra e que devia ser a ultima coisa a sentirem». Conclui, sobre a exibição do filme, onde houve quem tivesse «morrido de tédio»⁵³⁸, que ele tem lucidez. Para Tito Lívio⁵³⁹ o realizador quis dar imagem ao desfasamento entre «o sonho, o desejo, e a desilusão, a rotina de dias de cansaço e monotonia, da desistência e da espera dolorosa de algo que nem os próprios protagonistas desta existência absurda sabem, sendo que o filme se perde, totalmente, por estar fragmentado, porque as suas personagens acabam por não ter a consistência sólida (são meros estereótipos intelectuais, simples esboços ou sombras) e «cujos móveis se mantêm, a maior parte das vezes, na penumbra». Continua, dizendo que a repetição das mesmas situações «é explorada até à exaustão e que são insuportáveis as cenas com os protagonistas a falar constantemente ao telefone» – dizendo lugares-comuns – ou «encerrados permanentemente dentro de automóveis».

Luís de Pina⁵⁴⁰ fala-nos de «um cinema frio» e afirma que a proposta cinematográfica do realizador, contida neste filme, «torna-o numa obra singularmente perturbadora, na construção visual e no interior da narrativa»; são os diálogos e a interpretação o seu lado mais fraco, ainda que intérpretes principais apresentem as suas indiscutíveis qualidades – há um certo desequilíbrio entre o jogo dos actores alemães e dos actores portugueses. Encontramos, neste crítico, um novo prisma para o tema do filme: a crise de um actor e do próprio conceito de interpretação.

Recorremos a Eurico de Barros⁵⁴¹ para usar a sua comparação deste filme com uma «radiografia do estado de prostração total em que se encontrava o meio intelectual e artístico da esquerda portuguesa, cultivando dia a dia o seu desânimo, afundando-se no pântano escuro do amorfismo». Classifica-o de «filme afrancesado, com poses e tiques de tendência ‘arte e ensaio’ e muito literário, com um interesse cinematográfico sofrível, onde a palavra a dominar demais, com uma banda sonora deprimente e actores

⁵³⁸ Presumimos que esta será uma referência a Eurico de Barros (*Semanário*, 4 de Maio de 1985) que afirma na sua crónica Cinema só falar da metade do filme que viu, só teria aguentado uma hora.

⁵³⁹ *Diário Popular*, 9 de Maio de 1985.

⁵⁴⁰ *O Comércio do Porto*, 26 de Junho de 1985.

⁵⁴¹ *Semanário*, 4 de Maio de 1985.

com expressão ausente (de ‘zombies’), que soam a falso» – com excepção feita a Michael König. Termina dizendo que «este é o género de filme a esquerda nacional é capaz de fazer e aquele em que se revê» – ou a que merece.

José de Matos-Cruz⁵⁴² fala-nos, por seu turno, de um filme sobre «o amor e a morte, um dos mais estimulantes e fecundos, densos e tensos testemunhos fílmicos que entre nós se rodaram, nos últimos anos». Este crítico não deixa passar a impecável execução técnica, a «maturidade da linguagem, o refinamento estético e a eloquência artística» de Jorge Silva Melo.

Ninguém Duas Vezes representou Portugal no Festival de Veneza e mais tarde na Semaine des Cahiers. Ignorado pela crítica italiana o filme acabou por ser descoberto pela crítica francesa para quem é de «um gosto perfeito» (para o ‘Le Monde’) constituindo, mesmo, uma das duas únicas revelações da Mostra de Veneza (segundo ‘Les Cahiers du Cinema’). Um dos «mais comoventes e fascinantes filmes portugueses de sempre», assim considerou Eduardo Prado Coelho⁵⁴³. Para Manuel Cintra Ferreira⁵⁴⁴ este é um filme «profundamente pessimista», o que talvez explique a reacção oposta que teve em Itália e em França: maltratado em Veneza e elogiado pelos Cahiers du Cinema, é um filme que «reflecte o que foi o nosso passado» (recente) e as suas sequelas, que concilia, ou justifica, uma atitude de «compromisso entre um teatro comercial de prestígio» (o Nacional) e um «projecto pessoal» levado até ao fim (num Grupo independente). O que parece, àquele crítico, falhar é «a sua forma narrativa resultado de uma montagem desarticulada», questão (entre outras) tantas vezes apontada para a incompreensão do nosso cinema por parte do seu público.

Não encontramos quaisquer indicações sobre a reacção do público a esta estreia mas, de acordo com os dados recolhidos junto do ICA, foram 6.761 espectadores e não podemos deixar de realçar que dentro dos quatro filmes estreados em 1985 este foi o mais visto, seguido de *Ana* (3.233 espectadores) de António Reis e Margarida Cordeiro

⁵⁴² *O Jornal*, 3 de Maio de 1985.

⁵⁴³ *Diário de Lisboa* de 1 de Fevereiro de 1985.

⁵⁴⁴ *Grande Reportagem*, 26 de Abril de 1985.

e *A noite e a Madrugada* (3.006 espectadores) de Artur Ramos.

Jorge Silva Melo, neste drama de acção, trás-nos a angústia, a asfixia, num filme comovente e inquietante, sobre a autocompaixão. Silva Melo estudou Cinema na London Film School, entre 1969 e 1970, foi Assistente de Realização em filmes de João César Monteiro, Paulo Rocha, António Pedro Vasconcelos e Alberto Seixas Santos. Crítico de teatro e cinema, actor – em filmes como em *A Ilha dos Amores* de Paulo Rocha, *Silvestre* de João César Monteiro, *Conversa Acabada* de João Botelho, *Conrádio* de Vítor Gonçalves, *Vertigens* de Christine Laurent e *Le Soulier de Satin* de Manoel de Oliveira. É encenador teatral (no Teatro da Cornucópia que dirigiu, com Luís Miguel Cintra, de 1973 a 1979 e, posteriormente, os Artistas Unidos) e professor da Escola de Cinema de Lisboa⁵⁴⁵. Realizou, em 1980, *Passagem ou A Meio Caminho*, adaptação livre sobre a vida de Georg Büchner⁵⁴⁶, «a sua primeira longa-metragem – que não estreou comercialmente»⁵⁴⁷

Não são, também, encontradas quaisquer referências ao orçamento previsto e realizado do filme nas publicações da imprensa mas, pelos dos dados do ICA, é possível dizer que o montante concedido, pelo Instituto Português de Cinema, em concurso de 1981, foi 8.922€, a preços hoje⁵⁴⁸, e contou ainda com o apoio da Fundação Calouste Gulbenkian, para uma co-produção luso-francesa-alemã⁵⁴⁹.

2.8 *Um Adeus Português*, o primeiro olhar sobre a guerra colonial

Um Adeus Português é, de acordo com a folha de imprensa, por um lado, uma história passada na África Portuguesa onde, «embrenhados numa guerra onde o inimigo

⁵⁴⁵ Conforme: folha de imprensa.

⁵⁴⁶ Nasceu em 1813 no Grã-Ducado de Hesse-Darmsta (actual Alemanha). O dramaturgo referência do expressionismo, morreu, em 1837, prematuramente, antes de completar *Woyzeck* (1879). [Em linha]. [Consult. 11 Maio. 2013]. Disponível em <URL: <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/82908/Georg-Buchner>>.

⁵⁴⁷ José de Matos-Cruz, *O Jornal*, 3 de Maio de 1985.

⁵⁴⁸ Conforme: INE.

⁵⁴⁹ *Diário de Lisboa*, 1 de Fevereiro de 1985.

nunca se vê, os soldados enlameados cumprem metodicamente, sem rancores e sem glória, a última peregrinação, o adeus manso duma geração a cinco séculos de presença em África»; e, por outro, uma história de paz passada em Portugal onde «Raul e Piedade visitam Laura, a viúva do primogénito morto há doze anos na guerra de África, uma família que volta a estar junta e jamais será a sombra do que foi». Um filme que, nas palavras do realizador, «é sobre a guerra colonial mas onde se pode encontrar uma história de guerra e outra de paz», já que o enredo balança constantemente entre a missão da patrulha portuguesa em África e a história, passada doze anos mais tarde, de uma família que vive em Portugal. Portanto, a história da guerra na África portuguesa, em 1973, sob o ponto de vista dos soldados e como se fosse a última batalha, não sendo uma afirmação política, «é um discurso humano e moral sobre a guerra em África. Sublinhamos que este é o primeiro filme a tratar o tema da guerra colonial» – até aqui *tabu* – e onde o discurso ideológico é o do espectador, que se vê confrontado com duas histórias que jogam uma contra a outra, já que o realizador não quis, de maneira nenhuma, fazer um filme «estilo guerra do Vietname» da mesma forma que não faz concessões comerciais, que prejudicariam o ponto de vista (moral) da câmara⁵⁵⁰. O *Um Adeus Português* é sobre um dos factos da maior importância política, social e humana que aconteceram neste país no século passado, apresentando, em paralelo, a história da guerra em 1973 e a actualidade, uma família que sobrevive a um soldado morto nessa operação militar⁵⁵¹. Em comum, estas duas histórias têm o facto de se desenrolarem em simultâneo e daquele elemento dessa família ter morrido naquela guerra.

Sobre os assuntos relacionados com as condições de produção, opções e equipa técnicas não encontramos quaisquer referências nas publicações consultadas, só, por uma vez mais, a referida edição do *Diário de Notícias* faz uma referência a Leonor Pinhão, como co-responsável pelo argumento e diálogos, e à fotografia de Acácio de Almeida.

Por questões orçamentais, a rodagem durou apenas sete semanas, entre Mafra e Lisboa. A Tapada de Mafra foi o cenário de África. Ficámos a saber, pela folha de

⁵⁵⁰ *Idem.*

⁵⁵¹ *Idem.*

imprensa, que a produção foi subsidiada pelo Instituto Português de Cinema e pela Fundação Calouste Gulbenkian, com o apoio financeiro de diversas entidades públicas e privadas nacionais⁵⁵².

Numa reflexão sobre as condições de produção do cinema em Portugal, sobre a sua desvantagem económica face à de outros países e sobre a necessidade de um cinema português que se afirme, João Botelho diz-nos que sabe que «o cinema é muito caro para ser só arte, que é um processo de produção muito diferente do da pintura ou do romance, mas reivindica, cada vez mais, a componente artística e cultural dos filmes, pois a qualidade comercial não basta – há que ter qualidade artística para se passar fronteiras».

Naquela mesma edição, do *Diário de Notícias*, e a propósito da participação de filmes nacionais, da época, em festivais estrangeiros, sabemos que estes tinham tido adesão do público e, mais à frente, anotamos que este filme foi vendido para o ‘Canal 4’⁵⁵³ e para um cinema londrino. «O sucesso no estrangeiro vai permitir que, em Portugal, João Botelho ganhe vantagem para negociar as salas de estreia».

Como os filmes portugueses continuavam a ganhar prémios nos festivais internacionais e a obter a adesão da crítica e do público estrangeiro não terá sido com surpresa que *Um Adeus Português* tenha alcançado, no II Festival Internacional de Cinema do Rio de Janeiro, o Prémio para o Melhor Director e uma menção honrosa da Organização Católica Internacional para o Cinema e Audiovisual. Aquele prémio, no Rio de Janeiro, permitiu receber convites para participar noutros festivais internacionais,

⁵⁵² Entidades como a TAP-air Portugal, a Companhia de Seguros Bonança, o Poligrupo, as Tintas Sonatil, o Braz&Braz, a Minesota 3M de Portugal, as Câmaras Municipais de Mafra e de Ponte de Lima. A produção contou, ainda, com o apoio da Escola Prática de Infantaria.

⁵⁵³ O Channel 4 foi lançado a 2 de Novembro de 1982, com um modelo de negócio único, sob a Lei de Radiodifusão de 1981. São financiados predominantemente por publicidade e patrocínio, mas ao contrário de outros canais o Channel 4 não é propriedade dos accionistas, mas é independente do governo. Os administradores não executivos são nomeados de acordo com a Secretaria de Estado da Cultura, Media e Desporto. Este sistema garante o cumprimento dos seus fins não lucrativos, isto é, que todo o lucro gerado pela actividade comercial é diretamente reinvestido no serviço público. Além do canal tradicional, está disponível em todas as plataformas digitais, bem como através da transmissão analógica tradicional. Através do Film4 Channel 4 acaba por ser um dos principais apoios do talento do cinema britânico. [Em linha]. [Consult. 12 Maio. 2013]. Disponível em <URL: <http://www.channel4.com>>.

nomeadamente, nos do Cairo, Nova Iorque e Munique, sendo que já tinha sido bem acolhido no certame de Londres⁵⁵⁴.

Apesar destas participações, sobre assuntos que avaliem o desempenho do elenco, as opções artísticas ou a técnicas, curiosamente, não encontramos comentários nem em considerações críticas, nas publicações acedidas.

A valorização do filme estará, por certo e acima de tudo, na escolha do tema, já que João Botelho utiliza a guerra como ponto de partida para afirmar a inutilidade da guerra aproveitando para abordar a apatia em que o país vivia e questionar sobre o que se teria (ou devia ter) aprendido aquele passado recente e com as suas marcas. É, assim, um drama em tom melancólico – ou melhor, a dois tons.

Não temos indicação, na investigação feita na imprensa, sobre o número de espectadores – que sabemos, pelo ICA, terem sido 27.676. Não são encontradas, tão pouco, referências ao orçamento previsto ou realizado deste filme, nessas publicações, mas, através dos dados do ICA é possível dizer que o montante do apoio concedido (em concurso de 1984) foi de 128 455\$42⁵⁵⁵. Este realizador, aos 36 anos, tinha realizado entre 1980 e 1981 a sua primeira longa-metragem, *Conversa Acabada*, um filme que, por ocasião da sua estreia, foi unanimemente elogiado pela crítica nacional.

Uma parte significativa do cinema português produzido entre a década de 70 e 80 caracteriza-se por uma afirmação de autoria individual, explica Luís de Pina:

«como processo independente de feitura que o Estado cauciona com o seu subsídio, concedendo a máxima liberdade ao cineasta, cuja oportunidade, porém, fica sempre condicionada a comissões de escolha: é um cinema de sorte grande. Nunca houve em Portugal tantos “realizadores”, muitos deles sem qualificação profissional, nem tantos “produtores”, limitados a gestores de dinheiro e material alheios. Muito do cinema produzido, por isso mesmo, não chega às salas, recusando o “compromisso comercial”, sendo poucos os exemplos de genuína qualidade cinematográfica que justifiquem a defesa de uma “anarquia criativa” e o repúdio de um sistema de produção e difusão em que o mercado seja a estrutura-base, embora a reduzida dimensão em que o mercado justifique um claro proteccionismo do Estado, mas independentemente dos jogos de influência e do elitismo cultural. A originalidade do processo em curso, apesar de tudo, está em que o melhor

⁵⁵⁴ *Diário de Notícias*, 8 de Dezembro de 1985.

⁵⁵⁵ Aproximadamente, 640€.

cinema português consegue ser novo, pessoal, diferente, apaixonante na sua fragilidade, uno na sua diversidade, causando admiração em todos os que o conhecem a fundo. [...] a Cinemateca começou o estudo sistemático do cinema português, quer através de retrospectivas dos seus principais autores [...] que através de investigações históricas sectoriais, recuperadas entretanto centenas de filmes de acervo existente em nitrato. Fundamental nesta actividade é a edição de catálogos referentes aos ciclos [...]. Em 1985, como dissemos, o cinema português atingiu mais um momento de reflexão, depois da corrida do público a novos filmes no ano anterior. [...] Mas o ano de 1985 marca sobretudo a conclusão ou a apresentação de filmes vindos de anteriores planos de produção do Instituto Português de Cinema. [...] Também adaptados de obras literárias são os filmes vindos do plano de produção de 1981 e agora concluídos, mas que nada acrescentam aos méritos revelados na estreia dos seus autores. [...] A década de 80 marca também uma maior abertura ao cinema estrangeiro, nem sempre acautelada, nem sempre vantajosa do ponto de vista económico, mas motivando uma troca de experiências (por exemplo, no campo técnico do som, da fotografia e do laboratório) efectivamente útil. [...] Parece também reiniciar-se a colaboração cinematográfica com o Brasil [...]» (Pina, 1986: 193-214)

O realizador congratulou-se com o Prémio para o Melhor Director no Festival do Rio de Janeiro, sublinhando a importância para ele, e para o cinema português, mostrar que é possível fazer bons filmes cumprindo prazos e orçamentos»⁵⁵⁶ – um importante reconhecimento ao papel da produção.

Sem ter participado na guerra colonial – o que considera positivo, pois tê-lo-à dotado de uma visão desapaixonada do tema – cuidou, na fase de pré-produção, de visionar muitos filmes do Exército português sobre a guerra, leu todos os textos editados sobre o tema e falou com centenas de combatentes. O rigor orientador da concretização deste filme levou-o a ter os necessários «conselheiros, que não o deixariam cometer erros»⁵⁵⁷.

2.9 O *Querido Lilás*, género desgastante e desgastado

Artur Semedo realiza, no início dos anos setenta, *Malteses, burgueses às vezes*, e, após o 25 de Abril, duas comédias de espírito corrosivo sobre alguns mitos nacionais

⁵⁵⁶ *Idem*.

⁵⁵⁷ *Diário de Notícias*, 8 de Dezembro de 1985.

O rei das Berlengas e *O barão de Altamira*⁵⁵⁸ e é conhecido (e reconhecido pela sua luva preta) como o actor que conseguiu entre 1954 e 1987 realizar quatro filmes.

A sua quinta longa-metragem para cinema acaba por ser, simultaneamente, o mais interessante e o mais desesperante filme deste cineasta: tendo nele «mais ideias de cinema» do que em qualquer outro dos seus filmes «é desesperante porque a fita morre às mãos de Herman José»⁵⁵⁹.

O filme conta uma história, de paixão e incesto, vagamente inspirada na *Tragédia da Rua das Flores*, onde Artur Smedo «tempera o seu pendor anarquizante o que resulta, naturalmente, num filme mais organizado, onde o delírio não destroça a necessidade de uma estrutura narrativa coerente, voltando-se a esperar que advenha dele a reabilitação da *comédia portuguesa* porque», como J. F. Jorge⁵⁶⁰ reconhece, «há uma espécie de antologia da *hilaridade* nacional, dentro da linha da revista e da *comédia portuguesa* dos anos 30». Mas A. Roma Torres⁵⁶¹ não encontra essa a intenção neste filme dizendo que «nada tem a ver com as comédias dos anos 30» e que se insere mais num género de humor contemporâneo, onde Artur Smedo evidencia um particular talento na «construção cinematográfica dos ‘gags’», com um tempo de construção que surpreende o espectador e onde a gargalhada é espontânea, criando uma ligação de proximidade entre o filme e o público». Conclui, notando que falta a Artur Smedo – ou alguém na sua equipa – a «capacidade de se libertar de muitas das coisas que ficam a mais, sem graça, sem interesse narrativo, ou simplesmente piadas repetidas e caducas que anulam a eficácia das melhores cenas do filme». Assim, e à excepção de A. Roma Torres, que evidencia aquela falta a Artur Smedo, a falta de alguém que com ele colaborasse na construção, ou seja, na edição, de forma a evitar o desgaste das repetições, não há menção à equipa constituída, embora, J. F. Jorge, na mesma publicação, reconheça o aprimorado trabalho plástico – ao nível da imagem e do som – que dão à obra um acabamento de produto cuidado.

⁵⁵⁸ A. Roma Torres, *Jornal de Notícias*, 21 de Novembro de 1987.

⁵⁵⁹ Ramos, 1989: 323.

⁵⁶⁰ *O Tempo*, 26 de Novembro de 1987.

⁵⁶¹ *Jornal de Notícias*, 21 de Novembro de 1987.

A Jorge Neves⁵⁶² cabe a *ingrata* tarefa de falar sobre um filme português, num país onde só é possível fazer cinema «às custas da subvenção do Estado», para compreendemos que este filme foi subsidiado, sendo que, para aquele cronista, esse facto é um bom exemplo que algo de muito grave se passa com o cinema português. No seguimento desta questão e de alguma polémica gerada, ao *Se7e*⁵⁶³, Artur Semedo adiantou que já pode contar com patrocinadores particulares para o próximo filme. Na imprensa não é mencionado qualquer montante de apoio concedido a esta produção. Através dos dados do ICA é possível dizer aquele valor (em concurso de 1986) foi de 167 042\$43⁵⁶⁴.

Jorge Neves, na mesma edição, continua, reflectindo como neste país, apesar da subvenção do Estado, se produzem uma média de dois a três filmes por ano, que nunca estreiam comercialmente ou então estreiam tarde e com curtas carreiras de exibição, quase sempre com receitas bastante baixas, denotando-se «um desinteresse do público português para com as suas fitas». Rematando que lhe parece evidente que «o que está mal não é o público português, mas sim os filmes que têm sido produzidos, pelo dito cinema nacional». O *Diário de Notícias*⁵⁶⁵, por seu turno, salienta uma curiosa estratégia, da altura, «uma iniciativa inédita no nosso mercado» onde os espectadores mais jovens podiam beneficiar de condições especiais de acesso às salas, «nas sessões da tarde de terça, quarta e quinta-feira: vinte e cinco entradas disponíveis para portadores de Cartão-jovem⁵⁶⁶, limitando-se os respectivos espectadores a pagar o valor correspondente ao imposto adicional para o Estado».

O *Século*⁵⁶⁷ faz o balanço, depois das exhibições em Lisboa e Porto e antes da sua apresentação em Braga, de «43 247 espectadores que assistiram a *O Querido Lilás*, nos

⁵⁶² *Comércio do Porto*, 22 de Novembro de 1987.

⁵⁶³ 23 de Dezembro de 1987.

⁵⁶⁴ 835€.

⁵⁶⁵ 20 de Novembro de 1987.

⁵⁶⁶ Iniciativa nacional, de âmbito europeu, lançada em 1986.

⁵⁶⁷ 5 de Dezembro de 1987.

primeiros vinte dias de exibição». Posteriormente, o *Se7e*⁵⁶⁸ assinala, na véspera da saída da publicação, que tinha chegado aos 66 mil espectadores. Esta mesma publicação arrisca que este filme deverá o seu crédito máximo em relação aos favores do público a Herman José.

Em *O Querido Lilás* joga-se com as qualidades que não fazem dele um grande filme mas lhe asseguram um espectáculo agradável e inteligente «uma caldeirada das nossas mais queridas tradições», escreve J. F. Jorge⁵⁶⁹. Ainda que o consideremos distante das tais tradições encontramos nele uma abordagem nacional, sendo, assim, um filme português essencial.

Artur Semedo realizou uma comédia de intriga que foi um enorme êxito de bilheteira. Este filme, com 86.742 espectadores em sala, foi seguido muito de perto por *A Balada da Praia do Cães*, com 81.995, de acordo com os dados do ICA. Através dos dados deste Instituto é possível acrescentar que foi apoiado (em concurso de 1986) com 167 042\$43⁵⁷⁰. Não há qualquer referência na imprensa a questões de produção mas sabemos, por Jorge Leitão Ramos (1989: 323), que foi da responsabilidade da Doperfilme, sob direcção de Benjamim Falcão. Artur Semedo tinha já realizado, no início dos anos setenta, *Malteses, burgueses às vezes*, e, após o 25 de Abril, outras duas comédias «de espírito corrosivo sobre alguns mitos nacionais ‘O rei das Berlengas’ e ‘O barão de Altamira’», acrescenta o crítico A. Roma Torres⁵⁷¹. Jorge Neves⁵⁷² recorda como o actor, em 1954, já tinha realizado *O Dinheiro dos Pobres*.

2.10 *A Mulher do Próximo*, o prazer de contar histórias

Esta é a sexta longa-metragem de José Fonseca e Costa, em mais de vinte anos

⁵⁶⁸ 23 de Dezembro de 1987.

⁵⁶⁹ *O Tempo*, 26 de Novembro de 1987.

⁵⁷⁰ 835€.

⁵⁷¹ *Jornal de Notícias*, 21 de Novembro de 1987.

⁵⁷² *Comércio do Porto*, 22 de Novembro de 1987.

de carreira, cuja estreia⁵⁷³ coincidiu com a exibição do filme no Festival de Huelva e, depois de ter feito o circuito comercial (dezoito meses depois da estreia) e cumprindo o contrato de compra antecipada da RTC, seria exibido na televisão⁵⁷⁴. Este é um filme em que o realizador «trata com evidente carinho as suas personagens femininas»⁵⁷⁵. Este reconhecimento é feito por Tito Lívio⁵⁷⁶ que considera José Fonseca e Costa um «admirável director de actores», em «suas mãos todos são fora de série», sendo «portavoz de um cinema comercial (sem qualquer sentido pejorativo)». Uma «carreira digna, profissional e com bons momentos, onde todos os seus filmes demonstram que há um esforço de distribuição», testemunha Cabral Martins⁵⁷⁷, por isso surge como um dos poucos realizadores que tem tido êxito com os seus filmes: *Kilas – O Mau da Fita, Sem Sombra de Pecado* e *Balada da Praia dos Cães*⁵⁷⁸.

Sobre o processo de produção, àquela altura, o realizador terá afirmado que as obras cinematográficas precisavam de ser feitas com sentido no público, para tal José Fonseca e Costa estabeleceu contacto com a MGN para assegurar um produtor para o seu filme e com quem chegou a bom termo. A tal participação somou-se a verba conseguida através da participação no primeiro Concurso de Financiamento Automático do IPC⁵⁷⁹ – para o qual o projecto teve de garantir, à partida, um financiamento nunca inferior a 25%⁵⁸⁰. A esperança de vencer no domínio, vital, das bilheteiras permitiria-lhe fugir da dependência, limitativa, dos dinheiros do Estado e mostrar como os seus filmes

⁵⁷³ Novidade terá sido «estrear na época de Natal. O acontecimento inédito no que diz respeito à distribuidora Castelo Lopes, [...] “Nos últimos tempos, nenhum dos nossos filmes portugueses se estreou na época de Natal”» (Cristina Baptista, *Se7e*, 23 de Novembro de 1988).

⁵⁷⁴ Cristina Baptista, *Se7e*, 23 de Novembro de 1988.

⁵⁷⁵ *A Capital*, 28 de Novembro de 1988.

⁵⁷⁶ Cinema, *Diário Popular*, 12 de Dezembro de 1988.

⁵⁷⁷ *Primeiro de Janeiro*, 17 de Dezembro de 1988.

⁵⁷⁸ Este filme teve uma audiência, em sala, de 81 995 espectadores, acompanhado pel’ *O Querido Lilás*, de Artur Semedo, com 86 742, nesse ano.

⁵⁷⁹ Concurso em «cujas regras são distintas do concurso normal. A produção do filme não é totalmente garantida pelo IPC.» (José Luís Feronha, *A Capital*, 22 de Novembro de 1988).

⁵⁸⁰ A produtora belga Film Mésage, conseguiu conjugar os investimentos privados com os objectivos da concretização de um bom filme (Jorge Neves, *Comércio do Porto*, 1 de Maio de 1988).

«não dependem das benesses do julgamento de “alguns senhores” que tanto o têm criticado», defende José Luís Feronha⁵⁸¹. José Navarro de Andrade⁵⁸² considera que este filme é coerente com o projecto cinematográfico do realizador de produzir cinema comercial de qualidade, «quem tiver alguns preconceitos acerca do termo ‘comercial’ leia popular que vai dar ao mesmo». E é assim que o cinema português, tão criticado por ser pouco acessível à generalidade do público, parecia ter encontrado em José Fonseca e Costa uma excepção à regra, que com este filme, confirma a opção tomada – e o talento – que lhe permite não sacrificar a qualidade, dando às obras alguma dignidade, garante Francisco Perestrelo⁵⁸³.

Pouco a pouco e filme a filme, cada vez com maior confiança e mais apuro técnico, o realizador foi-se afirmando como representante de um género que há algumas décadas Eurico de Barros⁵⁸⁴ julgava praticamente extinto em Portugal: o dos cineastas que, «com clareza e gosto, com prazer em contar histórias por imagens ao público», aliando à vontade de agradar ao maior número de pessoas (sem por isso ceder ao populismo) a intenção de fazer uma boa receita de bilheteira. Este realizador provou-o e Eurico de Barros termina dizendo que o melhor elogio que se pode fazer a José Fonseca e Costa é que, «se tivesse umas boas centenas de contos e decidisse virar produtor e investir no cinema português, seria a ele que confiaria o seu dinheiro, sem pensar duas vezes».

Da mesma opinião é Jorge Neves⁵⁸⁵, para quem Fonseca e Costa é o contraponto, positivo, no panorama cinematográfico português, àqueles que o acusam de ter enveredado por um cinema comercial e que persistem em defender um cinema «miserabilista e destinado a um grupo elitista».

⁵⁸¹ *A Capital*, 22 de Novembro de 1988.

⁵⁸² *O Independente*, 2 de Dezembro de 1988.

⁵⁸³ *A Capital*, 7 de Dezembro de 1988.

⁵⁸⁴ *Semanário*, 10 de Dezembro de 1988.

⁵⁸⁵ *Comércio do Porto*, 11 de Dezembro de 1988.

Ainda no que respeita à restante imprensa, João Garção Borges⁵⁸⁶ inicia a sua crónica reforçando a ideia que, neste filme, Fonseca e Costa se destaca pela direcção de actores e pela elaboração do argumento. Mas, sobretudo, na articulação da estrutura narrativa com as diversas personagens, acentuando, ainda, que o cinema por si produzido, naqueles últimos oito anos, tinha-se pontuado pela «comunicação com o público, independentemente dos resultados de bilheteira».

Importa notar que, durante a investigação, notámos, para diferentes filmes com resultados de bilheteira semelhantes há uma diferença de tratamento por parte da imprensa. Neste caso não sublinhamos a sua narrativa mas o número de notícias, que varia substancialmente. Tal poderá ser visto pelo ponto de vista da notoriedade dos intervenientes e do potencial de polémica, em suma, por critérios de noticiabilidade .

«A busca dos critérios que permitem ao campo programático da informação seleccionar o que pode ser publicado é no fundo, a procura de critérios de noticiabilidade. Assim, a informação acaba por se constituir como um subsistema dotado de uma lógica auto-referencial e autónoma e de critérios de selecção próprios. [...] Valor-notícia da proeminência do actor do acontecimento enquanto pessoa de elite, uma vez que as acções de elite são geralmente mais importantes do que as actividades dos outros» (Correia, 2011: 139 e 151)

Para saber mais pormenores sobre as filmagens deste novo filme, Jorge Neves⁵⁸⁷ deslocou-se a Guimarães onde conversou com Tino Navarro (um dos sócios da MGN e o produtor executivo do filme), já que o realizador, como ficámos a saber, não dá entrevistas durante as filmagens. A MGN tinha assumindo, inteiramente, o papel de produtora e como tal reuniu os meios financeiros, técnicos e humanos para a persecução deste projecto. Daquela conversa ficámos a saber, por exemplo, que a escolha da actriz Fernanda Torres foi uma garantia para conseguirem um trabalho eminentemente profissional, garantindo que não havia atrasos nos prazos previstos pela produção para filmagens. Porém, Cristina Baptista⁵⁸⁸ revela que a escolha de Fernanda Torres, para o papel de Isabel, tem outra razão: um dos investidores na produção exigia que

⁵⁸⁶ *Sábado*, 17 de Dezembro de 1988.

⁵⁸⁷ *Comércio do Porto*, 1 de Maio de 1988.

⁵⁸⁸ *Se7e*, 23 de Novembro de 1988.

participasse uma atriz de renome internacional e que já tivesse ganho um prémio de interpretação. Não havendo opções, naquela faixa etária, em Portugal, Fonseca e Costa decidiu-se por Fernanda Torres, que correspondia aos requisitos: «bonita, representava bem, e detentora de um prémio de interpretação».

Sobre o elenco e para a escolha de *A Mulher do Próximo* há que destacar que a produção lançou o desafio, na imprensa, em forma de um curioso anúncio ‘*Procura-se*’, informando que as filmagens, que teriam início em Abril e seriam repartidas entre Lisboa⁵⁸⁹ e o Norte do País⁵⁹⁰, convidavam quem se sentisse e se visse com a imagem pretendida a dirigir a candidatura ao produtor ou a Kita Cazal-Ribeiro. O filme acabou por ser suportado por uma estrutura de conhecidos e competentes actores, apesar de Francisco Perestrelo⁵⁹¹ considerar o desempenho daquela atriz brasileira o ponto mais fraco do filme. Por outro lado, Eurico de Barros⁵⁹² elogia o elenco, particularmente o experimentado trio Virgílio Teixeira/Cármem Dolores/Fernanda Torres, deixando as suas críticas somente para «as histrionices do habitualmente monocórdico e insuportável Mário Viegas».

Tino Navarro aproveita para defender, naquela conversa com Jorge Neves, o seu interesse numa indústria de cinema⁵⁹³, a sua vontade de fazer filmes para o público, apostando tudo no filme sob o ponto de vista de um produto final «com qualidade e condições para agradar ao público». Neste filme, a associação da Castelo Lopes deve-se

⁵⁸⁹ Cenário urbano, das ruas de Lisboa; e os requintados interiores da Quinta da Fonte do Anjo/Odivelas (Cristina Baptista, *Se7e*, 23 de Novembro de 1988).

⁵⁹⁰ Cenário rural, da Casa de Sezim/Guimarães (Cristina Baptista, *Se7e*, 23 de Novembro de 1988). As filmagens tiveram aqui início a 4 de Abril, segundo o jornal *O Comércio do Porto* (Jorge Neves, 1 de Maio de 1988).

⁵⁹¹ *A Capital*, 7 de Dezembro de 1988.

⁵⁹² *Semanário*, 10 de Dezembro de 1988: 17.

⁵⁹³ «Para já é necessário produzir mais e bons filmes portugueses, garantir-lhes a sua distribuição, bem como aproveitar os baixos custos de produção que advêm, sobretudo, da nossa mão-de-obra ser mais barata, pois a película e aluguer de equipamento é mais caro e sensivelmente idêntico ao praticado na Europa. Numa fase posterior é necessário ir mais além, participando em produções internacionais. [...] Esta possibilidade é substancialmente diferente de se pretender transformar Portugal na Califórnia da Europa, até porque não somos o único país bafejado pelos favores do clima e, progressivamente, os custos da nossa mão-de-obra serão igualizados com os restantes países europeus.» (Tino Navarro a Jorge Neves, *Comércio do Porto*, 1 de Maio de 1988).

ao facto desta empresa proceder de forma semelhante na distribuição, quer do cinema nacional quer do estrangeiro, «escolher salas ‘top’ para a exibição: Londres, S. Jorge e Las Vegas em Lisboa, Miramar, em Cascais e Trindade no Porto»⁵⁹⁴. A produção e vendas ficaram a cargo da MGN⁵⁹⁵, Filmes e Espectáculos, Lda e RTC/Radiotelevisão Comercial.

Um importante passo, e muito característico do modelo industrial, na produção em cinema, prende-se com o facto de, entre outras actividades promocionais, ter sido realizado um *screen preview*, a que *Se7e* assistiu, no cinema Londres, numa das salas onde a película iria fazer a sua carreira. A convite do realizador estiveram, para além do *Se7e*, um reduzido grupo de outros jornalistas e elementos ligados à produtora (a MGN). O realizador «esperava os convidados à entrada do cinema», era a primeira vez que ia assistir à projecção do filme depois de pronto. Impuseram aos jornalistas, numa conversa telefónica, duas condições: «nada de perguntas nem fotografias muito menos. Ficamos assim, os leitores, apenas com a ideia da conversa amena e bem-humorada que mantiveram.»

Também seguindo a aplicação daquele modelo, na tentativa de libertar os dos produtores dos apoios estatais, a aposta de Tino Navarro e da MGN, a produção de *A Mulher do Próximo* já foi feita a pensar no mercado brasileiro – o que para tal ajudaria a participação de Fernanda Torres – levando Jorge Neves⁵⁹⁶ a acreditar que tal podia significar o começo duma «alternativa credível» à tutela estatal de subvenção ao cinema português.

Tito Lívio⁵⁹⁷ acrescenta, ainda, como o filme foi apresentado na Secção de Cinema de Hoje e Amanhã, do Festival Internacional de Montreal, pelo produtor Tino

⁵⁹⁴ *A Capital*, 22 de Novembro de 1988.

⁵⁹⁵ «A MGN – Filmes e Espectáculos tem apenas um ano e meio de existência mas as ambições dos seus três sócios não são pequenas.”A mim o que me interessa é que haja uma indústria de cinema”, argumenta Tino Navarro. A empresa trabalha também na produção de filmes publicitários, onde aliás conseguiu recentemente um galardão internacional atribuído na Bélgica.» (*A Capital*, 22 de Novembro de 1988).

⁵⁹⁶ *Comércio do Porto*, 11 de Dezembro de 1988.

⁵⁹⁷ *Diário Popular*, 12 de Dezembro de 1988.

Navarro, na impossibilidade de Fonseca e Costa o fazer. O produtor esperava que a recepção do público e da crítica daquele Festival fosse tão boa como a dos Estados Unidos⁵⁹⁸.

Sabemos, também, que o filme, à altura da estreia, já dispunha de cópias legendadas em espanhol e inglês⁵⁹⁹.

Da crítica sobressai a evidência de que o filme vive essencialmente da prestação dos seus actores: Carmen Dolores e Virgílio Teixeira – «um dos pares românticos do cinema português dos anos 40», Mário Viegas e a actriz brasileira – conhecida do público português como protagonista de uma das telenovelas exibidas. Para aqueles dois primeiros são dirigidas as palavras mais generosas: Virgílio Teixeira com a segurança e «presença sóbria, mostrando porque razão é o actor mais experiente do cinema português»; e Carmen Dolores, «espantosa, com um magnífico desempenho de composição e expressão que deu à sua personagem, confirmando-se como a melhor actriz do cinema português». Depois vem Fernanda Torres que «cumpre bem o seu papel, deixando um rasto de frescura» e Mário Viegas que aqui «não se perdeu em excesso de tiques», aprecia Jorge Neves⁶⁰⁰. João Garção Borges⁶⁰¹ vem reforçar que foi às personagens femininas que o realizador dedicou as maiores atenções e que são fora de série, acrescenta Tito Lívio⁶⁰². Por outro lado, quando lemos a Folha de S. Paulo a opinião é bem diferente, considerando que «tudo é representado sem elegância e de maneira pouco convincente.»⁶⁰³

A Mulher do Próximo é no seu género uma comédia negra, em que as pequenas ficções da vida servem para mostrar algumas realidades engraçadas do amor e da paixão: quando o mundo da família Castro Silva é abalado pela notícia da morte do pai

⁵⁹⁸ *Correio da Manhã*, 2 de Setembro de 1989.

⁵⁹⁹ Cristina Baptista, *Se7e*, 23 de Novembro de 1988.

⁶⁰⁰ *Comércio do Porto*, 11 de Dezembro de 1988.

⁶⁰¹ *Sábado*, 17 de Dezembro de 1988.

⁶⁰² Cinema, *Diário Popular*, 12 de Dezembro de 1988.

⁶⁰³ J.C.C., 28 de Outubro de 1989.

(Mário), quando se encontrava na companhia da sua jovem amante (Terry); quando a viúva (Cristina) e a filha (Isabel) se deslocam à casa mortuária para identificar o cadáver descobrem que o pai da rapariga morta (António) é antigo amigo de Mário e o grande amor de juventude de Cristina; reencontrado António, após mais de trinta anos, Cristina volta a apaixonar-se por ele, enquanto Isabel, que procura divorciar-se de Henrique e que mantém uma relação com o mordomo Manuel, também se apaixona por ele; durante um fim-de-semana no campo, António e Isabel são descobertos pela família quando se preparam para fugir. Porventura, o relato do argumento aqui reproduzido é enganador, em cinema aquilo que parece muitas vezes não é, já que o final surpreende os espectadores, assume José Luís Feronha⁶⁰⁴. Assim, Fonseca e Costa constrói uma história de paixões desencontradas «de uma certa burguesia portuguesa onde não falta o humor e o sarcasmo»⁶⁰⁵.

A escolha de cenários já existentes, o recurso às magníficas casas senhoriais, vem ajudar, na opinião de Jorge Neves⁶⁰⁶, convenientemente à «encenação da teatralidade desta história circular, numa obra onde não se vislumbra qualquer preocupação político-ideológica». *A Mulher do Próximo*, na opinião de Eurico de Barros⁶⁰⁷, é uma «comédia dramática com irrupções intermitentes de farsa», enquanto para Tito Lívio⁶⁰⁸ este filme é marcado pela «teatralidade» que «reivindica a herança de uma cinematografia tipicamente ibérica, entre o humor negro e o grotesco, tão característico de cineastas como Luís Buñuel, Garcia Berlanga ou Carlos Saura».

O artifício narrativo onde o realizador se refugia vai-se «ampliando ao longo do filme, até ao final circular, estabelecendo-se como um cinema de género (recorrendo às regras do *western*)». O filme apresenta um outro pólo importante para o desenvolvimento da narrativa: a personagem interpretada por Fernanda Torres como elemento de ligação com a estrutura, «acabando por se construir com elegância e bom

⁶⁰⁴ *A Capital*, 22 de Novembro de 1988.

⁶⁰⁵ Jorge Neves, *Comércio do Porto*, 11 de Dezembro de 1988.

⁶⁰⁶ *Comércio do Porto*, 11 de Dezembro de 1988.

⁶⁰⁷ *Semanário*, 10 de Dezembro de 1988.

⁶⁰⁸ Cinema, *Diário Popular*, 12 de Dezembro de 1988.

gosto num terreno difícil que mistura o melodrama e a comédia» e momentos que facilmente poderiam resvalar para «o desastre descabelado, mas que a elaboração do argumento não permite – preocupação pouco frequente entre nós», certifica A. Roma Torres⁶⁰⁹, apoiado por Francisco Perestrelo⁶¹⁰, para quem as sequências com que se «encerram os acontecimentos» fazem com que seja um filme «bem conseguido, com um ritmo agradável, uma história bem acabada e tecnicamente bem resolvido»⁶¹¹.

Tito Lívio⁶¹² destaca como é «brilhante a utilização de ‘racord’, do campo/contracampo, da profundidade de campo e da câmara subjectiva», num filme que se «desenvolve com eficácia nas diversas sequências, onde se percebe a boa gestão dos meios postos à sua disposição»⁶¹³. Assim prosseguimos, com os apontamentos técnicos, e «com os jogos de montagem que distinguem este de outros trabalhos do realizador», onde se sente a necessidade de «sistematizar os diferentes caminhos da acção para conseguir, da sua fragmentação, uma coerência interna que envolva o espaço fílmico»⁶¹⁴, enquanto José Luís Feronha⁶¹⁵ se detém sobre o som, «directo de alto nível», e a «excelente fotografia». José Navarro de Andrade⁶¹⁶ aprofunda um pouco estas questões e fala-nos das «décadas de indigência técnica que criaram uma estranha permissividade crítica que desproporcionalmente entusiasmada quando aos filmes portugueses têm uma fotografia escoreita, a montagem não tem erros, quando os planos são enquadrados, sem insipiência, os movimentos de câmara não sofrem de epilepsia e a gramática narrativa é inteligível e quando os actores não andam por ali a balbuciar incongruências».

⁶⁰⁹ *Jornal de Notícias*, 17 de Dezembro de 1988.

⁶¹⁰ *A Capital*, 7 de Dezembro de 1988.

⁶¹¹ Jorge Neves, *Comércio do Porto*, 11 de Dezembro de 1988.

⁶¹² Crónica Cinema, *Diário Popular*, 12 de Dezembro de 1988.

⁶¹³ João Garção Borges, Cinema, suplemento Viver, *Sábado*, 17 de Dezembro de 1988.

⁶¹⁴ *Idem*.

⁶¹⁵ *A Capital*, 22 de Novembro de 1988.

⁶¹⁶ *O Independente*, suplemento Ver, 2 de Dezembro de 1988.

Considera-se que *A Mulher do Próximo* tem tanto o drama como de comédia, que chegam ao espectador por força de uma linha narrativa directa que, certamente, não dispensou um trabalho de câmara «seguro e rigoroso, mas subtil e elegante». Sem recurso a elaborações, «o desenvolvimento e conclusão compensada por uma boa direcção de actores»⁶¹⁷ – serão estas as razões que levam a crer que estamos perante um exemplo dum trabalho dramático homogéneo e, portanto, agradável para o espectador. Tendo sido rodado em apenas sete semanas⁶¹⁸, denota, tecnicamente, um «elevado profissionalismo», onde Jorge Neves⁶¹⁹ destaca a direcção de fotografia de Eduardo Serra e no som de Carlos Alberto Lopes.

De novo, para João Garção Borges⁶²⁰, os planos estão organizados «como se tratassem de átomos bombardeados por uma força capaz de os reunir numa estrutura cada vez mais complexa, onde excelentes ideias surgem através de um subtil jogo de que as imagens oferecem».

Sobre os assuntos respeitantes à escolha dos elementos da equipa, encontrá-mos em Francisco Perestrelo⁶²¹ menção a «um grupo cuidadosamente seleccionado e de elevado profissionalismo», que partindo de um argumento do jornalista espanhol Manuel Hidalgo e de Fonseca e Costa, com a colaboração de Miguel Esteves Cardoso na construção dos diálogos, e um grupo de actores que foram os factores decisivos neste filme, confirma Jorge Neves⁶²².

⁶¹⁷ *Comércio do Porto*, 11 de Dezembro de 1988.

⁶¹⁸ José Luís Feronha (*A Capital*, 22 de Novembro de 1988) citando o produtor Tino Navarro: «Em sete meses o filme foi rodado, finalizado e será estreado.». Acreditamos, e estas palavras corroboram que há um equívoco naquela notícia. José Fonseca e Costa diz, inclusive, que este filme «é o record de várias fases de produção: 55 dias de filmagens, rápido trabalho de montagem, tiragem de cópias nos estúdios da Tóbis Portuguesa e marcação de estreias a alta velocidade.» (*O Diabo*, 1 de Dezembro de 1988); «A rodagem do filme começou a 5 de Abril e as filmagens terminaram a 25 de Maio. Depois foi montado e sonorizado e foi entregue na Tóbis a 21 de Setembro para a feitura da cópia sincronizada.» (Cristina Baptista, *Se7e*, 23 de Novembro de 1988).

⁶¹⁹ *Comércio do Porto*, 11 de Dezembro de 1988.

⁶²⁰ *Sábado*, 17 de Dezembro de 1988.

⁶²¹ *A Capital*, 7 de Dezembro de 1988.

⁶²² *Comércio do Porto*, 11 de Dezembro de 1988.

Ao dia 22 de Novembro de 1988, o montante da produção de *A Mulher do Próximo* já teria ultrapassado os 60 000 contos⁶²³, segundo dados do produtor e de acordo com José Luís Feronha⁶²⁴. O único item do orçamento do qual se fala é o valor relativo ao *cachet* de Fernanda Torres, que avançavam ser de 4 500 contos⁶²⁵, prontamente desmentido pelo produtor executivo, Tino Navarro⁶²⁶. Fala-se de um custo, total do filme, de 56 000 contos⁶²⁷ – mas pode ser uma afirmação inconsequente já que foi proferida no contexto de uma explanação *O Dilema do Cifrão*, não fica manifesto se é o valor orçado ou realizado.

Esta produção marca a primeira experiência da MGN no sector das longas-metragens, mas que vive (ainda) na dependência do subsídio público⁶²⁸. Para além dos 25 000 contos⁶²⁹ iniciais a fundo perdido, o IPC adicionou ainda um empréstimo de 12 500 contos⁶³⁰, a cinco anos. É inegável que «o núcleo duro do financiamento, neste momento, tem ainda de ser do IPC» argumenta Tino Navarro. José Luís Feronha⁶³¹ acrescenta, com ênfase, que temos, no entanto, que ultrapassar esta situação, e os investimentos no cinema têm que ser rentabilizados.

Sobre a questão das políticas de apoio, ao cinema comercial e não comercial, José Navarro de Andrade, na mesma edição, discorre que se este filme é «popular e comercial, e que comercial quer dizer comércio, tal como popular implica público», as

⁶²³ 300.000€.

⁶²⁴ *A Capital*, 22 de Novembro de 1988.

⁶²⁵ 22.500€.

⁶²⁶ Esclarecendo que não tinha sido a produção a divulgar essa informação pelo que não entendia haver necessidade de fazer um desmentido. (Jorge Neves, *Comércio do Porto*, 1 de Maio de 1988).

⁶²⁷ *Comércio do Porto* do 1 de Maio de 1988. Aproximadamente 280.000€.

⁶²⁸ «Os 25 000 contos (40%) foram financiados, a fundo perdido, pelo IPC. A co-produtora RTC entrou por seu turno com 12 000 contos, verba que cobre a aquisição de direitos para televisão. A RTC receberá, ainda, 20% da participação nas récitas do filme, incluindo bilhetes e venda para o estrangeiro.» (José Luís Feronha, *A Capital*, 22 de Novembro de 1988).

⁶²⁹ 125.000€.

⁶³⁰ 62.500€

⁶³¹ *A Capital*, 22 de Novembro de 1988.

versões equivalem-se porque ambas apontam para um objectivo claro e evidente: conseguir que a venda do filme seja uma empreitada coroada de êxito. E é por isso que se exigia à *A Mulher do Próximo* que se mostrasse como uma prova decisiva para a viabilidade de um projecto, que só fará sentido se se construírem mecanismos de produção – financeiros e técnicos – autónomos, ou seja, libertos da tutela e dos subsídios estatais. No entanto, neste contexto, do panorama do cinema português, aquela questão suscita alguns equívocos: «se o filme custar 56 000 ⁶³² e se sobre o valor de cada bilhete forem entregues à produção 200\$00 – sendo de supor que o restante seria suficiente para colmatar os custos de distribuição⁶³³ – então, uma banal operação aritmética deduziria que seria necessário vender um mínimo de 280.000 bilhetes para cobrir os gastos». Estes números são obrigatoriamente confrontados com duas condições: em primeiro lugar, Portugal conta com uma diminuta rede de salas de exibição⁶³⁴ e os portugueses são um público com poucos (e maus) hábitos cinematográficos, donde, naturalmente, uma audiência de 280.000 espectadores estará apenas reservada a grandes êxitos. Tudo isto se comprova «estatisticamente e será suficiente recordar que àquela data o único filme português a ultrapassar esta marca foi *O Lugar do Morto*, que registou 300.000 entradas»⁶³⁵. Em segundo lugar, «é sabido que sendo 56 000 contos um razoável esforço de investimento no âmbito das finanças culturais portuguesas, ele é irrelevante em termos europeus, onde nunca se produz um filme com menos de 100 000 contos». Aqui fica excluída desde já qualquer comparação com o sistema americano que movimenta verbas impossíveis de sonhar no nosso meio. Deste cenário chega-se ao seguinte paradoxo: «um filme com um mínimo de qualidade é caro demais para ser pago em Portugal e por outro lado, a qualidade que se pode obter com os nossos orçamentos é inferior aos níveis de espectacularidade exigidos para que

⁶³² 280.000€.

⁶³³ E aqui não estão contemplados os custos de exibição, ao que nos parece.

⁶³⁴ Os dados de 2009 apontam para 577 salas/écrans, isto é, uma sala por cada 18.418 habitantes. . [Em linha]. [Consult. 13 Maio. 2013]. Disponível em <URL: <http://www.ica-ip.pt/Admin/Files/Documents/contentdoc2517.pdf>>.

⁶³⁵ De acordo com os dados recolhido no ICA foram, mais precisamente, 271 845 espectadores.

um filme se imponha fora das nossas fronteiras»⁶³⁶.

Sabendo que a penetração noutros mercados, nomeadamente nos de expressão portuguesa, ajudaria à rentabilização das produções nacionais, permitindo uma maior independência das produtoras perante os financiamentos praticados pelo IPC, julga Jorge Neves⁶³⁷ que nada nesse sentido tinha sido, ou foi, entretanto concretizado.

Não podemos deixar de notar que a revista *Gente*⁶³⁸ destaca, em título da crónica, que o «IPC dá 25 mil contos para ‘A Mulher do Próximo’». Através dos dados do ICA é possível explicar que o montante do apoio concedido (em 1987) foi de 37 000 contos, 25 000 contos do apoio automático e 12 000 contos a título de empréstimo a cinco anos, como referimos. Este tipo de informação, no que diz respeito ao seu rigor (ou a falta dele) não retira a importância da informação em si, do interesse que o cinema português suscita no campo do jornalismo e mesmo da imprensa social, ou mundana, nos diversos estilos e suportes.

O cinema português, como fenómeno cultural, necessita de obras de elevada qualidade, mesmo que estas se destinem a um público restrito, mesmo que sejam apresentadas em certames especializados. Mas para sobreviver como indústria, diz Francisco Perestrelo⁶³⁹, seriam necessários mais projectos destes, e o ano de 1988 foi um ano importante para o cinema português: estrearam um número significativo de filmes, um filme português foi nomeado para os Prémios de Cinema Europeu; e produziram-se mais filmes em Portugal. Sabendo que fazer cinema em Portugal é uma aventura, em primeiro lugar porque as condições de produção são exíguas, limitando muitas das ambições dos nossos realizadores e porque ao longo dos anos anteriores, assistindo-se ao divórcio entre o público português e o seu cinema vivendo-se no meio dos seus múltiplos paradoxos, o cinema português conserva alguns casos exemplares que foram apontando possíveis saídas para o *ghetto* a que está/estava confinado. São,

⁶³⁶ *O Independente*, suplemento Ver, 2 de Dezembro de 1988.

⁶³⁷ *Comércio do Porto*, 11 de Dezembro de 1988.

⁶³⁸ *Jornal Avante*, data ilegível.

⁶³⁹ *A Capital*, 7 de Dezembro de 1988.

sem dúvida, também, filmes como *A Mulher do Próximo* que podem ajudar a ultrapassar esse fosso, que separa o público do seu cinema, mas não resolverão todos os problemas. Para tal vejamos que esse ano deixava bastantes expectativas com os filmes *Tempos Difíceis* (João Botelho, 1988), *Os Canibais* (Manoel de Oliveira, 1988), e este mesmo de que nos ocupamos. Nem os êxitos nem a procura do público venceu a barreira interna ou o cinema nacional conseguiu quebrar o bloqueio no mercado internacional, parecendo encontrar-se sempre *num beco sem saída*.

De volta ao filme, Tito Lívio⁶⁴⁰ encarou-o como «um bom presente de natal para a cinematografia portuguesa tão necessitada de espectadores e atraído por um cinema que faz do actor o seu real cerne», «o público reagiu positivamente, o maior sucesso daquela temporada cinematográfico», acrescenta o *Correio da Manhã*⁶⁴¹.

No exterior, em Dezembro de 1988, o filme foi premiado com o Colombo de Ouro do XIV Festival de Cinema de Cinema Ibero-americano de Huelva⁶⁴² e foi, por isso, exibido na televisão espanhola, TVE⁶⁴³. Segundo o produtor (Tino Navarro), a exibição do filme na TVE decorre de uma cláusula do regulamento do certame e obteve, para além do galardão, um prémio no valor de «um milhão e meio de pesetas». Recorde-se aqui que o escritor José Saramago integrou o júri do festival. O filme foi exibido no Festival de Cinema de Biarritz, e na 13ª Mostra Internacional de Cinema de S. Paulo, no Brasil⁶⁴⁴. Mais tarde, com a exibição na Rede Globo, o produtor ainda tentou negociar com as distribuidoras brasileiras a exibição do filme nas salas do circuito comercial⁶⁴⁵.

⁶⁴⁰ Cinema, *Diário Popular*, 12 de Dezembro de 1988.

⁶⁴¹ 2 de Setembro de 1989.

⁶⁴² Este é o único no qual o realizador – habitualmente avesso a certames – consente que passem os seus filmes. (Cristina Baptista, *Se7e*, 23 de Novembro de 1988).

⁶⁴³ Acreditava-se que ter ganho o prémio em Huelva augurava a possibilidades para a sua distinção no grande mercado de exibição espanhol. (Jorge Neves, *Comércio do Porto*, 11 de Dezembro de 1988 e João Garção Borges, *Cinema*, suplemento *Viver*, *Sábado*, 17 de Dezembro de 1988: 140).

⁶⁴⁴ *Correio da Manhã*, 25 de Setembro de 1989.

⁶⁴⁵ *Se7e*, 7 de Dezembro de 1988.

Eurico de Barros⁶⁴⁶ encontra em *A Mulher do Próximo* o melhor trabalho do cineasta até àquela data e, «embora haja asperezas pontuais ao nível do argumento, o filme é seguro, desenvolvido, guiado por uma ideia permanentemente cinematográfica da história, sem lastro verbal, a secura emotiva nem as ‘papas na língua’ crónicas do nosso cinema, deixando reservas para a conclusão, que lhe pareceu abrupta, às ‘três pancadas’, como se os seus autores se tivessem lembrado de repente que o filme tinha de acabar». Não será um filme que deixa o espectador desiludido, antes pelo contrário. Os termos de cinema ‘chato’, ‘parado’ ou ‘difícil de perceber’ não têm cabimento neste filme. É um produto bem acabado em que não fica nada a dever aos demais filmes que, com maiores orçamentos, se produzem pela Europa, «liberto de intelectualismos gratuitos com uma opção assumida de fazer filmes para grande público»⁶⁴⁷. Em contrapartida A. Roma Torres⁶⁴⁸ reflecte sobre «uma história inexistente, vazia, anedótica, onde não se corre o risco mais vital, que leve a que o filme perdesse na memória do espectador como experiência significativa. E essa contenção, se dá ao cinema de Fonseca e Costa uma certa qualidade do produto normalizado, retira-lhe a vitalidade e o risco dos seus filmes iniciais, provavelmente mais genuínos e interessantes. Restava, por isso, esperar que Fonseca e Costa se lançasse numa fase de maturidade, e, talvez, aí sim, pudéssemos festejar o estabelecimento de uma outra via, menos esquisita, mas igualmente digna de atenção, no quadro global da produção cinematográfica portuguesa. Tratar-se-ia de contar melhores histórias, posto que Fonseca e Costa já revelou que é o cineasta português mais sensível a esta característica narrativa, que obviamente não desprezível na própria natureza do cinema.»

No entanto, para Fonseca e Costa «fazer filmes é preciso, fazer grandes filmes nem é preciso». O cinema que faz não é exactamente do modelo que gostaria de fazer, vendo-se obrigado a fazer umas «brincadeiras cinéfilas», confia a Cabral Martins⁶⁴⁹.

⁶⁴⁶ *Semanário*, 10 de Dezembro de 1988.

⁶⁴⁷ Jorge Neves, *Comércio do Porto*, 11 de Dezembro de 1988.

⁶⁴⁸ *Jornal de Notícias*, 17 de Dezembro de 1988.

⁶⁴⁹ *Primeiro de Janeiro*, 17 de Dezembro de 1988.

A Folha de S. Paulo⁶⁵⁰ considera que «o filme começa muito bem, mas que aos poucos vai sendo corroído por um conceito de «breguice», «onde os clichés ditos não convencem, os climas são frágeis, a ridicularização dos personagens é ridícula, assim como o final.» Um filme que não se ancora.

José Fonseca e Costa, recorrendo a um elenco que o suporta, apresenta um romance em tom de comédia que, naturalmente, foi do agrado do público, dos 48.046 espectadores. Através dos dados do ICA é possível dizer que o montante do apoio concedido (em 1987) foi de 190 291\$39⁶⁵¹. A *Capital*⁶⁵² assinala que «‘A Mulher do Próximo’ é a sexta longa metragem de José Fonseca e Costa em mais de vinte anos de carreira.».

2.11 *Recordações da Casa Amarela*, uma dissidência chamada João César Monteiro

Pedro Garcia Rosado⁶⁵³, a propósito da duração deste filme – e numa referência à padronização da mesma – avalia como João César Monteiro, «por muito que tenha cronometrado⁶⁵⁴ o seu filme, eventualmente à medida dos seus desejos», não o furtará da apreciação feita à maioria dos nossos filmes: a do «insuportável peso que dá a sensação de que o tempo, simplesmente, não passa».

Em João César Monteiro há um discurso autobiográfico, como se de uma encenação se tratasse, que não podemos evitar de o mostrar na primeira pessoa, e conforme se apresenta na folha de imprensa que acompanha o filme: «Dizem que nasci

⁶⁵⁰ 28 de Outubro de 1989.

⁶⁵¹ Valor discrepante – e para o qual não encontramos explicação - dos referidos 37 000 contos, 25 000 contos do apoio automático e 12 000 contos a título de empréstimo a cinco anos. Aproximadamente 950€.

⁶⁵² 28 de Novembro de 1988.

⁶⁵³ *Jornal de Letras Artes e Ideias*, 17 de Outubro de 1989.

⁶⁵⁴ A duração média de hora e meia (que os horários das sessões em sala recomenda) poderá ser reduzida com a generalização de vários veículos por onde o cinema se escoia (o vídeo incluindo) ou aumentada, em caso de absoluta necessidade, mas às vezes ela é excessiva. (Pedro Garcia Rosado, *JL – Jornal de Letras Artes e Ideias*, 17 de Outubro de 1989).

a 2 de Fevereiro de 1939, na Figueira da Foz, no seio de uma família burguesa rural. Aos 15 anos, a fim de prosseguir os algo turbulentos estudos liceais que, felizmente, nunca conclui, fixei-me em Lisboa, “capital do Império”, onde o meu pai acabou de delapidar, até ao último centavo, o pouco que já lhe restava da fortuna. Andei por muitos e variados sítios e vivo pacificamente em Lisboa, nem bem nem mal, com a mulher e o filho de cinco anos.» Para além de fugazes aparições no filme deste ou daquele, nunca me tinha passado pela cabeça ser protagonista de um filme. Devo a ideia ao meu amigo Otar Iosseliani⁶⁵⁵. Não tenho projectos futuros⁶⁵⁶.» É sensato. «O lema é, e será sempre até ao fim: “Sou português. Fui enganado...”» Da sua filmografia destacamos os anteriores trabalhos: *Quem espera por sapatos de defunto morre descalço*⁶⁵⁷ (1965-1970), *Veredas*⁶⁵⁸ (1975-1977), *Silvestre* (1981) e *A flor do mar* (1986).

João César Monteiro é (ou era) igual a si próprio, totalmente imprevisível⁶⁵⁹, «*blagueur*, cabotino, irónico, sarcástico»⁶⁶⁰. Ninguém lhe pode recusar o talento como realizador, havendo mesmo quem o considere um génio, e um lutador, pela sobrevivência do «homo cinematographicus». João César Monteiro manteve sempre as suas posições políticas, antes e depois do 25 de Abril. Em 1960 conhece Seixas Santos que lhe terá ensinado o que sabia de cinema; trabalhou como assistente de Perdigão Queiroga; e, em 1963, foi bolseiro da Gulbenkian na London School of Film Technique.

⁶⁵⁵ Realizador está registado com 20 trabalhos, entre 1958 e 2010; e como argumentista de 13 títulos, entre 1961 e 2010. [Em linha]. [Consult. 13 Maio. 2013]. Disponível em <URL: <http://www.imdb.com/name/nm0409646>>.

⁶⁵⁶ Por ocasião do Festival de Veneza, o realizador declarou à agência espanhola EFE que o seu projecto mais imediato era realizar um documentário sobre o rio Douro, da nascente até à foz. (*O Século*, 18 de Setembro de 1989).

⁶⁵⁷ «Cada um tem o César que merece, escreveu Fernando Lopes, “O meu – o João [César] Monteiro – fez entre coisas [...] – um dos grandes filmes do cinema português dos anos 70 – ‘Os Sapatos de Defunto’» (Afonso Praça, *O Jornal*, suplemento Nacional, 13 de Outubro de 1989: 16).

⁶⁵⁸ Continuando, Fernando Lopes sobre João César Monteiro, «Depois deu-lhe uma de ‘artiste’, de Garrel da Lusitânia, e filmou ‘Veredas’» (Afonso Praça, *O Jornal*, suplemento Nacional, 13 de Outubro de 1989: 16).

⁶⁵⁹ O realizador declarou, ainda, à referida agência que «A Espanha não existe. A Espanha é cada uma das suas regiões” e que da Espanha o que mais gosta é a poesia de António Machado.» (*O Século*, 18 de Setembro de 1989).

⁶⁶⁰ *Jornal de Letras Artes e Ideias*, 17 de Outubro de 1989.

Esta figura desconcertante, refere Aníbal João Amaro⁶⁶¹ chega à realização de *Recordações da Casa Amarela* com enumeras histórias contadas no meio (cinematográfico) que demonstram e enquadram a figura e a vida de contrastes de João César Monteiro que, não tendo uma personalidade consensual, há quem ache que tem uma presença obsessiva diante das câmaras: «Filma o seu umbigo, revê-se nele...e quase cai.»⁶⁶². Mas o que importa salientar é o facto de *Recordações da Casa Amarela* provar, acima de tudo, que João César Monteiro «é um grande cineasta, contrariando ‘um certo cinema português’, César Monteiro vai tão longe que há que considere que ‘vai longe de mais’», diz Rodrigues da Silva⁶⁶³.

Ana Paula Dias⁶⁶⁴, cita e joga com a elocução “Vai e dá-lhes trabalho” do filme e relaciona-a com o facto de João César Monteiro dar trabalho: ao IPC, aos críticos, aos leitores, ao júri que em Veneza o distinguiu e a quem diz nada dever ao país, «nada a não ser, talvez, parte do seu mau génio e parte do génio».

Os problemas que surgem a quem produz filmes em Portugal foi o tema para uma conversa entre o *Jornal de Notícias*⁶⁶⁵ e os produtores deste filme. Este jornal quis saber como foi possível produzir o filme com um subsídio de 32 500 contos⁶⁶⁶, se o custo (efectivo) ultrapassou o orçamento e quais foram as fontes adicionais de financiamento. A estas questões Joaquim Pinto e João Pedro Bernard responderam que o custo total do filme foi de 45 000 contos⁶⁶⁷, oriundos de fundos próprios da produtora (na maioria provenientes de vendas de filmes por eles produzidos), créditos de algumas instituições (a serem amortizados com as receitas obtidas com as vendas do filme) – que contavam rentabilizar o investimento adicional num prazo de dois anos. Para aqueles produtores tal investimento era fundamental para tornar possível esta produção com a

⁶⁶¹ *A Capital*, 17 de Outubro de 1989.

⁶⁶² *Jornal de Letras Artes e Ideias*, 17 de Outubro de 1989.

⁶⁶³ *Diário de Lisboa*, 19 de Outubro de 1989.

⁶⁶⁴ *Jornal de Letras, Artes e Ideias*, 5 de Dezembro de 1989.

⁶⁶⁵ 26 de Outubro de 1989.

⁶⁶⁶ Ou 162.500€.

⁶⁶⁷ Aproximadamente 225.000€.

qualidade técnica e artística considerada adequada ao projecto. Ultrapassado o subsídio inicial e havendo necessidade, por exemplo, de filmar em 35 mm, tal opção contribuiu para que o sector técnico, no orçamento global, fosse consideravelmente maior. Nota positiva será aquela do realizador estar consciente dos meios técnicos e financeiros disponíveis e disposto a realizar o filme nessas condições, apenas possível com base numa relação de clareza entre a produção e o realizador, na fase de pré-produção. Esta relação que facilitou a concretização deste projecto dentro de prazos próximos dos inicialmente previstos. Aliás, acrescentam, os atrasos foram sobretudo nas fases de preparação e acabamento, com consequências financeiras pouco significativas. O plano de trabalho durante a rodagem foi-se alterando face a imprevistos mas na totalidade as filmagens não ultrapassaram as seis semanas inicialmente planeadas e orçamentadas. As três fases de produção foram concluídas no espaço de um ano, mesmo a tempo do filme estar presente no Festival de Veneza. Naturalmente, tal implicou um esforço adicional na fase de pós-produção (na mistura do som, provas de cor e tiragem de cópias dentro dos prazos), por exemplo, as misturas de som foram efectuadas em Hamburgo, implicando custos adicionais ao previsto, não só em horas de estúdio, mas também em transporte de material, estadia e viagens.

No que diz respeito à recepção por parte do público, na primeira semana de exibição comercial, esta foi excelente, quando comparada com os poucos filmes portugueses estreados na altura⁶⁶⁸. Os produtores esperavam assinar contratos com os principais mercados europeus⁶⁶⁹ e olhavam para este projecto como sendo muito particular, arriscado⁶⁷⁰ e pessoal, necessitando, portanto, do apoio da crítica,

⁶⁶⁸ Nesse ano, de acordo com o ICA, estrearam apenas mais 3 filmes (apoiados): *Os Emissários de Khalôm* (António de Macedo), *Uma Pedra no Bolso* (Joaquim Pinto) e *Relação Fiel e Verdadeira* (Margarida Gil).

⁶⁶⁹ Este filme, a par de *O Processo do Rei* de João Mário Grilo, foi distinguido com um fundo destinado a promover a distribuição, pela EFDO, através de um projecto-piloto do programa Media 92, para: Inglaterra, Irlanda, Itália, Holanda, Áustria e Alemanha (*Diário de Notícias*, 31 de Agosto de 1990). Mais tarde, em 8 Abril 1992, foi exibido em Rabat, integrado na III Semana do Filme Europeu em Marrocos, seguindo-se Casablanca, Tânger, Tetuão, Fez, Meknoud e Oujda. (*O Dia*, 3 de Abril de 1992). Em Fevereiro de 1994 foi apresentado em Nova Iorque, no Joseph Papp Public Theatre. (*Jornal de Notícias*, 12 de Fevereiro de 1994).

⁶⁷⁰ Por exemplo, o prazo ‘razoável’ para o recebimento das verbas relativas às vendas de um filme era de cerca de um ano.

reconhecendo como estavam dependentes de todas as notas da imprensa, das boas e das más.

Da ficha artística constam Manuela de Freitas, João César Monteiro, Sabina Sacchi, Teresa Calado, Ruy Furtado, Henrique Viana, Duarte de Almeida, António Terrinha e Luís Miguel Cintra⁶⁷¹. Para Rodrigues da Silva⁶⁷² destaca-se a prestação fabulosa Manuela de Freitas, «atriz inultrapassável no cinema português», daquela época; e o maior risco do cineasta, foi ter sido ele próprio enquanto protagonista, «uma jogada arriscada mas uma aposta ganha já que os suportes técnicos interpretativos de João César Monteiro eram sólidos». Aníbal João Amaro⁶⁷³ reforça como não só soube autodirigir-se como não falhou na direcção de actores.

Na sinopse que acompanha a folha de imprensa do filme pode ler-se «Lisboa, 1989: Um pobre-diabo de meia-idade vive no quarto de uma pensão barata e familiar, na zona velha e ribeirinha da cidade. [...] Sozinho, e privado de quaisquer recursos, vê-se confrontado com a dureza do espaço urbano, e é internado num hospício, de onde sairá por ponderada decisão de homem livre, para cumprir uma missão “rica e estranha”, que lhe é indicada por um velho amigo, doente mental como ele: ‘Vai, e dá-lhes trabalho’. ... E, aqui para nós, a rir a rir, algum tem dado...». José Vaz Pereira⁶⁷⁴ explica-nos a história de «um homem que acha que a vida está tão má que até as pilhas de longa duração têm vida curta. Os pulhas, pelo contrário estão na maior. De mistura com o fel acumulado, João de Deus, o hóspede da casa amarela sente o ressentimento amargo invadi-lo. Mas a alma ou as pilhas da alma já não dão para a revolta, luxos desses só no teatro. João de Deus vai-se ‘deixando ficar’ na casa amarela onde nutre uma “paixão funesta” pela filha da senhoria». «João de Deus é, para todos os efeitos, uma criatura amoral e um tanto abjecta, no entanto, de um ponto de vista estritamente realista, todos sabemos que aquilo é verdade, como verdade são aqueles rostos que vemos no filme

⁶⁷¹ Conforme a folha de imprensa.

⁶⁷² *Diário de Lisboa*, 19 de Outubro de 1989.

⁶⁷³ *A Capital*, 17 de Outubro de 1989.

⁶⁷⁴ *Diário Popular*, 16 de Outubro de 1989: 15.

junto à sopa dos pobres, ali nos Anjos», acrescenta Rodrigues da Silva⁶⁷⁵.

Este argumento oscila, por isso, entre o «delicioso e escabroso para apresentar um magnífico retrato do quotidiano de Lisboa», uma história contada através de um humor triste, quase pessimista, «num filme impregnado de situações críticas e chocantes onde o espectador é introduzido numa casa (pensão) onde existem vários hóspedes que se cruzam numa elegia amarga»⁶⁷⁶. No seu género o filme estará entre a farsa (e agonia) e a comédia (lusitana, no seu sarcasmo) mas também lá se encontra «poesia – poesia do desespero, é certo!», vinca José Vaz Pereira⁶⁷⁷. Aníbal João Amaro⁶⁷⁸ simplifica a sua análise viajando aos tempos de um certo «cinema nacional dos anos 40/50, no recurso aos velhos bairros de Lisboa». O filme começa com uma deriva da câmara pelas margens do Tejo⁶⁷⁹ para retratar «um estilo de vida (em comunidade) encontrando na sátira da obra um humor subtil – uma tragicomédia difícil de definir» como assume João Bénard da Costa n’*O Independente*⁶⁸⁰. Para o jornal *Libération* este filme tem «um misto de humor cinzento e de intimismo sórdido, ao qual não falta uma tonalidade canalha.»⁶⁸¹

José Vaz Pereira⁶⁸² aprecia que este filme mostre «uma narrativa rara no cinema português, com um rigor denso a cada plano, a cada movimento, a cada incidência de luz, onde o silêncio demora o tempo necessário» – mesmo que para alguns, como Pedro Garcia Rosado⁶⁸³ este seja insuportável.

⁶⁷⁵ *Diário de Lisboa*, 19 de Outubro de 1989.

⁶⁷⁶ Aníbal João Amaro, *A Capital*, 17 de Outubro de 1989: 25.

⁶⁷⁷ *Diário Popular*, 16 de Outubro de 1989.

⁶⁷⁸ *A Capital*, 17 de Outubro de 1989.

⁶⁷⁹ José F. Guimarães, *Primeiro de Janeiro*, 18 de Outubro de 1989.

⁶⁸⁰ 10 de Novembro de 1989.

⁶⁸¹ *Jornal de Notícias*, 7 de Março de 1991.

⁶⁸² *Diário Popular*, 16 de Outubro de 1989.

⁶⁸³ *Jornal de Letras Artes e Ideias*, 17 de Outubro de 1989.

Vejamos, como João Bénard da Costa⁶⁸⁴ nos explica e descreve o filme desde o início: «quando ainda decorre o genérico e ouvimos uma flauta, sons estranhos e gritos: a casa amarela não é uma prisão, é um manicómio de onde João de Deus nos fala – diz em *off* um texto de Céline (*Mort à Crédit*); a luz chega à tela de cinema e inicia-se um *flash-back*, um *travelling* lento sobre Lisboa, filmado do Tejo em descoberta da parte mais bela da cidade, que no final do *travelling* faz *raccord* com uma imagem barroca de Nossa Senhora, numa pequena capela, grande plano, levemente *contre plongée*, corte e contra-plano; após uma sequência na leitaria, João de Deus sai, há um corte filmado em *plongée*; a câmara detém-se no átrio de uma casa setecentista, o plano tem a duração e a solenidade suficientes para ser sacral; a câmara move-se da esquerda para a direita (*raccord* ao eixo) e a mesma sacralidade preside à encenação do encontro de Mimi com João de Deus – o pelo sopro de Mozart vamos ao grande plano de Mimi, já dentro de casa. É um ‘*plano lousebrookiano*’ (é João César Monteiro que lhe chama assim)», completa, «a câmara sobe muito devagar, largando o protagonista; na sequência seguinte ela já morreu e na corrida circular no manicómio, João de Deus faz o percurso que o liga a Lívio (Luís Miguel Cintra)»⁶⁸⁵. Realçamos o uso da *voz off* e da elipse que desempenham um papel muito importante no filme: exprimem as ansiedades, as distâncias e a ironia; da fotografia (de José António Loureiro) que capta de forma sensível os interiores daquela Lisboa decrépita, num controlo da técnica a favor do discurso do autor, não o comprometendo. «O resultado é um filme extremamente depurado»⁶⁸⁶, característica partilhada em todas as críticas vistas e argumentado por Aníbal João Amaro⁶⁸⁷ que acrescenta que todos os suportes técnicos e humanos «são sólidos», o trabalho de fotografia, «impecável», o som, «totalmente audível», as imagens e os seus enquadramentos. Como nos habitou, Jorge Pelayo⁶⁸⁸ difere e na sua

⁶⁸⁴ *O Independente*, 10 de Novembro de 1989.

⁶⁸⁵ «O maior dos homens de teatro da geração de 60 e o maior dos homens do cinema da mesma geração, reencontram-se os dois, não mais sendo um só. Inventaram um espaço para matar o tempo e inventaram o tempo para dominar o espaço. [...] E o plano mais comovente sobre uma geração é esse Luis Miguel Cintra, vendo João de Deus afastar-se, com um movimento de garganta, como se engolissem em seco.» (João Bénard da Costa, *O Independente*, 10 de Novembro de 1989).

⁶⁸⁶ José Vaz Pereira, *Diário Popular*, 16 de Outubro de 1989: 15.

⁶⁸⁷ *A Capital*, 17 de Outubro de 1989.

⁶⁸⁸ *O Dia*, 18 de Outubro de 1989.

avaliação à técnica da fotografia, que «escapa à mão do realizador e mais pertence à do produtor», apontando-lhe uma certa irregularidade assim como ao registo sonoro, «algo já muito pouco frequente na nossa incipiente indústria cinematográfica», remata. Rodrigues da Silva⁶⁸⁹ recupera que «a unidade de planeamento conseguida nesta obra é evidente nalguns deslumbrantes planos do filme».

Como resultado da pesquisa encontramos poucas referências à equipa desta produção, ainda assim, é noticiado que foram Joaquim Pinto e João Pedro Bernard; que todo o trabalho de laboratório de imagem foi efectuado em Portugal (nos estúdios da Tóbis). Tal opção deveu-se à qualidade do serviço e à proximidade geográfica. Como já referimos, as misturas de som foram realizadas em Hamburgo, por não haver em Portugal, na opinião dos produtores, nenhum estúdio devidamente equipado para as efectuar – particularmente com capacidade para corresponder às complexidades das operações necessárias à banda sonora⁶⁹⁰.

Apontamos a invulgar circunstância de se falarem de valores, publicados, por Jorge Pelayo⁶⁹¹, para os custos do filme serem de 30 000 contos⁶⁹², quando, na verdade é assumido, com naturalmente, pelos produtores o montante de 45 000 contos⁶⁹³. Desconhecemos a razão da discrepância nos números.

Sobre o papel do Estado no cinema português aproveitamos para usar o ponto de vista de Jorge Pelayo⁶⁹⁴ para ilustrar a questão e compartilhar a sua posição sobre a tutela da altura: a primeira vez que se falou de João César Monteiro foi a propósito da inscrição do seu filme *Quem Espera Sapatos de Defunto* num Festival⁶⁹⁵ de cinema de

⁶⁸⁹ *Diário de Lisboa*, 19 de Outubro de 1989.

⁶⁹⁰ *Jornal de Notícias*, 26 de Outubro de 1989.

⁶⁹¹ *O Dia*, 18 de Outubro de 1989.

⁶⁹² Equivalente a 150.000€.

⁶⁹³ Ou seja, 225.000€.

⁶⁹⁴ *O Dia*, 18 de Outubro de 1989.

⁶⁹⁵ O jornalista crê que tenha sido em 1970 e para o Festival de Benalmádena/Espanha.

autor. Nessa altura a lei obrigava a que a participação portuguesa em competições internacionais de cinema fosse feita através do organismo oficial que o tutelava e cujos pareceres passavam por este jornalista, que assume como «os festivais gostavam mais de se relacionar com os organismos estatais competentes que com (simples) produtores». Sobre este filme Pelayo afirma ter lido – e mesmo não verificado a informação não evitou publicá-la – que o IPC teria recusado o apoio financeiro ao filme considerando tal facto caricato já que depois recebeu um prémio em Veneza. Anotamos esta posição por nos parecer tão exemplar sobre alguma desinformação, e até incongruências, algumas que pensamos serem mais desculpáveis que outras, que encontrámos impressas, durante toda a pesquisa, mas, sobretudo, do reconhecimento daquele jornalista à importância dos festivais (como geradores notoriedade nos filmes).

Recordações da Casa Amarela teve a participação financeira da RTP, IPC⁶⁹⁶ e Fundação Gulbenkian⁶⁹⁷ e, em reunião da EFDO (Organização Europeia de Distribuição de Filmes)⁶⁹⁸, realizada em Hamburgo, onde esteve presente Maria João Seixas, enquanto vice-presidente da sua Comissão Executiva, ficou decidido criarem-se condições⁶⁹⁹ para distribuir *Recordações da Casa Amarela*. Assim este projecto vem mostrar que, para resultar de forma eficaz, a divulgação do filme europeu exige uma melhoria do sector da exploração e contar com as devidas acções de promoção⁷⁰⁰. Através dos dados do ICA é possível dizer que o montante do apoio concedido (em

⁶⁹⁶ «Criticando o IPC – foi um filme recusado e o IPC fala agora como se fosse propriedade sua” – [Fernando] Matos Silva diz que a ‘Casa Amarela’ vai obrigar a repensar muitas coisas sobre o cinema português.» (Ana Paula Dias, J.L.– Jornal de Letras, Artes e Ideias, 5 de Dezembro de 1989). «O critério de selecção pode ser mais equilibrado e também o trânsito dos filmes por via diplomática é mais eficaz e bem mais económico.» (Jorge Pelayo, *O Dia*, 18 de Outubro de 1989: 19).

⁶⁹⁷ *A Capital*, 5 de Junho de 1990.

⁶⁹⁸ Esta Organização, com sede em Hamburgo, foi criada para fomentar a cooperação entre distribuidores europeus visando permitir a circulação dos filmes entre as fronteiras e, desta forma, criar o grande mercado cinematográfico. Este foi um dos projectos-piloto do programa Media 92, onde ao «todo, serão concedidos cerca de um milhão e 400 mil ecus para dez películas e 50 distribuidores.» (*Diário de Notícias*, 31 de Agosto de 1990).

⁶⁹⁹ «Para se ter acesso aos capitais da EFDO é necessário que se candidatem distribuidores de três países diferentes, sendo dada preferência a obras de países com uma produção e uma capacidade de distribuição pequenas. (*Diário de Notícias*, 31 de Agosto de 1990). European Film Distribution Office (EFDO) é um programa da Comissão Europeia.

⁷⁰⁰ *Diário de Notícias*, 31 de Agosto de 1990.

1988) foi de 97 265\$59⁷⁰¹, desconhecendo o valor dos demais apoios, que tanto podem ter sido em espécie como em serviços.

O filme estreou em plena época da hegemonia americana com as suas produções espectaculares. Então, *David vence Golias* e coloca em contra-ciclo um filme de um cinema normalmente virado para o interior. Lamentando que a carreira dos filmes portugueses seja sempre acidentada e, em muitos casos, inexistente – porque há filmes que ficaram, e continuam a ficar, por serem distribuídos – o facto de um filme ser distinguido num festival, como o de Veneza, impede que se instale o silêncio à sua volta, que sejam ignorado pela imprensa, escrita e televisiva. Foi o que aconteceu com este. Estreou e impôs-se a *Indiana Jones* e *Batman*, que deixavam poucos espaços para outras estreias. Voltamos, por isso, à questão da política de exibição (e distribuição), a uma falta de políticas que privilegiem a qualidade sem descurar o negócio e dignifiquem as salas – muitas votadas ao abandono, um abandono sistemático que impossibilita que estejam disponíveis para outras estreias, que não sejam viáveis, comercialmente, mas mesmo estas tendem a desaparecer. Portanto, continuamos a assistir a estreias inviabilizadas por alguns sucessos de bilheteira.

Naquela altura, em que este filme de César Monteiro estreou, ainda não se podia adivinhar o seu sucesso (mesmo que relativo), mas é certo que houve neste caso capacidade de arriscar, confrontar as grandes produções que estavam cartaz. Este filme, na sua ‘pequena escala’, veio provar que há público, ao contrário do que sempre se diz, desde que haja capacidade de lhe fazer chegar cinema de qualidade – a insistência numa ausência de política para esta área tem sido uma das pejas da nossa cinematografia, enquanto tantas salas foram, e continuam a ser, obrigadas a fechar.

Em síntese, produzir filmes em Portugal, em qualquer altura, é um processo complexo, porque há pouco dinheiro, os meios escasseiam, e mesmo conseguindo prémios em festivais internacionais⁷⁰² o reconhecimento nacional tarda, sempre. Este

⁷⁰¹ Aproximadamente 485€, portanto.

⁷⁰² Este filme ocupou o sexto lugar das preferências do público presente no Festival de Veneza (*O Século*, 18 de Setembro de 1989), apesar de a enviada espanhola Victoria Palant avisar que a crítica presente em Veneza o ter acolhido com indiferença (*O Século*, 18 de Setembro de 1989). A título de curiosidade, informamos que aquela estatística foi realizada por uma empresa que patrocina o festival.

filme teve o mérito, entre outros, de se internacionalizar.

A agência espanhola EFE escreveu que o Leão de Prata de Veneza⁷⁰³ concedido à obra causou surpresa dado que, por um lado, muitos críticos presentes o consideraram «um filme pretensioso», enquanto que para outros foi o mais original⁷⁰⁴ da competição, conquistando, dessa forma, o mais alto galardão atribuído até àquele momento ao cinema português⁷⁰⁵. Assim, com 50 anos e 20 depois de se ter estreado como realizador, João César Monteiro ‘vinga-se’⁷⁰⁶ e ganha um Leão de Prata. Este prémio foi particularmente importante se pensarmos que naquele ano nenhum outro filme português foi aceite em concursos de outros festivais, de ‘classe A’, como os de Berlim e Cannes⁷⁰⁷. O reconhecimento não ficou por aqui: foi indicado como candidato aos Óscares de Hollywood, na categoria de Melhor Filme Estrangeiro e registou uma crítica elogiosa da revista *Variety*, de Nova Iorque⁷⁰⁸. Foi também escolhido para mostra intitulada Festival dos Festivais, integrada no Festival de Moscovo, recebeu os prémios de melhor intérprete masculino, do público, da imprensa e da mise-en-scène⁷⁰⁹ nos encontros internacionais de Dunquerque⁷¹⁰ e foi um dos 42 filmes convidados do Festival de Cinema de Joanesburgo⁷¹¹.

(*O Século*, 18 de Setembro de 1989).

⁷⁰³ Vinte e três filmes de 21 países estiveram em competição no 46º Festival de Veneza e João César Monteiro partilhou o segundo prémio com o japonês Kei Kumai, autor de *Sem No Rikiu*. Atrás deles ficaram, para o júri oficial, realizadores como Alain Resnais, Ettore Scola e Peter Hall. O filme taiwanês *Beiqing Chengshi (A Cidade da Dor)*, que ganhou o Leão de Ouro, ficou no décimo nono lugar das preferências do público (*O Século*, 18 de Setembro de 1989).

⁷⁰⁴ *O Século*, 18 de Setembro de 1989.

⁷⁰⁵ *O Diário*, 28 de Setembro de 1989.

⁷⁰⁶ O realizador tinha avisado que ia ganhar e ninguém o levou a sério – talvez nem ele. (Afonso Praça, *O Jornal*, suplemento Nacional, 13 de Outubro de 1989: 16).

⁷⁰⁷ *Jornal de Notícias*, 26 de Outubro de 1989.

⁷⁰⁸ *Diário de Lisboa*, 27 de Outubro de 1989.

⁷⁰⁹ Prémio de Melhor Encenação. (*Diário de Notícias*, 10 de Outubro de 1990).

⁷¹⁰ *Diário Económico*, 10 de Outubro de 1990.

⁷¹¹ *O Dia*, 21 de Abril de 1991.

O cinema português é, assim, uma cinematografia considerada, criadora de património cultural, rica na sua diversidade de propostas internacionalmente reconhecidas.

A primeira reacção publicada pela crítica sul-africana teceu grandes elogios ao filme deste cineasta português: «uma obra de mestre na arte do humor directo, mas subversivo» e «à medida que o filme desenvolve, magnificamente, a existência sem propósito do protagonista, transporta o espectador numa viagem verdadeiramente divertida»⁷¹². A conhecida revista norte-americana *Village Voice* considerou-o um dos dez melhores filmes do mundo nos anos de 1990, quando foi exibido no Festival de S. Francisco, com grande êxito, tendo prosseguido a partir daí em sessões especiais em diversas cidades dos EUA (incluindo Nova Iorque), seguindo para a Espanha e a Holanda⁷¹³. A crítica nova-iorquina, elogiou o trabalho de César Monteiro como autor, realizador e protagonista, achando o filme tão divertido como um filme de Almodovar, escreveu o crítico daquela revista. Dave Keher, do tabloide *Daily News* viu e gostou dessa visão original e engraçada sobre o voyeurismo, enquanto, por sua vez, o jornal *The New York Times*, publicou uma crítica onde destaca o «humor constante» de Monteiro «numa comédia com um argumento inesperado».

Para a nossa crítica, «o filme pode ser de resignação mas não lhe negam a beleza – uma homenagem a Murnau, Nosferatu reaparecido na baixa – prova de um cinema meticuloso, nem sempre linear, mas capaz de encetar um diálogo prático e lógico com o público, sem lhe colocar um sentimento de frustração perante a visão de um trabalho limitado ou corriqueiro. Um filme que alcançou o seu propósito, que ganhou», garante Pedro Garcia Rosado⁷¹⁴.

Se nos diálogos há, para alguns, como também para José F. Guimarães⁷¹⁵, um sabor às piadas dos filmes portugueses dos anos quarenta, o filme é, acima de tudo

⁷¹² Darryl Accone, do jornal *The Star*, citado pelo jornal *O Dia*, 21 de Abril de 1991.

⁷¹³ *Jornal de Letras, Artes e Ideias*, 22 de Janeiro de 1991.

⁷¹⁴ *Jornal de Letras Artes e Ideias*, 17 de Outubro de 1989.

⁷¹⁵ *Primeiro de Janeiro*, 18 de Outubro de 1989.

consequente e «plasticamente muito belo, realizado com mestria». Assim segue a crítica na imprensa especializada, com uma opinião, em geral, muito positiva, como os *Cahiers*, a *Variety* e a imprensa diária italiana diária que o acolheram calorosamente⁷¹⁶: um filme «destinado a ganhar um lugar no coração dos cinéfilos sofisticados», escreve a *Variety*, «um trabalho surpreendentemente irreverente e hilariante, de pura anarquia. Infestado duma visão da vida fatalista que tem tanto de horrível como de hilariante, um filme que consegue captar o público», conclui. João César Monteiro tem um trabalho de câmara «alegre e límpido, conseguindo, o realizador, trazer graça às peças de Schubert e Vivaldi, escolhidas para a banda sonora», é a apreciação de Rodrigues da Silva⁷¹⁷ para quem «menos visível e talvez o mais perturbador factor do filme é o seu lado religioso, um religioso iconoclasta, que César Monteiro assume como abjecto e amoral, só porque se assume como um eleito de Deus, para o bem e para o mal». Não termina sem afirmar que neste filme o cineasta «prova o que é e para tal basta olhar alguns deslumbrantes planos do seu filme: esteticamente, de um rigor quase ascético».

João Bénard da Costa⁷¹⁸ na crónica ‘Muito Lá de Casa’ sob o título ‘O Belo e o Fétido’ (II) ocupa-se deste filme, «um filme de coisas pulcras, de coisas belas»⁷¹⁹ E explica como durante o filme «vezes sem conta, mergulhamos nos bairros, ruas, praças e becos, tudo tão estranho, tão nosso desconhecido. Uma Lisboa em verso e reverso⁷²⁰ onde João César Monteiro não precisou de qualquer efeito para enquadrar em *décor* expressionista, bastou-lhe colocar a câmara, enquadrar rigorosamente, e esperar pela luz. A Mãe é o tema central destas *Recordações*, por isso o final com uma imagem barroca de Nossa Senhora. Depois de muita palavra, muito silêncio. É possível que o espectador seja levado pela provocação – ou pela truculência – do verbo (que César Monteiro escreve e diz um português admirável) e portanto abra mais os ouvidos do que os olhos – culpa nossa, não do realizador. Este é um *filme sagrado*, um *grande filme*

⁷¹⁶ *Jornal de Notícias*, 26 de Outubro de 1989.

⁷¹⁷ *Diário de Lisboa*, 19 de Outubro de 1989.

⁷¹⁸ *O Independente*, 10 de Novembro de 1989.

⁷¹⁹ *O Independente*, 3 de Novembro de 1989.

⁷²⁰ «A dor humana busca os amplos horizontes. E tem marés, de fel, como um sinistro mar» (Sentimento de um Ocidental, *O Independente*, 10 de Novembro de 1989).

romântico. É possível viajar por estas *Recordações* e quem se desorientar, orienta-se, para chegar ao mesmo verso e à mesma conclusão». «Meus filhos, são filmes destes que, pousando, vos trarão a nitidez às vidas. A todas as vidas»⁷²¹. João Bénard da Costa considerou este um grande filme.⁷²²

Detemo-nos em ‘O Belo e o Fétido’ (mas na parte I) porque encontramos João Bénard da Costa, na edição d’*O Independente* de 3 de Novembro de 1989, a dirigir-se a «alguns dos visados», a pedir: «O que pedi – e peço – é que eduquem o vosso gosto e saibam mais de cinema, se querem ser críticos de cinema e olhar para o espelho com vergonha. [...] Com palmadinhas nas costas fico embatucado. [...] Isto é mesmo uma manifestação de poder. Ou esperavam que não fosse?» Esta faceta pedagógica e acertiva do discurso de Bénard da Costa constrói uma crítica, qualquer crítica, e uma cultura.

Deixamos para o final as reacções dos colegas de profissão de João Céasr Monteiro: «Gosto muito do filme», afirma João Botelho⁷²³, «É muito sincero e agressivo e demonstra uma enorme coragem. E para além disto é bem escrito»; «Um dos filmes mais importantes que foram feitos nos últimos tempos», entendeu Fernando Lopes⁷²⁴; «Uma criação extremamente forte com cenas sublimes, um filme na altura certa», salienta Fernando Matos Silva⁷²⁵, um filme que «repõe o problema do cinema novo, do cinema de ideias e um realizador que marca esta geração.»; Margarida Gil⁷²⁶

⁷²¹ «Recordações da Casa Amarela era um grande filme – que é o que é» (João Bénard da Costa, *O Independente*, 17 de Novembro de 1989).

⁷²² *O Independente*, 17 de Novembro de 1989.

⁷²³ Este realizador diz que “os críticos, alguns, deviam voltar à escola, [...] quando lhes aparece um filme surpreendente fogem dele a sete pés” (Ana Paula Dias, *J.L.– Jornal de Letras, Artes e Ideias*, 5 de Dezembro de 1989).

⁷²⁴ Sobre a polémica junto da crítica, Fernando Lopes diz que «é normal, já que o filme é tão forte e tão fora do comum na habitual temática do cinema português que não deixa ninguém indiferente. Ou toca positiva, ou então negativamente» (*J.L.– Jornal de Letras, Artes e Ideias*, 5 de Dezembro de 1989).

⁷²⁵ Fernando Matos Silva acrescenta, ainda, na senda de João Bénard da Costa, que «Os críticos ganham sempre porque são eles que escrevem. [...] Não vale a pena comentar o trabalho de alguma crítica [...]. Não se trata de uma questão de conflito de gerações, mas sim de uma questão de cinematografia e há pessoas que gostam de consumir um estilo que de certa foi instituído pelo Tal&Qual» (Ana Paula Dias, *J.L.– Jornal de Letras, Artes e Ideias*, 5 de Dezembro de 1989).

⁷²⁶ Margarida Gil vai mais longe a insurge-se relativamente à «sala onde é exibido reduz o público» [...] «e não vi a imprensa ou a televisão falarem do filme quando se preparava a atribuição dos prémios Félix, uma cerimónia que todo o mundo vê. E escandaloso que não tenha havido aproveitamento da sua indigitação para os prémios». Esta realizadora considera os críticos ‘aguadeiros’ que têm «uma

não acredita, mesmo, que se fizesse muito melhor no mundo, no que toca a cinema, afirma que é um filme com «uma envolvimento esquizofrénica e a marca de imagem de um grande realizador, que tem aqui uma extraordinária interpretação como actor»; para Artur Semedo este é o melhor trabalho de César Monteiro, «ao pescoço de quem fica muito bem a pele de leão que lhe foi atribuída»; João Canijo⁷²⁷ e Monique Rutler⁷²⁸, adoraram o filme, conforme testemunhou Ana Paula Dias⁷²⁹, para o primeiro, trata-se de «um filme português muito bom e destinado ao sucesso»; finalmente, Paulo Rocha⁷³⁰ eleva que, depois *Verdes Anos*, este é o filme que «diz mais o termo eu e é mais autobiográfico», para este realizador, nunca, até àquele momento, tinha sido dado melhor exemplo dessa «vida apertada» dos tempos do Estado Novo, «onde as frustrações só se podiam afastar através dos sonhos», e fica contente quando pensa que, dentro da profissão, muitas pessoas ficaram rendidas, mesmo as que não gostavam do seu trabalho. Este é um filme que engrandece e espanta medos.

João César Monteiro oscila, neste filme, entre a comédia e o drama, para nos mostrar as prisões desprezíveis, as perdas, para fazer um retrato de Portugal dos anos 80, após a entrada para a União Europeia. Através dos dados do ICA é possível dizer que o montante do apoio concedido (em 1988) foi de 97 265\$59⁷³¹. Dos filmes estreados nesse ano, este foi o mais visto com 24.592 espectadores, seguido, de longe, por *Uma Pedra no Bolso*⁷³² com 1.699 e *Relação Fiel e Verdadeira*⁷³³ com 608.

moral, uma etiqueta, pequeno-burguesa. E se alguém vem por os pontos nos ii, como fez Bénard, respondem-lhe com perguntas» (Ana Paula Dias, *J.L. – Jornal de Letras, Artes e Ideias*, 5 de Dezembro de 1989).

⁷²⁷ João Canijo não perdoa: «há alguns críticos que são umas bestas!» (*Jornal de Letras, Artes e Ideias*, 5 de Dezembro de 1989).

⁷²⁸ «Dou 50% de razão para cada lado da crítica. Ambos os lados são tendenciosos.» (fide Ana Paula Dias, *J.L. – Jornal de Letras, Artes e Ideias*, 5 de Dezembro de 1989).

⁷²⁹ *Jornal de Letras, Artes e Ideias*, 5 de Dezembro de 1989.

⁷³⁰ Finalmente, em Agosto de 2013, o documentário *E agora? Lembra-me e o derradeiro filme Se Eu fosse Ladrão Roubava* estrearam no Festival de Locarno, depois da morte de Paulo Rocha, aos 77 anos. A homenagem acontece no mesmo festival que em 1964 distinguiu a sua primeira obra (*Os Verdes Anos*) internacionalmente. (*Jornal Público/Ípsilon*, 2 de Agosto de 2013).

⁷³¹ Isto é, 485€.

⁷³² Longa-metragem de 1988, filmada em 16mm, cor. Estreou a 15 de Junho de 1989 no Fórum

O seu primeiro filme *Sophia de Mello Breyner Andresen* data de 1969, assinando depois, entre outros, *Fragmentos de um Filme-Esmola* (1972), *Que Farei Eu com Esta Espada* (1975), *Veredas* (1975/1977), o primeiro grande êxito, sobretudo junto da crítica⁷³⁴, *O Amor e Três Romãs* (1981), *Os Dois Soldados* e *A Mãe* (1981) e *Silvestre*⁷³⁵.

A propósito do qual Afonso Praça⁷³⁶ ainda acrescentou: que é «um tipo de cinema que tende a desaparecer [...] um pouco como o lince da Macalta: se não tiver uma protecção estatal acabará por se extinguir.»

Encontramos, na história do cinema português, João César Monteiro como o autor de maior irreverência temática e visual, irreverência baseada no sarcástico de análise da sociedade e na forma como encara e desafia esta forma de ver a vida⁷³⁷.

2.12 *Non ou a Vã Glória de Mandar*, para a história de Portugal

Aos 81 anos, Manoel de Oliveira, depois do reconhecimento internacional, consegue com este filme, seis décadas depois do primeiro, a atenção e a consagração nacional. Mestre do cinema contemporâneo, unanimemente reconhecido, pela crítica e pelo público, em todo o mundo, traz nesta película uma reflexão sobre a História de

Picoas/Lisboa (Ramos, 2005: 472)

⁷³³ Longa-metragem de 1987, filmada em 16mm, cor. Estreou a 22 de Junho de 1989 no Fórum Picoas/Lisboa (Ramos, 2005: 472).

⁷³⁴ «Apesar disso, o filme não foi considerado de qualidade pela respectiva comissão, o que levou diversas figuras da cultura a tomarem uma posição, num abaixo-assinado» (Afonso Praça, *O Jornal*, 13 de Outubro de 1989).

⁷³⁵ As rodagens decorreram entre 1980 e 1981 (Ramos, 1989: 367) e estreou em 1982.

⁷³⁶ *O Jornal*, 13 de Outubro de 1989.

⁷³⁷ Ilustraremos esta sua característica com partes da entrevista do próprio ao jornal *Libération* e que o *Jornal de Notícias* (7 de Março de 1991) anota: «mesmo o melhor realizador, Manoel de Oliveira, é um pequeno cérebro, apesar do seu talento. [...] as suas considerações fazem-me rir» e que a maior “tara” dos realizadores dessa geração é «serem todos preguiçosos, conformistas com o poder político de rara mediocridade»; para ele o primeiro-ministro «é um discípulo medíocre de Margaret Thatcher» e o secretário de Estado da Cultura «um tecnocrata imbecil, admirador de Zeffirelli e que fala de concertos para violino da autoria de Chopin». Esta entrevista foi dada a quando da exibição daquele filme em duas salas de Paris num contexto muito elogioso por parte da crítica francesa.

Portugal⁷³⁸.

Este filme contou com as interpretações de Luís Miguel Cintra, Diogo Dória, Miguel Guilherme, Luís Lucas, Carlos Gomes, António S. Lopes, Mateus Lorena, Lola Forner, Raul Freire e ainda Rui de Carvalho, Teresa Meneses e Leonor Silveira⁷³⁹. Constituiu a mais ambiciosa produção até ao momento e, talvez, de sempre do cinema português. É o «cume de uma carreira que consagrou Manoel de Oliveira como um dos grandes mestres do cinema contemporâneo», salienta um comunicado difundido pela Atalanta Filmes.

A história alinha com o início da Lusitânia por volta dos anos 500 A.C. e corre a sua definição (até à morte de Viriato, 139 A.C.), passando pela II Dinastia (de Avis, entre 1385 e 1580) e pela época da Guerra Colonial (de 1961, com o início das Guerras Coloniais de Angola, Goa, Damão e Diu, até 25 de Abril de 1974)⁷⁴⁰. O filme começa verdadeiramente durante a guerra colonial quando, entre um grupo de militares, o alferes Cabrita, depois de ferido em combate, relata em sonhos a alguns dos seus homens as batalhas – e derrotas – mais célebres (e decisivas) da História de Portugal.

É um filme que conjuga a reflexão sobre o destino de um país, cujos homens quiseram ir sempre mais além e como depois de 1974 se viu reduzido às suas fronteiras originais⁷⁴¹. Neste filme Oliveira reflecte sobre as derrotas que caracterizaram a nossa História, interligando factos da Guerra Colonial com outros episódios históricos, desde Viriato até Alcácer Quibir⁷⁴². José Vaz Pereira⁷⁴³ afirma que só num fortíssimo acto de vontade se consegue intercalar a angústia e a esperança dos homens, acabando por «surpreender o optimista narrador».

⁷³⁸ *Diário Popular*, 11 de Maio de 1990; *A capital*, 12 de Maio de 1990.

⁷³⁹ *Primeiro de Janeiro*, 19 de Abril de 1990.

⁷⁴⁰ *Diário Popular*, 18 de Abril de 1990.

⁷⁴¹ *O Tempo*, 4 de Outubro de 1990.

⁷⁴² *Primeiro de Janeiro*, 13 de Outubro de 1990.

⁷⁴³ *Diário Popular*, 13 de Outubro de 1990.

Um cineasta que muitos idolatram e outros detestam, internacionalmente o seu valor é confirmado por todos⁷⁴⁴, como o ministro marroquino dos Assuntos Culturais, Mohamed Benaissa, que lhe reconhece uma grande sensibilidade artística que consegue, neste filme, um reencontro com a história dos portugueses, com «grande franqueza»⁷⁴⁵, ou o realizador (marroquino) Souheil Benbarka, que considerou este filme de «grande sensibilidade e qualidade técnica»⁷⁴⁶; e os jornalistas que reconhecem o grande talento do realizador.

De acordo com a distribuidora, Atalanta Filmes, o filme tem uma «dimensão épica»⁷⁴⁷ que decorre do discurso feito pelo alferes (interpretado por Luís Miguel Cintra), como «uma aula de História», uma tese exposta, de forma «ilustrativa»⁷⁴⁸. É um filme de acção entre a utopia e a realidade, onde se mostra que «a utopia quando levada à prática acaba sempre numa grande desilusão»⁷⁴⁹, uma fatalidade.

É impossível escapar ao mais evidente dos símbolos usados pelo realizador: a árvore - porque a morte do país é o renascimento de outro e a árvore é por isso a sua epígrafe, é uma epígrafe circular - da mesma forma que as personagens estão presentes em todas as 'histórias', como se vivessem circularmente eventos semelhantes, cumprindo em todos eles o mesmo papel. Mas quando na parte final do filme, são montadas em contraponto cenas da guerra colonial, esta forma de montagem confere ao final do filme um sentido dramático que ultrapassa qualquer exposição histórica⁷⁵⁰.

⁷⁴⁴ Manoel de Oliveira é um realizador 'fora de série' e não deixa de ser curioso verificar que cinéfilos estrangeiros partilhem desta opinião. Ally the Manic Listmaker diz que este é um dos directores mais interessantes da actualidade, não só por ser um pouco excêntrico mas também porque os seus trabalhos são muitas vezes surpreendentes – ele não vai dar ao público necessariamente o que ele quer. Actualmente é o mais antigo director a trabalhar, tão activo como sempre. «Encorajo-vos a aprofundar o seu trabalho», enquanto lhe atribui a classificação de 7.7 num máximo de 10. [Em linha]. [Consult. 13 Maio. 2013]. Disponível em <URL: na <http://www.listal.com/manoel-de-oliveira>.

⁷⁴⁵ *Correio da Manhã*, 18 de Janeiro de 1991.

⁷⁴⁶ *Diário de Notícias*, 16 de Janeiro de 1991.

⁷⁴⁷ *Diário Popular*, 11 de Maio de 1990.

⁷⁴⁸ *Público*, 15 de Maio de 1990.

⁷⁴⁹ *Notícias de Évora*, 9 de Outubro de 1990.

⁷⁵⁰ *Público*, 15 de Maio de 1990.

Para a revista *K* em Outubro de 1990, foi de maior ousadia à «árvore inicial se contrapor o negro final, como se só a figura de luto pudesse rimar com o luto inicial da pira de Viriato», considerando, por isso, que Manoel de Oliveira teria escolhido o tom da crónica para este filme. Esta revista debruça-se no plano (ou planos) que mesmo não sendo muito longo(s) parece(m) nunca mais acabar, porque parece que «as imagens (das tripas) e os sons (dos uivos) nunca mais nos vão sair dos olhos nem dos ouvidos, e a câmara não se aproxima nem se afasta, está imobilizada no mesmo horror. São planos! São planos subjectivos, imagens de acontecimentos que, apesar do óbvio da montagem ou do artificialismo das cenas históricas, existem através do ritmo que é o do olhar, surpreendido» e expectante, argui Francisco Louçã⁷⁵¹. Estética e tecnicamente, a utilização da árvore⁷⁵² não acaba nem começa, é também circular, à volta de quem se iniciaram e iniciam todas as viagens: o *travelling* quer dizer isso, especialmente quando é um *travelling* como o do início, «tão poderoso e tão majestático quanto própria árvore»⁷⁵³.

Sobre estes assuntos técnicos e de opções estéticas, José Vaz Pereira⁷⁵⁴ descreve-nos as tropas colocadas costas com costas num camião de transporte, «os homens olham directamente para a câmara enquanto falam ou dirigem-se uns aos outros num quase grande plano para acentuar a disputa de opinião enquanto como pano de fundo, sempre em movimento, a paisagem vai desfilando».

O resultado apresentado, de uma rodagem⁷⁵⁵ que se prolongou por quatro meses (entre Setembro e Dezembro) e que envolveu uma vasta equipa técnica e artística e muitas centenas de figurantes, é de uma «dimensão épica e espectacular, fora do comum

⁷⁵¹ *O Jornal*, 19 de Outubro de 1990.

⁷⁵² «A sequóia de *Vertigo*, ali se erguia muito, muito antes dos portugueses chegarem a África. Em termos nossos, o seu limite de duração é infinito. E como a palavra titular não tem princípio nem fim. É a árvore da origem. É a árvore que confunde céus e terras. É a árvore do bem e do mal. É a árvore-símbolo, é a árvore-árvore.» (revista *K*, Outubro de 1990).

⁷⁵³ Revista *K*, Outubro de 1990.

⁷⁵⁴ *Diário Popular*, 13 de Outubro de 1990.

⁷⁵⁵ «iniciou-se há um ano e prolongou-se por quatro meses, em Portugal, Espanha e África» (*Despertar*, 3 de Outubro de 1990), «foi em parte rodado no Alentejo» (*Notícias de Évora*, 9 de Outubro de 1990).

na nossa cinematografia»⁷⁵⁶. Foi, até à altura a maior equipa técnica reunida em Portugal, naquela que a Atalanta considera a mais ambiciosa produção de sempre do cinema português⁷⁵⁷. Manoel de Oliveira teve como assistentes de realização Jaime Silva e Manuel João Águas; os directores de fotografia e de produção, respectivamente, Elso Roque e Alexandre Barradas.

Será de realçar que a estreia deste filme marcou uma alteração nos circuitos de distribuição cinematográficos em Portugal, com a chegada da distribuidora Atalanta à programação das salas do King Triplex e 7ª Arte, em Lisboa. «Depois de anos em que a tendência para a concentração (e na prática para o monopólio da Lusomundo) parecia irreversível, esta é a mais importante tentativa de reconstituição de um pólo independente na distribuição cinematográfica em Portugal, mas que, mesmo tendo êxito na exibição em Lisboa, não poderá consolidar-se a prazo sem arrastar salas de outras cidades, designadamente do Porto, onde o virtual desaparecimento da exibição independente se tem vindo a revelar um factor de estrangulamento para todas as tentativas de distribuição minoritária.»⁷⁵⁸.

É também o momento das primeiras salas exploradas pela Medeia, empresa correspondente à Atalanta mas no sector de exibição - ambas ligadas ao produtor Paulo Branco. A actividade das duas empresas estava até, àquela data, centrada nas salas do Fórum. E, com a expansão do número de salas programadas, passaram a ser estreados filmes de outras pequenas distribuidoras como a Cinefilmes, que no King e no Fórum, a título de exemplo, estreou *Na Pele do Urso* de Eduardo Guedes (com Tom Waits) e *Palombella Rosa* de Nanni Moretti⁷⁵⁹. A este fenómeno não será estranho o facto do filme em causa ter tido um lançamento de grande envergadura, exibido, em simultâneo, em doze salas de nove localidades diferentes⁷⁶⁰.

⁷⁵⁶ *Primeiro de Janeiro*, 19 de Abril de 1990.

⁷⁵⁷ *Despertar*, 3 de Outubro de 1990.

⁷⁵⁸ *Público*, 12 de Outubro de 1990.

⁷⁵⁹ A.M.S. *Público*, 12 de Outubro de 1990.

⁷⁶⁰ *A Capital*, 13 de Outubro de 1990: 29.

O filme estreou, em termos de contexto histórico-político, numa fase entre o optimismo europeísta⁷⁶¹, diz Francisco Louçã⁷⁶², e um período da história mundial determinante e, neste contexto, até irónico já que se aproximava a Guerra no Golfo⁷⁶³ – *a mãe de todas as guerras*.

Non, no que diz respeito à sua projecção no exterior, foi escolhido (fora de competição) para a Selecção Oficial de Cinema de Cannes⁷⁶⁴, sendo a terceira⁷⁶⁵ obra do realizador a ser vista naquele prestigiado festival internacional de cinema. Nesse ano Manoel de Oliveira surgiu ao lado de Frederico Fellini e Akira Kurosava⁷⁶⁶ e distinguido com uma homenagem prestada pelo júri⁷⁶⁷ do Festival, onde recebeu ainda o prémio especial da crítica internacional⁷⁶⁸. A FIPRESCI⁷⁶⁹ concedeu o prémio ao realizador, como se lê na Acta, «pelo conjunto da sua carreira e pelo extraordinário rigor na procura da qualidade que sempre soube manter»⁷⁷⁰ e de que aquele filme é um «soberbo manifesto»⁷⁷¹. Foi considerado pelo jornal francês *L'Express* como «um dos mais estimulantes filmes do ano»⁷⁷².

⁷⁶¹ É o ano da construção do Centro Cultural de Belém de Sevilha, por exemplo.

⁷⁶² *O Jornal*, 19 de Outubro de 1990.

⁷⁶³ Aquando da exibição deste filme na Semana do Cinema Europeu em Rabat, entre 16 a 22 de Janeiro de 1991, estava apenas meia sala do cinema 'Zahwa' por ser uma noite de temores e de tensão. (*Jornal de Notícias*, 17 de Janeiro de 1991).

⁷⁶⁴ *Non* ou a *Vã Glória de Mandar* foi seleccionado pelo Ministério da Cultura de Espanha para representar aquele país no Festival de Cinema de Cannes, disse à Lusa um elemento da produtora Atalanta Filmes (*Diário Popular*, 11 de Maio de 1990).

⁷⁶⁵ As outras produções foram: *Soulier de Satin* e *Os Canibais* (*Primeiro de Janeiro*, 19 de Abril de 1990).

⁷⁶⁶ *Primeiro de Janeiro*, 19 de Abril de 1990 e *Diário Popular*, 18 de Abril de 1990.

⁷⁶⁷ «Manoel de Oliveira foi chamado ao palco onde estava a decorrer a cerimónia e foi homenageado pelo presidente do Júri, Bertolucci. [...]» (*Diário de Notícias*, 23 de Maio de 1990).

⁷⁶⁸ *Diário de Notícias*, 23 de Maio de 1990.

⁷⁶⁹ Federação Internacional de Críticos de Cinema (*Diário de Notícias*, 23 de Maio de 1990).

⁷⁷⁰ *Diário de Notícias*, 23 de Maio de 1990.

⁷⁷¹ *Idem*.

⁷⁷² *Diário Popular*, 29 de Setembro de 1990.

Na 3ª Primavera Portuguesa em Bordéus⁷⁷³ o filme foi exibido conjuntamente com *A Flor do Mar*, de João César Monteiro; inaugurou, em Valência, a XI Edição do Festival de Cinema do Mediterrâneo⁷⁷⁴; e, durante a Semana do Cinema Europeu em Rabat⁷⁷⁵, o chefe da missão da CEE em Marrocos afirmou-se admirado pelo talento dado à história dos portugueses, num filme «muito belo»⁷⁷⁶. Ainda no mesmo ano, o filme foi um dos 180 seleccionados para o XV Festival de Cinema de Hong Kong e escolhido para participar no Festival de Cinema de Varsóvia (Polónia)⁷⁷⁷.

No que respeita à crítica, o diário *Público*⁷⁷⁸ destaca como o realizador através do primado da *mensagem*, do «catecismo humanista, limita cinematograficamente o filme, deslocando, do estrito campo cinematográfico, o seu interesse para, um mais lato aspecto cultural, a interpretação de Portugal proposto, opondo os desejos de grandeza à dádiva», à humanidade. A revista *K*⁷⁷⁹ não poupa elogios à «glória de filmar» de um realizador que «não pára de surpreender».

José Vaz Pereira⁷⁸⁰ não compreende bem o *clipping*⁷⁸¹ do realizador, que lhe

⁷⁷³ Este certame decorreu com a presença de escritores, críticos, ensaístas e jornalistas de ambos os países, com o programa dos dois primeiros dias dedicado a Lobo Antunes. Através de uma conferência que moderada por Eduardo Prado Coelho deu-se atenção à vida e obra de Eça de Queirós, enquanto Agustina Bessa Luís esteve presente numa sessão em que a sua obra foi analisada ao lado da de Camilo Castelo Branco, numa apresentação realizada por Torcato Sepúlveda. Para evocar a geminação Porto-Bordéus foi inaugurada a exposição ‘Arquitecturas do vinho na região do Porto’, com fotografias de Luís Ferreira Alves e Manuel Magalhães, comissariada por Eduardo Paz Barroso, em resposta à exposição ‘Château-Bordeaux’, que tinha sido apresentada no ano anterior no Porto (Sérgio C. Andrade, publicação e data ilegíveis).

⁷⁷⁴ *Diário Popular*, 11 de Outubro de 1990.

⁷⁷⁵ *Correio da Manhã*, 18 de Janeiro de 1991.

⁷⁷⁶ *Jornal de Notícias*, 17 de Janeiro de 1991.

⁷⁷⁷ *Diário de Notícias*, 7 de Outubro de 1991.

⁷⁷⁸ 15 de Maio de 1990.

⁷⁷⁹ Outubro de 1990.

⁷⁸⁰ *Diário Popular*, 13 de Outubro de 1990.

⁷⁸¹ «Não vou muito, como já disse, na tal história do clipping da imprensa estrangeira mais ou menos fabricada pelo poderoso lobby de Oliveira.» (José Vaz Pereira, *Diário Popular*, 13 de Outubro de 1990).

chega do estrangeiro, onde só encontra referências elogiosas, dizendo, com alguma ironia, que tal se deverá ao facto de «lá fora terem dificuldade em entender material como o de *‘Non ou a Vã Glória de Mandar’*, porque há coisas intraduzíveis – e ainda bem», remata. Reduz o filme a «uma crónica das andanças» e continua com as habituais menções ao distanciamento dos actores, que «não vivem o texto mas antes o lêem, à sua solenidade (majestosa) com uma marca de um director que vê a linguagem cinematográfica como um desenvolvimento da expressão teatral». Este jornalista, surpreende ao confessar que neste filme essa distância é neutralizada, a emoção é recuperada e Manoel de Oliveira vai mais directamente ao fundo das questões, não jogando, à defesa, nem se apresentando como um «filme de prestígio», abrindo um novo caminho, «interessante e empolgante». Manoel de Oliveira nunca terá aceite a tirania das modas nem abdicou da lógica e beleza das imagens, particularmente refinadas neste filme, permitindo ao espectador um vasto campo de fruição estética, deixando, ao mesmo tempo, a visão do realizador, a visão de Manoel de Oliveira. Por outro lado, na crónica de *O Independente*⁷⁸², o jornalista olha para este filme como uma combinação de episódios históricos escritos e transpostos para imagens «sem alteração de linguagem, em que as imagens são ilustrações, com factos de época, de explicações orais já dadas» onde faltará a verosimilhança⁷⁸³. Francisco Louçã⁷⁸⁴ explica como o filme fala do destino mítico, da identidade nacional, de um «essencialismo lendário que universalizaria o curto território da memória portuguesa, ora, fala a contragosto, com outra linguagem, sem esperança nem publicidade», aí está a virtude deste filme:

⁷⁸² Suplemento Ver, 19 de Outubro de 1990.

⁷⁸³ «Neste capítulo, como escolha pessoal, refiro os diferentes penteados no episódio de Viriato. Quando Oliveira, sem o apoio de documentos visuais da época, tem que recorrer à fantasia ou à imaginação (no episódio da Ilha dos Amores), o resultado deveria ir para um museu do kitsh, e mais as ninfas de olhos pintados e os tristes pirilaus dos meninos cupidos. A parte menos má é a da guerra colonial e das conversas dos soldados, bonecos a duas dimensões num mundo de conceitos e de grandes palavras abstractas (verdade, pátria, história, descobrimentos). Mas veja-se como, apesar de ser sobre as derrotadas de Portugal, o filme não deixa de ser heróico e nacional-messiânico. É verdade que este cinema continua a deixar indiferentes alguns de nós. Vê-se e esquece-se, sem que possa aspirar a mais do que um ou outro merecimento enigmático (o travelling da árvore, o olho do soldado ferido). Falha gritantemente na encenação de factos e movimentos. Nas imagens, não vejo vigor específico nem rigor cinematográfico. Muito menos uma beleza própria. Por isso o resultado se apresenta menos como cinema do que como um método audiovisual de ensino à distância.» (*O Independente*, suplemento Ver, 19 de Outubro de 1990).

⁷⁸⁴ *O Jornal*, 19 de Outubro de 1990.

perturbar um pouco as «águas mansas em que vamos vivendo, deixando em aberto uma leitura diferente do passado, convocando a memória sem as certezas do futuro». Conclui, chamando a atenção para que «se nos reduzirmos à história, linear, como acaba por fazer Oliveira, nada se diz nem nada se sabe sobre o país passado e presente». Isto é como se *Non* fosse «um *manipanso* cinematográfico onde a tese histórica de Oliveira oscila entre as banalidades inchadas e o discurso das “coleções de cromos da história pátria”», para Eurico de Barros⁷⁸⁵ «se o realizador tinha algo de original a dizer, não conseguiu pô-lo em palavras», «muito menos articulá-lo em imagens», não abrandando, ameaçava que «se para ser bom português é obrigatório ter respeitinho e gostar de Oliveira, então renunciava à nacionalidade». Outra análise faz Guilherme de Melo⁷⁸⁶, para quem este filme é «muito belo, cheio de dignidade, de uma grandiosidade rara, em que se chega ao fim com um nó na garganta e o tal brilhoso nos olhos». Como seria natural, o filme de Manoel de Oliveira as mais desencontradas das reacções, ao ponto de Vasco Graça Moura⁷⁸⁷ ter vindo explicar porque vetou o subsídio ao filme: «porque quatro derrotas não comemoram os Descobrimentos».

Aquando da sua exibição na televisão, João Leitão Ramos⁷⁸⁸ recorda como o filme apareceu desde logo como «excepcional a todos os títulos». Excepcional pelo «amadurecimento da sua concepção» (uma obra que Oliveira acalentava desde os anos 70) e pela «envergadura da sua produção», até então o mais caro filme da história do cinema português (rodagem em dois continentes, centenas de figurantes, cavalos, adereços, batalhas encenadas, etc.); excepcional quanto às ambições (Oliveira a medir-se com a Pátria e o seu destino); excepcional quanto às reacções (não porque «dividiu a crítica e a *intelligentzia*», isso é normal com a obra de Oliveira, mas porque dividiu os

⁷⁸⁵ Dentro do seu sistema de classificação de 00/Atentado à inteligência e 5/Magnifico, Eurico de Barros deu um 0 a *Non*, ou a *Vã Glória de Mandar*, o equivalente a um ‘Para esquecer’, em oposição a *Assalto ao Aeroporto de Renny Harlin* a que concedeu um 4, ou seja ‘Muito bom. (Eurico de Barros, *Semanário*, Cinema em Cartaz, 20 de Outubro de 1990).

⁷⁸⁶ *Diário de Notícias*, 28 de Outubro de 1990.

⁷⁸⁷ «A indignação de Vasco Graça Moura resume-se então a isto: o filme, as “coordenadas de um novo destino estropiado e aselha”, ao contrário dos decretos-lei ou dos isqueiros distribuídos pela Comissão dos Descobrimentos, não enche o cidadão comum de brios nacionalistas, nesse fervor em que cabe toda a ideologia de um regime que é capaz de mais.» (Francisco Louçã, *O Jornal*, 19 de Outubro de 1990).

⁷⁸⁸ *Expresso*, suplemento Cartaz, 24 de Abril de 1993.

próprios «oliveiristas», aqueles que continuamente, se vinham batendo pelo reconhecimento do seu cinema); excepcional, na divulgação e recepção (foi dos filmes de Oliveira com mais vistos nas salas e com mais vendas internacionais); único em Portugal, até àquele momento, em distribuição em todos os suportes (exibição em sala, nos videoclubes, chegando, entretanto, à televisão); excepcional, enfim, porque fala não de personagens particulares, não de uma história privada, mas de nós enquanto «corpo e alma colectivo». «*Non...* é essa vontade de contar feita filme», prossegue, garantindo que para além de lhe parecer «um dos mais fascinantes objectos cinematográficos que algum dia atravessaram» o seu caminho, encontra nele «mais certezas sobre aquilo que o filme não é do que sobre aquilo que é»: porque não é um filme de afirmações, é um filme de interrogações porque não tenta colocar-se num ponto de vista e discorrer sobre ele, mas desloca-se, no tempo e no espaço do mito e a «disparar perplexidades» quando «é tempo de estancar as certezas».

Dois críticos de São Paulo mostram opiniões divergentes. Referindo-se ao cineasta português como «um dos queridinhos dos ‘Cahiers du Cinema’», Luiz Zanin Oricchio (no jornal *O Estado de São Paulo*), classifica o filme como «uma reflexão sobre o fim do sonho colonial português», de uma «densa meditação, feita em voz alta sobre a carroçaria de um camião de transporte de tropas», brincando que nunca se tinham visto guerreiros tão intelectualizados: «feliz o exército que pode contar com quadros qualificados como os militares de Oliveira», antes de ressaltar que o cinema do realizador não é «feito só de literatice, é hábil na construção de planos belíssimos, que ficam gravados na memória do espectador», pena que essas sequências «não tenham sido suficientes para segurar o interesse do cinéfilo», porque Manoel de Oliveira é um realizador «verbal, verboso, *verborrágico*». Já o crítico do jornal *Folha de São Paulo*, Inácio Araújo, preocupou-se sobretudo em recomendar uma espécie de guia que ajuda o brasileiro a superar certas barreiras capazes de distanciá-lo dessa obra-prima, que dispensa, na sua opinião, qualquer crítica: a primeira barreira é de ordem linguística, diz, lamentando que o filme tenha chegado aos cinemas sem legendas, «na vã ilusão de que a língua portuguesa é uma só, no Brasil e em Portugal», nota, aconselhando, que convém o espectador relaxar e não se preocupar se perder uma palavra porque, com o tempo, «o ouvido acostuma-se a falar lusitano»; a segunda, decorre do facto de, no Brasil, se ter por verdade que em Portugal não se faz cinema e que «um português não é

capaz de fazer um bom filme»⁷⁸⁹.

Manoel de Oliveira realiza um drama histórico, um filme que conta os episódios mais marcantes (e catastróficos) da história militar portuguesa, através dos flashbacks de um soldado. Num híbrido temporal, a história é apresentada numa fusão aparentemente arbitrária mas ligada pelos mitos unificadores, questionando a identidade e destino do país.

Um filme excepcional com profundas imagens, que dispensam ‘legenda’, «é um acto de suma ironia: o que parece não é. [...] no cerne das suas preocupações [...] toda a cultura universal baseada na conquista do poder [...]» (Areal, 2011: 213-4)

Sobre as condições de produção deste filme, sabemos, através dos dados do ICA, que o montante do apoio concedido pelo Instituto português (em concurso de 1989) foi de 226 703\$64⁷⁹⁰.

Manoel de Oliveira é um dos diretores mais interessantes da nossa cinematografia, não só por ser original mas também porque os seus trabalhos são muitas vezes surpreendentes - ele não dá ao público necessariamente o que ele quer. É, actualmente, o mais antigo diretor a trabalhar, tão activo como sempre.

2.13 *Ao Fim da Noite*, uma variação *Duma Vez Por Todas*

Em português este para se intitular *Até ao Fim* mas, entretanto, Vergílio Ferreira publicou um romance com esse mesmo nome, «parece que havia alguém interessado em adaptar esse romance para cinema. Podia ser como o título em francês, *L’amour Extreme*, mas seria demasiado claro»⁷⁹¹.

Joaquim Leitão surpreende sempre pela tranquilidade que mantém, mesmo face

⁷⁸⁹ *A Capital*, 9 de Janeiro de 1993.

⁷⁹⁰ Aproximadamente 1130€.

⁷⁹¹ Inês Pedrosa, *Expresso*, Cultura, 29 de Setembro de 1990.

aos percalços na rodagem. Inês Pedrosa⁷⁹² espanta-se como ele mantém um tom imperturbável e tranquilo. O realizador «de perfil de navalha, olhar de aço azul sobre a voz funda, nasalada (à americana mas sem legendas) mostra-se em fábulas onde os negócios escuros se revelam à luz da noite, na proporção inversa dos sentimentos claros, que rodam no segredo dos corpos até ao negro abismo, onde as mulheres são de poucas palavras e muita fatalidade». Joaquim Leitão garante-lhe que é um péssimo realizador mas que pode fazer um bom filme se o texto e o material humano forem bons.

Com este filme, para uns, fica provado o seu profissionalismo, no seu ofício, e, para outros, confirma que o cinema português não precisa de ser necessariamente «enfadonho e pretensiosamente artístico»⁷⁹³. Já em 1987, o seu primeiro filme, constituiu uma surpresa no meio: *Duma Vez Por Todas* não revelava apenas um director seguro e conhecedor do ofício mas um modelo para um outro cinema, «alternativo», isto é, capaz de uma abordagem mais comercial⁷⁹⁴, pensando um filme para agradar com o público (em geral) na mira.

A crónica de Inês Pedrosa⁷⁹⁵ testemunha como num dia de rodagem tudo pode correr ao contrário do previsto – toda a equipa confirma que lhe calhou o dia mais azarado, um caso de polícia: «Os automóveis estavam todos alinhadinhos, prontos para as corridas vertiginosas, quando as autoridades informaram que “cascadeurs” não estavam e os carros tinham mesmo que ser conduzidos por agentes de verdade (que tinham sido contratados para animar a cena e não eram especialistas para conduzirem pela Marginal a duzentos à hora)». Este impasse obrigou a «alterações ao guião» e aqueles agentes aceitaram conduzir os ditos veículos (à paisana); os seus carros (cidadinos) não tinham os motores preparados para as manobras necessárias, não conseguindo acompanhar o do fugitivo. Conclusão, às sete da tarde ainda o casal de heróis não tinha percorrido os primeiros metros daquela «louca perseguição». É nesta

⁷⁹² *Expresso*, suplemento Cultura, 29 de Setembro de 1990.

⁷⁹³ *Público*, 13 de Dezembro de 1991.

⁷⁹⁴ Nos anos seguintes forçaram Joaquim Leitão a virar-se para a televisão e o seu segundo filme teve de esperar quatro anos para ser feito. (cfr. Cinemateca Portuguesa, 2005).

⁷⁹⁵ *Expresso*, 29 de Setembro de 1990.

altura que a produção cogita formas criativas de esticar o orçamento (um dia extra de filmagens significa mais encargos com actores, técnicos, figurantes, locais, licenças, adereços, refeições, etc). Sabemos de um outro episódio/acidente equivalente nos resultados: quando João Grosso esmurrou, mesmo, Simon de La Brosse⁷⁹⁶ provocando mais alguns dias de atraso nas filmagens; ou aquele outro, nas filmagens de exteriores da Quinta da Marinha, quando apareceram umas meninas a cavalo, no preciso instante que o realizador diz “Acção!” seguido de “Corta!” diz, o assistente de realização, João Pedro Ruivo⁷⁹⁷.

«Hoje é tudo uma questão de sol, velocidade, tiros e poeira. Mas as garrafas de azoto demoram a chegar, os figurantes passeiam de mãos nos bolsos, os ‘maus’ secundários anseiam pelas algemas». Gabriela Cerqueira⁷⁹⁸ andava «com uns papéis cheios de horários e tempos na mão», depois é o «sol que se esconde quando não deve e aparece quando não é preciso»; acertar, ao milímetro palavras, gestos, enquadramentos e velocidades, «ensaiados ao milímetro mas quando a ‘claquette’ bate e as câmaras começam a rodar já nada sai como devia».

Os *cameramen*, dirigidos por Carlos Assis, vão contando anedotas para passar o tempo; Henrique Espírito Santo e Luís Norton de Matos aparam o cabelo, para que não se note que cresceu desde a última cena; a sala de maquilhagem, guarda-roupa e escritórios concentram-se num autocarro de dois andares, estacionado na bomba de gasolina que serve de ponto de encontro. As refeições são asseguradas por uma empresa ‘sobre rodas’ especializada em alimentar hordas de gente onde for preciso. Abrem-se as ‘roulottes’, instala-se a esplanada debaixo das árvores e já está. Há polícias fardados,

⁷⁹⁶ Este actor nasceu em 1965. Estreou-se em 1983 (Paulina na Praia). A sua carreira mostra 32 trabalhos creditados, a maioria em televisão, e o seu último é exactamente numa mini-série de televisão (Louise et les marchés 1998). Morreu prematuramente em 1998. [Em linha]. [Consult. 14 Maio. 2013]. Disponível em <URL: <http://www.imdb.com/name/nm0004490>>.

⁷⁹⁷ «Corta-me o trânsito aí em baixo outra vez, se não te importas. Vamos recomeçar». Daniel del Negro, o director de fotografia, não perde o aguçado humor: «Com tantos duplos, não há um que possa vir para o meu lugar?» (*Expresso*, 29 de Setembro de 1990).

⁷⁹⁸ O primeiro trabalho creditado, desta produtora, está datado de 1977, o documentário *Terra de Pão, Terra de Luta*, onde fez a produção executiva, seguindo-se *Les Trois Couronnes du Matelot* (1983). Dos seus 11 trabalhos creditados como directora de produção, o último foi o telefilme *Les Femmes et les Enfants d’Abord* (1995) e como produtora associada em *Os Mutantes* (1998). [Em linha]. [Consult. 14 Maio. 2013]. Disponível em <URL: <http://www.imdb.com/name/nm0148741>>.

mais de metade deles «vão a brincar» – mas é difícil dizer quais. São cerca de quarenta e cinco pessoas a criar outro mundo. Durante esta reportagem da rodagem, «Laura Morante (Cláudia) boceja nos intervalos do seu papel de deusa mortífera, ou cantarola para descontrair e treinar». Entretanto Simon de la Brosse escreve num bloco ou um livro que trás sempre consigo – como o personagem que interpreta. É por isso que nunca se cansa das intermináveis esperas do cinema, diz ele. Laura sorri e concorda «Há sempre tanta coisa a acontecer, mesmo quando não se está a filmar...». Nos outros papéis, secundários, encontramos Canto e Castro, Sérgio Silva, Alfredo Vaz, Horácio Santos, Henrique Espírito Santo, Luís Norton de Matos, Alexandre de Sousa, Goretti Santos, Ana Cristina Oliveira, Cândida Vieira (que também está creditada como chefe de produção), Ana Lorena (que é a maquilhadora) e João Grosso («excelente e convincente como vilão»).

Para Inês Pedrosa⁷⁹⁹ esta é «uma história de paixão e polícia. Há-de ter sovas e beijos, corridas vertiginosas, a diva corre com a mala do dinheiro para o automóvel de um dos maus da fita, e arranca a toda a velocidade. O herói precipita-se para o carro, ela trava, ele entra, empurra-a para o lugar do morto e acelera a fundo. A polícia persegue-os mas eles ganham avanço, através do habitual festival de derrapagens, piões, ultrapassagens e travões. A ideia original foi uma história que Joaquim Leitão leu sobre Andy Warhol e como, a certa altura, que se sentia como uma personagem de uma série de televisão. Parecia-lhe que a vida dele era uma coisa estranha, irreal, foi para um hotel e um amigo apareceu e deu-lhe dois tiros. Laura Morante é a mulher fatal. Simon de La Brosse há-de correr para o abismo por causa dela.»

Ao *Fim da Noite* é, de certo modo, uma variação de *Duma Vez Por Todas*. Tem como pano de fundo a Lisboa do fim dos anos 80 e o tráfico de diamantes de Angola⁸⁰⁰, como o anterior, é uma história de obsessão: um homem apaixonado por uma mulher, de tal modo obcecado por ela que vê apenas o que quer ver. A personagem feminina, Cláudia, manipula Jorge até se apaixonar por ele, acabando vítima dos seus sentimentos.

⁷⁹⁹ *Expresso*, 29 de Setembro de 1990.

⁸⁰⁰ Manuel Cintra Ferreira (Cinemateca Portuguesa, 2005).

Numa sessão especial para serem visionadas algumas sequências toda a gente gostou do tom, «muita noite, muito azul e muito gelo»⁸⁰¹, onde o realizador trata o tema «como Preminger dos anos 40 e Hitchcock de *Vertigo*»⁸⁰² resultando numa intriga policial bem imaginada e contada onde se reflectiam as influências daqueles e de Brian De Palma.

Como no filme anterior Joaquim Leitão conta com a colaboração de Daniel Del Negro, o seu habitual director de fotografia, até *Uma Vida Normal*, que nesta triologia (se assim se pode chamar) se revela como um «magnífico pintor da noite lisboeta»⁸⁰³, principalmente no uso das cores nos interiores⁸⁰⁴.

O espectador fica atónito quando ouve falar nos milhares de contos que o mais comezinho dos (nossos) filmes custa produzir, por isso é fundamental que se entenda o que está em causa e como, por exemplo, neste caso «os 34 610 contos»⁸⁰⁵ de subsídio automático dariam apenas para um décimo das despesas reais», obrigando, portanto a trabalhar em co-produção – nem de outra forma podia ser, conclui Inês Pedrosa⁸⁰⁶. Se assim fosse, o filme teria custado 346.100 contos⁸⁰⁷.

O *Público*⁸⁰⁸ salvaguarda que «o que mais pesa neste filme são as suas boas intenções», a vontade de Joaquim Leitão tentar um tipo de cinema diferente do que é habitual no nosso país, o que por si só é uma intenção admirável. E acrescenta como fica provado com este filme que «o cinema português não tem de ser necessariamente enfadonho ou pretensiosamente artístico». É por isso que considera excessivas algumas críticas de que o filme foi alvo, porque «Portugal não está habituado a um filme seja só

⁸⁰¹ *Expresso*, 29 de Setembro de 1990.

⁸⁰² Manuel Cintra Ferreira (Cinemateca Portuguesa, 2005).

⁸⁰³ Ou «o silêncio da luz» de Daniel del Negro, acrescenta Inês Pedrosa.

⁸⁰⁴ Manuel Cintra Ferreira, (Cinemateca Portuguesa, 2005).

⁸⁰⁵ O que será o mesmo que dizer 173.050€.

⁸⁰⁶ *Expresso*, Cultura, 29 de Setembro de 1990.

⁸⁰⁷ O equivalente a 1.730.500€.

⁸⁰⁸ 13 de Dezembro de 1991.

o que aparenta» – claro que há aspectos em que o filme denota alguma fragilidade, como a própria história, que não suscita grande interesse, mas, no conjunto, parece-lhes um objecto interessante, que «deve ser visto (se possível) sem preconceito».

Então, porque falha um filme que possuía argumentos suficientes para se impor como obra lograda e que poderia ter sido o seu melhor filme. A resposta recai, de novo no tratamento da história, que parece «arrastar-se sem uma direcção precisa para só perto do fim se mostrar naquilo que poderia ter sido. Mas não deixa de ser um filme bem encenado e uma movimentação dos actores muito interessante. Um traço em comum com *Duma Vez Por Todas*»⁸⁰⁹.

Joaquim Leitão não trouxe, com este drama, qualquer novidade, utilizando as estratégias do *filme americano*. É um filme sem as ambições do antecessor, tecnicamente não será impecável, ficando aquém do que se desajaria.

Por fim, sabemos que para além do montante do subsídio automático do Instituto Português do Cinema, foram conseguidos outros apoios, por via de um acordo entre o Centre National de Cinématographie, que protege as produções luso-francesas, e o IPC (apoio, concedido em 1988, de 172 584\$07). Houve, ainda, o subsídio que a Eurimages atribui a produções que envolvam três países. O restante terá sido proveniente da Alert Film, de Berlim, e da P.C.A., de Paris.

Os papéis principais foram equitativamente distribuídos pela França (Simon de La Brosse e Laura Morante que é italiana residente em França), Alemanha (Peter Sattmann) e Portugal (João Grosso). O filme foi visto por 20.650 espectadores, de acordo com os dados do ICA.

Além desta longa-metragem, o realizador, para além de trabalhos em vídeo para dois espectáculos de Ricardo Pais, realizou *Duma Vez Por Todas* (1987), que teve uma reacção interessante do público, com 28.563 espectadores (Ramos, 1989: 223).

⁸⁰⁹ Manuel Cintra Ferreira (Cinemateca Portuguesa, 2005).

2.14 *O Rei Pasmado*, um filme histórico-cómico

Apesar de ser, marcadamente, um filme espanhol, este filme é considerado pelo ICA como estreia nacional, dado ter nascido de uma co-produção internacional.

Neste filme, o realizador, Imanol Uribe respeita o texto de Ballester⁸¹⁰ e cita «visualmente Velazquez⁸¹¹ e Murillo». Com Gonzalo Torrente Ballester sobrevive na Península a antiga tradição do pícaro, tradição que Imanol Uribe soube preservar no cinema⁸¹². Realizando com «gosto e vivacidade, uma comédia que pretende ser acima de tudo um divertimento, conseguida com desenvoltura e brilho», desvenda José Vaz Pereira⁸¹³. Com uma «imensa ironia», o realizador conduz-nos por entre jogos políticos e os bastidores da corte.

Embora possa não estar sempre isento de deficiências, Imanol Uribe tem a «sagacidade necessária para conduzir de forma eficaz esta intriga palaciana, onde de maneira picaresca se critica a hipocrisia política, o obscurantismo ignorante dominante do século XVII», adita Jorge Neves⁸¹⁴. Com a escolha de ambientes e locais sugestivos acaba por seduzir e divertir todos os espectadores.

O filme consegue conter um *casting*⁸¹⁵ perfeito, na opinião de José Vaz Pereira⁸¹⁶, onde há uma imponente galeria de personagens e de figuras benevolentes face a um mundo que extrema posições. O filme é sobretudo apoiado pelo «notável elenco»,

⁸¹⁰ «Com Gonzalo Torrente Ballester sobrevive na Península a antiga tradição do pícaro. Tradição que Imanol Uribe soube preservar no cinema»(Torcato Sepúlveda, nome da publicação e data ilegíveis).

⁸¹¹ «A única coisa que Filipe IV de Espanha deixou de bom foi a série de retratos feita pelo pintor da corte, Velazquez.» (Eurico de Barros, nome da publicação e data ilegíveis).

⁸¹² Torcato Sepúlveda, nome da publicação e data ilegíveis.

⁸¹³ *Se7e*, 13 de Agosto de 1992.

⁸¹⁴ *O Comércio do Porto*, 15 de Agosto de 1992.

⁸¹⁵ Assinale-se que a personagem de jesuíta Almeida, interpretada pelo português Joaquim de Almeida, é absolutamente conseguida, outra não seria de esperar deste excelente actor de composição. (Torcato Sepúlveda, nome da publicação e data ilegíveis).

⁸¹⁶ *Se7e*, 13 de Agosto de 1992: 10.

corroborar Jorge Neves⁸¹⁷, o que faz deste filme um verdadeiro exemplo da eficácia dos actores: Joaquim de Almeida, Fernando Fernán Gomez e Gabino Diego – este é o intérprete principal na figura do jovem rei *pasmado* que dá título ao filme. As prestações, dentro desse elenco, são de tal forma semelhantes que todos se destacam, mesmo quando desempenham figuras coadjuvantes dando vida a caricaturas, de forma irresistível, por «quem sabe muito bem o ofício de representar». Quatro mulheres emprestam, para além da marca do seu «talento histriónico», a sua beleza, saúda Vitoriano Rosa⁸¹⁸: Maria Barranco (a meretriz), Alejandra Grepí (amiga e confidente da meretriz), Laura del Sol e Anne Roussel (a rainha). Pelo lado dos homens destacam-se: Gabino Diego, Juan Diego, Joaquim de Almeida e Fernando Fernán-Gomez.

Com o título original é *El-Rey Pasmado* foi uma co-produção com Espanha, França e Portugal (1991), entre a Ariane Filmes, Arion Productions, Inforfilmes e distribuído pela Atalanta Filmes, descreve o *Diário de Notícias*⁸¹⁹. O argumento é de Juan Potau e Gonzalo Torrente Malvido, a fotografia de Hans Burmann e a música de José Nieto.

Este realizador é o autor de um dos filmes de terror mais elogiado e premiado na edição do Fantas Porto de 1990, e exibido na RTP, *La Luna Negra*. O género fantástico está também presente neste filme, como uma espécie de assinatura de Uribe, isto na convicção de Eurico de Barros⁸²⁰.

Para os portugueses, o filme reveste-se de enorme interesse e curiosidade porque a acção decorre na corte de Filipe IV de Espanha⁸²¹ (ou Filipe III de Portugal, durante a época da ocupação espanhola). A intriga é palaciana, mas conta uma história de um rei

⁸¹⁷ *O Comércio do Porto*, 15 de Agosto de 1992.

⁸¹⁸ *Correio da Manhã*, 10 de Agosto de 1992.

⁸¹⁹ *Idem*.

⁸²⁰ Nome da publicação e data ilegíveis.

⁸²¹ «Filipe IV de Espanha e III de Portugal era um rei banana. Deixou o desastre do Olivares tomar conta dos negócios de Estado, deixou a Igreja fazer o que lhe apetecia, perdeu a guerra em Portugal, perdeu a Flandres, perdeu a guerra com a França, ia perdendo um bocado da própria Espanha e deixou um herdeiro fraco e impotente que foi a origem das Guerras da Sucessão. [...]» (Eurico de Barros, nome da publicação e data ilegíveis).

que não passa de um homem como os outros, que se «abisma de espanto ao ver pela primeira vez na vida o corpo de uma mulher, na sua estonteante nudez»⁸²², que o deslumbra e enlouquece ao ponto de não querer saber mais dos assuntos do estado.

Estamos em Madrid (cidade e corte) no século XVI. O Rei de Espanha, com 20 anos, é um jovem inexperiente na política e, principalmente, no amor. Uma noite, acompanhado por um amigo ocasional, descobre nos braços de Marfisa (uma das mais belas prostitutas) o que é o corpo nu de uma mulher⁸²³. Numa corte dominada pela Igreja e pela Inquisição, o rei insistia ver a (sua) rainha nua e transformar isso numa observação mais vasta. Esta atitude é afinal uma forma divertida de tratar questões como a da intolerância e o «medo da carne» que dominavam a Espanha (Portugal) imperial, defende José Vaz Pereira⁸²⁴.

Para este jornalista *O Rei Pasmado*, de Imanol Uribe, evidencia a possibilidade de um filme histórico, ou de época, não ter de ser aborrecido, apresenta-se num «registo de farsa», «tratado com uma irreverência que ultrapassa o brejeiro» apreça António Branco⁸²⁵; e Vitoriano Rosa⁸²⁶ sublinha, ainda, a capacidade dos espanhóis – que nós nem sempre conseguimos – pegarem numa anedota histórica e transformá-la num filme interessante.

Eurico de Barros atribui «medalha de ouro» à iluminação e à fotografia, enquanto Torcato Sepúlveda⁸²⁷ frisa que a passagem ao cinema de *Crónica do Rei*

⁸²² O Rei acaba por «exigir ver também a rainha tal como ela veio ao mundo. A corte engasga-se, Olivares arregala os olhos, o Inquisidor-Mor franze o sobrolho, o povo sussurra, a rainha, francesa, aconselha-se com as aias, e um franciscano de mãozinhas melífluas e tonsura fanática, roça a apoplexia e começa a mexer cordelinhos político-religiosos, para capitalizar com o escândalo – revestindo os dividendos a forma de herejes queimados em fogueiras de Santo Ofício. Enquanto isso, uma vitória na Flandres e a chagada da frota a bom porto em Cádiz são feitas depender do facto do monarca conseguir ou não mirar a real consorte nua.» (Eurico de Barros, nome da publicação e data ilegíveis).

⁸²³ *Primeiro de Janeiro*, 21 de Agosto de 1992.

⁸²⁴ *Se7e*, 13 de Agosto de 1992.

⁸²⁵ Nome da publicação e data ilegíveis.

⁸²⁶ *Correio da Manhã*, 10 de Agosto de 1992.

⁸²⁷ Nome da publicação e data ilegíveis.

Pasmado não desmerece a obra literária, acreditando que a adaptação não terá sido muito difícil já que a novela parecia ter sido escrita para esse efeito.

O realizador, conta Eurico de Barros, usou Toledo, Salamanca e Guimarães para recriar o século XVII, em tons predominantemente cinza e quase sempre na sombra de salas, corredores, em antecâmaras e quartos.

Não conseguimos apurar, através dos dados disponibilizados pelo ICA, sobre o apoio foi concedido pelo Estado português – nem pelos demais co-produtores financeiros - mas, de qualquer forma, a propósito das virtualidades da co-produção, José de Matos-Cruz explica-nos como estas, ao nível das cinematografias mais pequenas, ou de carácter regional, representam, tradicionalmente, mais um modo de sobrevivência do que de expansão e de estímulo comercial. Em termos ibéricos, tal fenómeno⁸²⁸ teve alguma relevância em meados dos anos 40 – quando se afirmaram algumas expectativas (de ordem artística ou industrial), sendo Artur Duarte⁸²⁹ um dos principais intervenientes, sem grandes resultados económicos ou estruturais, continuando o cinema espanhol, com excepção feita para os filmes de Pedro Almodóvar, sem muita expressão

⁸²⁸ Os primeiros e concretos esforços tinham sido traçados por Nascimento Fernandes, na Barcelona de 1919. Em 1927, Reinaldo Ferreira fez outras eventuais tentativas, mas, com reflexos simbólicos, sobre valores culturais e históricos, assinalam-se as obras por Leitão de Barros (1936), com distintas versões e intérpretes; Inês de Castro (1945), um marco institucional temático, ou mesmo como investimento. A expressão co-produção luso-espanhola só adquiriu, porém, alcances significativos, a partir dos anos oitenta, com José Fonseca e Costa; e formulação prática, com a transição de década, lateralmente dinamizada através de uma estratégia comunitária. Os mecanismos financeiros e criativos, os processos de laboração ou as perspectivas de lançamento são, hoje em dia, bem distintos e eficazes, segundo uma mais ampla e dinâmica planificação sobre os audiovisuais, como alternativa à soberania anglo-americana. O aparente défice português tende, na actualidade, a normalizar-se, com aliciantes alternativas à nossa frágil e ensimesmada rotina fílmica. Naturalmente, correm-se riscos de uma descaracterização temática e, particularmente crítica, poderá ser uma salvaguarda quanto ao tão estimável e genuíno estatuto de autor. Ora, para além dos privilégios de uma expressão, as motivações do grande público (José de Matos-Cruz, *Diário de Notícias*, 30 de Agosto de 1992).

⁸²⁹ Artur de Jesus Pinto Pacheco Duarte nasceu em 1895, em Lisboa. Nos anos 40 e 50 dirige dez filmes de longa-metragem, alguns dos quais em co-produção com a Espanha promovendo a carreira internacional de actores portugueses como Isabel de Castro, Carlos Otero, António Vilar e Virgílio Teixeira. Na década de 60 a sua actividade declina, mas ainda realiza duas longas-metragens e faz a direcção técnica de trabalhos estrangeiros rodados em Portugal. Em 1973 volta ao cinema como actor em *O Rapto no Ascensor*, um filme brasileiro. Depois do 25 de Abril recebe um subsídio do IPC para filma a sua 15ª longa-metragem, *Recompensa*. «Artur Duarte é talvez o homem do cinema português que trabalhou em maior número de filmes (só durante o seu contrato coma UFA foi actor em 54 películas). Como realizador tem uma obra relativamente longa. Para além de Costa do Castelo (com António Silva e Maria Matos) e *O Leão da Estrela*, duas comédias típicas da produção dos anos 40, os seus filmes não deixaram marcas, de tão vulgares e comerciais que são (Ramos, 1989: 131).

no nosso mercado, tanto em sala como na programação das televisões. Como o cinema espanhol, e particularmente a comédia, não se limita aos exercícios daquele realizador, a prova é a estreia de *O Rei Pasmado*, um bom exemplo de um «filme de época agradável» e com um «cariz popular salutar», ajuíza Jorge Neves⁸³⁰.

A distribuidora deste filme, a Atalanta (a empresa que explora os cinemas King Triplex), pretendia mudar essa situação, anunciando tal intensão na antestreia de *O Rei Pasmado*⁸³¹. O filme trazia já um enorme sucesso (de público) em Espanha, acabando por antestrear no Festival de Tróia. Jorge Neves⁸³² esperava que o sucesso desejado para este filme fizesse justiça à cinematografia dos nossos vizinhos e que dessa forma pudesse passar a surgir com mais frequência nos nossos ecrãs.

Na opinião de José Vaz Pereira⁸³³ um dos encantos do filme é o facto de o realizador não escolher – e não querer que o espectador o faça – entre quem está os certo e errado, entre anjos e demónios, estendendo a sua simpatia a todas as personagens, as que defendem o comportamento do rei e as que julgam estar a protegê-lo.

Transpondo um sucesso literário de Gonzalo Torrente Ballester – *Crónica do Rei Pasmado* – a adaptação, em termos cénicos e históricos, constitui também um modelo exemplar, enquanto tal e como abordagem crítica, satírica, sobre o passado. Na passagem deste filme na televisão (TV2), António Branco⁸³⁴ acrescenta que o filme é um raro caso de felicidade em termos de adaptação cinematográfica de grandes romances pelos argumentistas Juan Potau e Gonzalo Torrente Malvido, que construíram um «guião formidável», dramaticamente falando, base do sucesso, com «um elenco certo e uma cuidada reconstituição histórica, que apresenta uma atmosfera genuína de época. «O arcaísmo das situações apresentadas no filme e o seu contraste com a evolução dos costumes é um dos maiores prazeres do filme». «Um feliz acaso ibérico.»

⁸³⁰ *O Comércio do Porto*, 15 de Agosto de 1992.

⁸³¹ *Correio da Manhã*, 10 de Agosto de 1992.

⁸³² *O Comércio do Porto*, 15 de Agosto de 1992.

⁸³³ *Se7e*, 13 de Agosto de 1992: 10.

⁸³⁴ Nome da publicação e data ilegíveis.

Balester parte do desejo para mostrar num tom de comédia a ingenuidade e os vícios (da corte).

O filme teve uma audiência em Portugal de 55.000 espectadores, logo seguido de a *Nuvem* com 44.300 e *Aqui D'El Rei!* com 35.927, sendo premiado no Festival de Berlim⁸³⁵.

2.15 *Vale Abraão*, um legado testamentário

Vale Abraão, estreou em todo o país com uma decidida operação de lançamento, inédita na nossa cinematografia mas que faz jus ao carácter nacional da obra do cineasta e pelo que nos tem representado cinematograficamente⁸³⁶. Nuno Henrique Luz⁸³⁷ conduz-nos numa visita ao local de filmagens: Manoel de Oliveira está a filmar, na Régua, na Quinta do Vesúvio, nas margens do Douro, no cenário escolhido pela escritora e pelo realizador e com trabalhos de rodagem previstas para durarem entre 14 e 16 semanas: «Notámos logo que o filme estava em rodagem [...] o habitual, num trabalho colectivo. [...] A rodagem de um filme, pelo menos um filme como este [...], é uma complicada operação logística. Há sempre homens e máquinas em manobras, camiões, jipes, frenesim e pessoas aguardando a sua vez, vultos apressados com *walkie-talkies* e telemóveis. Neste caso até a Polícia Marítima lá estava, a boiar no Douro, com duas lanchas diante da casa principal.» O plano de trabalho implicava filmagens que saltavam de uma margem para a outra. «Por sorte, apareceu o director de produção. “De facto, está uma grande confusão. Não está é o Manoel de Oliveira. [...] A confusão é porque estamos a preparar os planos da tarde. O Manoel de Oliveira anda lá em cima, na encosta. Vai filmar o plano do comboio. É só um plano do comboio, sem actores. Não tem muito que ver. Podem lá ir, mas não vão descobrir o caminho e neste momento não tenho ninguém para vos acompanhar. De qualquer maneira, o comboio passa às duas e doze. Ainda têm uma hora.” [...] Chegámos à outra margem, afinal o plano ia ser rodado logo. Ainda entrevistámos a equipa e farejámos o almoço. [...] Com algumas instruções, demos com a escarpa onde Oliveira, Mário Barroso e o assistente

⁸³⁵ *Correio da Manhã*, 10 de Agosto de 1992.

⁸³⁶ *Diário de Notícias*, 15 a 21 de Outubro de 1993.

⁸³⁷ *Diário de Notícias*, 25 de Outubro de 1992.

apontavam, quase a pique, aos carris. [...] “Silêncio!”, ouvimos “Vem aí o comboio.” Aproximámo-nos, furtivos. E descobrimos, acorados, suíços, os técnicos de som. [...] não pudemos fotografar enquanto se filmava, como disse o realizador ao assistente e este nos disse a nós.» O jornalista testemunha como a paisagem do Vesúvio está mesmo a pedir ser filmada. «Restam dois planos para fechar o dia. No primeiro o para atravessa o rio de cais a cais [...]. O plano final é do casarão da Quinta do Vesúvio, com o rio pelo meio. [...] Demasiado, acha o realizador, logo que termina o primeiro take. Oliveira quer o negro do monte por detrás.»⁸³⁸

No princípio da rodagem, continua o jornalista, numa fase em que o realizador «fica sempre muito nervoso, na expectativa que as peças se ajustem todas, obcecado com a rodagem, ele só vê o filme à sua frente mesmo quando está tudo a correr como previsto» – Manoel de Oliveira «não descomprime nem um segundo», ao ponto de, a determinada altura, alguém se riu, ele ouviu não gostou e vocifera que a rodagem é a sério e que não estão ali para brincar. Os acessos temperamentais vão e vêm, conforme se verificam e se vencem os imprevistos. Testemunhar, directamente, o Mestre a trabalhar é com toda a certeza uma experiência única – só superada por quem participa na própria equipa de filmagens, pelo que não será por acaso que muitos deles se repetem no elenco técnico e artístico dos seus filmes. O dia começa cedo, embora o trabalho esteja dependente das condições climatéricas, o realizador acompanha e controla todos os momentos da rodagem, desde a preparação de cenários até ao número de *takes* que quer para cada plano – «é de um extremo rigor quanto ao modo como o plano vai ser feito e esse rigor é pacificamente aceite por todos». Leonor Silveira, presença constante e aparentemente insubstituível, sublinha, em entrevista a João Antunes⁸³⁹, como trabalhar com realizador é natural, uma escola onde os actores que com ele trabalham ensinam-se mutuamente⁸⁴⁰. O seu maior ensinamento será, sem dúvida, a persistência, contínua na sua obra, a sua paixão pelos materiais que trabalha, um imenso desejo

⁸³⁸ Nuno Henrique Luz, *Diário de Notícias* de 25 de Outubro de 1992.

⁸³⁹ *Diário de Notícias*, 15 a 21 de Outubro de 1993: 2.

⁸⁴⁰ «Nós fazemos precisamente o que ele quer. Eu não gostaria de estar a analisar a técnica dele em relação aos actores, porque para mim é natural. [...] Eu estou habituada ao rigor dele, mas sinto que estou a ser dirigida por ele» (Leonor Silveira ao *Diário de Notícias*, Em Foco, 15 a 21 de Outubro de 1993).

criativo e um acreditar no futuro do cinema, que alimenta através de um contínuo experimentalismo, plástico, estético e narrativo.

Manoel de Oliveira é portador de uma obra viva e capaz de despertar o espectador de uma letargia, provocando-o a responder à originalidade da sua obra, de uma coruscante beleza, que respira calma e melancolia, envolvendo-nos a todos na história. Assim é *Vale Abraão*, um filme que se pode definir como um legado testamentário do cineasta no que respeita às suas preocupações místicas, sociológicas e humanistas, à sua relação com o mundo das mulheres.

Manoel de Oliveira, na altura já com 85 anos, apresenta um cinema de uma incomparável juventude⁸⁴¹ testemunhada pelo jornalista Sérgio C. Andrade⁸⁴², que também acompanhou as filmagens e que aferiu os elogios ao trabalho do realizador, tanto do elenco e como dos técnicos.

O crítico Augusto M. Seabra⁸⁴³ aproveita a apresentação do filme em Cannes, para falar do estatuto de ‘autor’⁸⁴⁴, dizendo-nos como que Manoel de Oliveira, transforma o filme «numa espiral, cuja lógica autónoma se sobrepõe à distinção entre um lugar de enunciação e de autoria e o espaço do enunciado das personagens, onde se corre o risco de perder o elemento determinante daquele estatuto, ou seja, a própria singularidade do trabalho cinematográfico, mas quando o momento chega e *Vale Abraão* se tornará visível aos espectadores retoma-se “o fio” àquela questão». A primeira imagem é do Douro, uma paisagem que nunca deixa de fascinar quem a visita e onde facilmente se imagina que o olhar do cinema não poderia ficar insensível. As filmagens tiveram início em Outubro de 1992 e previa-se que decorressem até ao final de Janeiro de 1993, na região douricense, junto à Régua. Tratou-se de uma produção de

⁸⁴¹ João Antunes, *Diário de Notícias*, 15 a 21 de Outubro de 1993: 4.

⁸⁴² *Público*, Cultura, 20 de Novembro de 1992.

⁸⁴³ *Jornal Público*, data ilegível.

⁸⁴⁴ Augusto M. Seabra fala na sua crónica Falemos então de Ema de como a estreia de ‘Vale Abraão’ repõe na ordem do dia diferentes percepções da obra de Oliveira. É uma dispersão em que, sabe-se, os entendimentos cinematográficos se têm confundido com mais latas percepções do estatuto do autor.

Paulo Branco⁸⁴⁵ - que desde *Francisca* (1980) vinha a produzir praticamente todos os trabalhos do realizador - com participações franco-suíças. Na entrevista que o realizador deu àquele jornal, após quase doze horas de trabalho, afirmou que, apesar das contrariedades do tempo, as filmagens estavam a correr bem e fez questão de registar a dedicação de todos os actores e de toda a equipa, que se «tem esforçado enormemente».

Vale Abraão é a história de Ema, uma mulher com uma beleza ameaçadora, mesmo para Carlos, o marido com que casou sem amor, para quem «o seu rosto era o suficiente para justificar a sua existência, a vida de um homem». Os seus gostos luxuosos, as ilusões que tem da vida e o desejo que inspira aos homens, fazem-lhe valer o epíteto de ‘a Bovarinho’. Conhecerá três amantes, amores sucessivos que não conseguem aplacar um sentimento crescente de desilusão e buliço. Ema acaba por morrer, acidentalmente ou não, num dia de sol radioso, vestida como se fosse a um baile (Ramos, 2005: 623).

Na entrevista concedida a Sérgio C. Andrade⁸⁴⁶, o realizador assume que não foi ele que escolheu o texto, mas sim que propôs a Agustina Bessa-Luís que fizesse uma reposição de ‘Bovary’ – «o nome, as personagens, foi tudo escolha da Agustina». Relativamente ao texto original, o realizador diz-nos que há «uma recriação completa», uma visão alargada, que não está circunscrita a um casal, mas se alarga no sentido da Humanidade, do homem, da mulher, da ideia de emancipação da mulher e do conflito entre masculino e o feminino. Há um «trabalho espantoso de adaptação»⁸⁴⁷ do romance de Agustina Bessa-Luís, pois ela escreveu um romance à primeira vista não

⁸⁴⁵ No final dos anos 80, Paulo Branco faz um movimento empresarial arriscado, mas certo, torna-se distribuidor e exibidor, apostando em cinematografias menos conhecidas e criando condições que garantam a estreia dos filmes que produz. O sucesso que obtém é de tal monta que rapidamente cresce. No termo da década de 90 é um dos três maiores exibidores ao nível do país e o segundo na região da Grande Lisboa. O triângulo empresarial Madragoa Filmes (produção), Atalanta Filmes (distribuição), Medeia Filmes (exibição), potencializado pela Gemini Filmes (em Paris) cria uma dinâmica que vai fazer dele o produtor português mais importante – e único com relevante presença internacional. Em 2000, já depois de ter adquirido a GER (de Joaquim Pinto), funda a Clap Filmes, destinada sobretudo a pequenas produções (telefilmes e primeiras obras). Mas Paulo Branco é, ao mesmo tempo, um dos produtores independentes europeus com maior relevância – razão para uma multiplicidade de homenagens ao longo dos anos 90 (Ramos, 2005: 96).

⁸⁴⁶ *Público*, 20 de Novembro de 1992.

⁸⁴⁷ «pela densidade do pormenor e pela recriação de um ambiente, nada tem a ver com o guião.» (José Vaz Pereira, *Se7e*, 14 de Outubro de 1993).

«cinematizável», elaborando um argumento compreensível, acessível para José Vaz Pereira⁸⁴⁸.

Vale Abraão é uma conjugação audiovisual das artes que o precederam: a literatura (as reflexões camilianas que Agustina Bessa-Luís transportou para o cenário da *Madame Bovary* de Flaubert) que Oliveira passou a imagens – como já tinha feito em *Amor de Perdição*⁸⁴⁹; o teatro e a marcação dos actores; as referências pictóricas e esculturais que vão enquadrando os personagens e o jogo que eles representam; e há, talvez, outra leitura, a da arquitectura tradicional portuguesa, da estrutura paisagística em que ela se enquadra e que «funcionam como um suporte plástico que se sente não estar lá meramente por acaso»⁸⁵⁰.

Para José Vaz Pereira⁸⁵¹ Manoel de Oliveira apontou para o essencial, fazendo «correr fluentemente a história», utilizando, com contínuo recurso, a *voz off*. Leonor Silveira (Ema) aparece quando já decorreu meia hora de filme e é um vulto negro que, de súbito, se volta para nós (e para Luís Miguel Cintra), para o espectador e para o personagem, que se sentem «trespassados», ilustra J. L. de Ramos (2005: 623). Por outro lado *A Capital* considera que os espectadores⁸⁵² têm dificuldade em acreditar na história por causa do modo como Manoel de Oliveira a filma, através de planos fixos, que se sucedem ao ritmo (lento) «de quem folheia um livro».

Voltamos ao jornalista Nuno Henrique Luz⁸⁵³ para detalharmos um pouco mais o ambiente das filmagens, das suas contrariedades e desafios. A determinada altura realiza-se um plano do ponto de vista de Ema Paiva⁸⁵⁴. Vem o comboio, como previsto,

⁸⁴⁸ *Se7e*, 14 de Outubro de 1993 e *A Capital*, 15 de Outubro.

⁸⁴⁹ Incompreendido à época porque o seu texto e a sua leitura fílmica procedem a jogos por vezes de clareza inteligível, por outros de estranha ambiguidade (João Antunes, *Diário de Notícias*, Em Foco, 15 a 21 de Outubro de 1993).

⁸⁵⁰ João Antunes, *Diário de Notícias*, 15 a 21 de Outubro de 1993.

⁸⁵¹ *Se7e*, 14 de Outubro de 1993: 16.

⁸⁵² Segundo os dados do ICA este filme teve 38,000 espectadores.

⁸⁵³ *Diário de Notícias*, 25 de Outubro de 1992.

⁸⁵⁴ Para este filme Augusto M. Seabra (Jornal *Público*/suplemento Fim de Semana, data ilegível) centrou-

só que não para de apitar, quando devia ter parado na curva, Oliveira desespera com o *overacting* do maquinista. À direita de uma casa, Mário Barroso e Oliveira revezam-se no visor da câmara; a anotadora desloca-se no seu banco articulado sem se levantar (são muitos anos ali a fazer contas aos *takes*, aos *magazins* e às emulsões; o assistente gesticula, agarrado a uma cópia do argumento; e Oliveira dirige os actores dizendo-lhes passos enquanto ajeita as flores falsas nas paredes da casa. Este plano terá actores mas não tem diálogo, haverá um comentário em *off* e o som a gravar é o ambiente. A câmara desce uns metros e volta-se para o cais para uma cena em que Ema e Fortunato desembarcam. O protocolo dos preparativos é sempre igual. Nesta cena Ema coxeia e repentinamente toda a gente se lembra que ela também devia ter coxeado no plano anterior pelo que a câmara volta a subir e com uma luz diferente, mas para melhor, o plano é repetido. Determinados e «frenéticos como formigas», os elementos da equipa mostravam-se inacessíveis porque, por exemplo, quando a determinado momento da rodagem se encontra um erro de continuidade, a equipa assume o erro em conjunto, com algumas, normais, mortificações individuais. Tal só é possível quando se dispõe de uma equipa especializada (profissional) e já se conhece bem, como é o caso do director de fotografia, o assistente de realização, a anotadora, alguns actores – como Leonor Silveira, Diogo Dória e Rui de Carvalho – e, claro, o mesmo produtor. O filme tem uma boa sonorização e a fotografia é de uma qualidade acima da média (nacional), da responsabilidade de Mário Barroso e Henri Maikoff, respectivamente.

Como seria espectável, o filme participou em diversos certames, com o impacto que João Lopes⁸⁵⁵ notou, quando o filme passou pela Quinzena dos Realizadores, de 1993, e que a avaliar pelas palmas⁸⁵⁶ no final da primeira projecção em Cannes, que este foi mais um momento em que a «consagração internacional» serviu o propósito da criação de uma «imagem de marca» para o contexto português. A carreira dos filmes de

se na personagem principal e sobre ela nos diz que «Ao longo do filme, Oliveira, filma Ema em falso contracampo para quem olha, para quem fala ela? O Olhar dirige-se para o ponto indefinido, que não é o interlocutor nem o do espectador. Há um ponto de fuga que é o próprio enigma de Ema».

⁸⁵⁵ *Expresso*, 22 de Maio de 1993.

⁸⁵⁶ Naquele Festival, onde teve a sua estreia mundial, houve quem contabilizasse uma dezena de minutos de aplausos, no termo da sessão da Quinzena dos Realizadores. Uma dezena de minutos de aplausos é um aplauso que não acaba nunca (Ramos, 2005: 623).

Manoel de Oliveira em festivais é única no nosso panorama e disso nos dá conta, José Vaz Pereira⁸⁵⁷, porque *Vale Abraão* só chega a Portugal depois de ter percorrido «meio mundo»: Paris, Tóquio, Nova Iorque – onde é visto como «um dos mais belos filmes do mundo» – e Genebra, onde recebeu o segundo prémio atribuído pela imprensa no festival⁸⁵⁸. Voltamos, no entanto, a José Vaz Pereira⁸⁵⁹ porque este fala-nos da passagem do filme pelos Festivais, dando-nos alguns exemplos da reacção elogiosa da crítica nesses certames estrangeiros, defendendo a *tese* de que estes servem para «afogar a nossa condição de pacóvios sob um oceano de opiniões provenientes dos ‘superiores iluminados’». Para ele «a consagração de ‘Vale Abraão’ equivale ao ‘harakiri’ do cinema português e, eventualmente, do europeu», sendo este reconhecimento «um despotismo, uma megalomania e revelador de uma relação autista com o público», onde, a bem do “cinema de autor”, a “obra-prima” tem de prevalecer para além da inconsciência dos “maus espectadores” (ou “o público de hoje”, como classificava Godard). José Vaz Pereira não pretende poupar um filme onde, diz, «nada se passa por entre os planos fixos infinitamente repetidos de fachadas e janelas, vinhas e encostas» (como um *Douro, Faina Rural*), onde «a história só progride através de uma relação esquizofrénica entre o que (não) vemos e o que nos diz uma ‘voz-off’ etérea, onde todas as emoções são reduzidas ao estado de grau zero da paixão, num exemplo de recalçamento sexual». Concluímos, ainda com este jornalista, por parecer indispensável e, até, justo tratar este género de olhar sobre o cinema nacional, partilhado por uma *enorme minoria* que defende que Oliveira não só dá «um golpe de misericórdia no lado comercial do seu próprio filme como serve de modelo para outros realizadores nacionais» que não compreendem que o tal «público de hoje» não quer uma «obra-prima» por ano, quer apenas divertir-se – por muito que isso custe ouvir e dizer.

João Lopes⁸⁶⁰, enviado a Cannes, fez igualmente uma apreciação bastante negativa ao filme, cognominando-o de «decorativismo balofo», com uma música

⁸⁵⁷ *Se7e*, 14 de Outubro de 1993.

⁸⁵⁸ *Jornal de Noticias*, 16 de Outubro de 1993.

⁸⁵⁹ *Se7e*, 14 de Outubro de 1993.

⁸⁶⁰ *Expresso*, 22 de Maio de 1993.

«redundante» e com «laivos de moralismo» de «grande cultura», fala, ainda, do seu enorme «vazio de ideias de cinema»: «Não é a redução de Oliveira a um cineasta nulo (por mim, continuo a considerar que, até 1981, com *Francisca*, a sua trajectória é das mais interessantes e importantes do cinema português)», importa-lhe, isso sim, chamar à atenção que o «efeito autor em Oliveira se foi reduzindo a um sistema de tiques formais que desembocam na monumental vulgaridade de *Vale Abraão*». Lamenta que o filme vá definhando numa acumulação de «quadros de um patético naturalismo», no abuso do recurso à ‘voz off’, passando pela «descoordenação» da direcção de actores, numa «débil e inexistente narrativa». Conclui, com uma estocada violenta, que pela sua duração «bem podia ser uma banal mini-série para televisão». Importa-nos mostrar as diversas abordagens a este cineasta da mesma forma que, coerentemente, fez o *Se7e*⁸⁶¹, na crónica chamada ‘Pelo sim, pelo não’, também ela apresentando duas apreciações do filme, *os dois lados da mesma moeda*: João Vaz Pereira gostou muito, João Villalobos não. Nesta síntese mostram-se as suas perspectivas e preocupações. Para o primeiro, o filme de Oliveira é pessimista e tem uma visão decadente da alta burguesia, que «já conheceu melhores tempos», na dimensão «do grande cinema que o arrebatava e não está dependente da mecânica de processos», porque um bom filme nunca é o somatório desses processos, precisa de mais alguma coisa, e este filme é como «um rio de paixão que se move com uma extrema majestade», pelos mãos de um «cineasta profundamente moderno, capaz de criar um filme emocionante e perturbador que se arrisca a ser mais do que o próprio cinema». Entretanto, João Antunes⁸⁶² resigna-se ao facto de se prever que este filme fosse desencadear as maiores paixões, umas de entusiástico, outras de repulsa porque, mais uma vez, Manoel de Oliveira «não foge aos seus temas tradicionais» e à sua maneira muito particular de ver o mundo, que com o seu cinema faz uma obra diferente, um «filme experimentalista» – quando abandona algumas propostas (narrativas) logo aprofunda outras, criando assim «força narrativa». Na revista *Variety* lê-se que este é, de longe, o mais acessível filme deste realizador Oliveira, com uma força narrativa cada vez mais envolvente. É desta forma que o mais prestigiado cineasta português é recebido nos Estados Unidos com um acolhimento híper-elogioso.

⁸⁶¹ 14 de Outubro de 1993.

⁸⁶² *Diário de Notícias*, Em Foco, 15 a 21 de Outubro de 1993.

Naturalmente, *A Capital*⁸⁶³ pensa que o filme não resulta por ser «um conjunto de imagens que ilustram um livro» com um resultado «aborrecido e desgastante», apesar de esteticamente ser bem conseguido, onde a maior parte dos «planos são realmente poéticos, atraindo e emocionando» os espectadores.

J. L. Ramos (2005: 623) acredita que este é «um dos filmes maiores do nosso realizador», enquanto Augusto M. Seabra⁸⁶⁴ vê na presença de Ema algo só possível pelo cinema, «uma personagem que se perde e o espectador incorpora», «a sua pele na nossa pele», em suma que é de momentos assim que se faz a memória de um filme que permanece, pelo «encantamento do texto, que nos pede que vejamos para além da imagem». Manoel de Oliveira realiza mais uma longa-metragem daquelas que permanece na memória, acompanhado do texto de Agustina Bessa-Luís e vice-versa.

De notar que o mais activo dos nossos cineastas, tinha, à altura da rodagem de *Vale Abraão*, a estreiar outra produção: *O Dia do Desespero*⁸⁶⁵. Todas as suas obras são únicas, diversas, são arte.

Nuno Henrique Luz antecipa alguns valores: uma produção de 600 000 contos⁸⁶⁶, dos quais metade são garantidos pelos co-produtores (França e Suíça) e 120 000 contos⁸⁶⁷ da SEC e da RTP, este último ainda por concretizar apesar de Paulo Branco garantir que se encontrava bem encaminhado⁸⁶⁸. Segundo Isabel Coutinho e Vasco Câmara⁸⁶⁹ falava-se, sobretudo, dos em “gastos exorbitantes” no orçamento.

⁸⁶³ 15 de Outubro de 1993.

⁸⁶⁴ Jornal *Público*, data e páginas ilegíveis.

⁸⁶⁵ Longa-metragem de 1992, filmada a cor, com realização e diálogos de Manoel de Oliveira sobre textos das cartas de Camilo e um excerto de Amor de Perdição. Estreou a 30 de Outubro de 1992 em Lisboa, Porto, Coimbra, Braga, Viseu e Bela. (Ramos, 2005: 192).

⁸⁶⁶ O equivalente a 3.000.000€.

⁸⁶⁷ Ou 600.000€.

⁸⁶⁸ Entretanto, a RTP afasta-se da participação em *Vale Abraão* enquanto o IPC desbloqueia a verba, continuando, no entanto, o montante da SEC continuava suspenso, havendo que suspeitasse que Paulo Branco também não tinha garantido os financiamentos internacionais. (Isabel Coutinho e Vasco Câmara, *Público*, 21 de Janeiro de 1993).

⁸⁶⁹ *Público*, 21 de Janeiro de 1993.

Em Portugal o filme teve 38.000 espectadores. Neste filme a história (ou histórias, a do narrador e a das imagens) é contada como se de uma peça dramática se tratasse, em actos e episódios intermédios, da remomeração do narrador e e da acção «emerge uma visão polifacetada da vida, enquanto sucessão de rituais.» (Areal, 2011b: 190).

2.16 *A Casa dos Espíritos*, o híbrido das co-produções

À semelhança do caso anteriormente assinalado, este filme é considerado pelo ICA como estreia nacional, dado o seu carácter de co-produção.

O trabalho do realizador Billi August⁸⁷⁰ sobressai em diversos apontamentos e no cuidado posto em muitos dos aspectos deste filme, pouco ambicioso, onde, apesar do elenco, o rigor cinematográfico é prejudicado pelas suas características híbridas⁸⁷¹ trazidas pela co-produção. Assumindo o carácter «popular» desta produção, o realizador cumpre com rigor o trabalho que lhe foi confiado, o que nos permite «resistir às duas horas de projecção de um filme com um estilo que oscila entre a narrativa política e o romance sentimental»⁸⁷². Encontramos um bom exemplo das dificuldades que a produção enfrentou, na articulação de equipas diversas, quando, apesar de todos os esforços que certamente lhe foram dedicados, não foi possível evitar o *blooper*⁸⁷³, quando que surgem imagens de cartazes políticos em inglês quando a situação se pretende chilena⁸⁷⁴.

A produtora, Costa do Castelo, assegurou a sua parte na produção do filme. Contratados, apenas, para encontrar o lugar de filmagens acabou por ser co-produtor.

⁸⁷⁰ Este realizador, dinamarquês, foi premiado em dois anos sucessivos com a Palma de Ouro de Cannes. (*A Capital*, 17 de Janeiro de 1994).

⁸⁷¹ Talvez este seja o resultado do facto das rodagens se dividirem entre Portugal, Alemanha e Dinamarca. (*A Capital*, 17 de Janeiro de 1994).

⁸⁷² *A Capital*, 17 de Janeiro de 1994.

⁸⁷³ Neste caso diz respeito à área da continuidade, na concordância, a um erro no rigor.

⁸⁷⁴ *A Capital*, 17 de Janeiro de 1994.

Para além da distribuição da película, em Portugal, a Costa do Castelo Filmes pretendia vendê-la, a cadeias de televisão brasileiras. As filmagens em Portugal (dos choupos Alentejanos, dos empedrados dos passeios de Lisboa e das ruas da Baixa) tinham como único objectivo criar um ambiente pretensamente chileno. Pelo que fica dito não se estranha que a estreia se tenha caracterizado pelo lançamento simultâneo ao nível internacional – das onze cópias disponíveis em Portugal seis foram exibidas na zona de Lisboa – permitiram o rápido aproveitamento da curiosidade suscitada pelo anúncio da recente rodagem. O filme estreou menos de um ano após o início da rodagem. Para a Costa do Castelo esta era a experiência que lhe podia dar acesso a uma nova dimensão – «tomara que tal experiência se pudesse repetir, permitindo o intercalar de um cinema genuinamente nacional que recuperasse o público»⁸⁷⁵. Segundo Jorge Pelayo⁸⁷⁶ para a realização das filmagens, em particular nos exteriores urbanos, foi necessário da parte portuguesa reunir a boa vontade e colaboração de muitos organismos⁸⁷⁷, como a Assembleia da República que autorizou que fosse hasteada uma bandeira que não a nacional.

A ideia central d'*A Casa dos Espíritos* é a história de um homem humilde que com sorte e perseverança se torna tão poderoso que chega a senador, mas o argumento inclui o amor deste homem (Jeremy Irons) pela esposa (Meryl Streep), a amizade desta pela cunhada (Glenn Close) e a relação da sua filha (Winona Ryder) com um trabalhador rural e torna-se um activista político (António Banderas). Passado no período histórico da queda de Allende e da implantação da ditadura militar no Chile, a história tem como ponto de partida a figura do senador Trueba e a sua difícil evolução política, enquanto o romance entre a filha deste e o líder revolucionário traz o contraponto necessário e que acabará por se sobrepôr e absorver a maior parte do filme⁸⁷⁸.

⁸⁷⁵ *A Capital*, 17 de Janeiro de 1994.

⁸⁷⁶ *O Dia*, 11 de Janeiro de 1994.

⁸⁷⁷ «O Exército e a Força Aérea Portuguesa vão ‘emprestar’ material de guerra – carros de combate e helicópteros – aos responsáveis pelo filme [...]» (*Correio da Manhã*, 3 de Fevereiro de 1993).

⁸⁷⁸ *A Capital*, 17 de Janeiro de 1994.

Com um orçamento de 4.5 milhões de contos⁸⁷⁹ (não comparável aos valores das superproduções de Hollywood, como *Batman* que custou 14.5 milhões de contos⁸⁸⁰, é a esse nível a maior produção cinematográfica de sempre em Portugal, avisa Dora Ribeiro, da revista *Exame*⁸⁸¹, com custos divididos entre a produtora portuguesa, a alemã Neue Constantin Film e a dinamarquesa House of Spirits. A maior fatia, sessenta por cento, terá sido da responsabilidade dos alemães e o restante repartido em partes iguais entre as outras duas empresas. Não podemos evitar, sobre este assunto, e no seguimento das reflexões sobre *O Rei Pasmado* já que também este sofre de rigor cinematográfico trazidas pela co-produção, onde a acção é chilena passada num ambiente português, com os diálogos em inglês. Acrescentamos que, através dos dados do ICA, foi possível aferir o montante do apoio concedido (em concurso de 1993): 299 278\$74⁸⁸² e teve uma audiência, nas salas portuguesas, de 198.935 espectadores.

Este filme, com a invulgar duração de quase três horas, contém momentos de emoção e ternura, feitos para captar o público e «levá-lo às lágrimas sem o conseguir», um filme onde «tudo está certo, tudo é perfeito só que não apresenta qualquer desafio, o espectador assiste mas não participa, vê mas não o vive», considera Jorge Pelayo⁸⁸³. No entanto é, pelas razões (os números de produção) já abordadas, um dos mais importantes filmes feitos em Portugal e também uma das mais ambiciosas e bem-sucedidas adaptações de obras literárias ao cinema. A densidade humana e histórica de que se reveste o romance de Isabel Allende dir-se-ia impossível de ser transposta para o cinema, mas a adaptação é uma das surpreendentes qualidades deste filme⁸⁸⁴, depois, tem uma história bem contada – um bom aproveitamento do longo romance, o formato ‘scope’⁸⁸⁵ com paisagens bem enquadradas, os exteriores⁸⁸⁶ rodados em Portugal. São

⁸⁷⁹ Aproximadamente 22.445€. «Os custos da utilização de todo este material ainda não estão definidos» (*Correio da Manhã*, 3 de Fevereiro de 1993).

⁸⁸⁰ Aproximadamente 72.325€.

⁸⁸¹ Março de 1993.

⁸⁸² Isto é, 1496€.

⁸⁸³ *O Dia*, 11 de Janeiro de 1994.

⁸⁸⁴ *A Capital*, 17 de Janeiro de 1994.

⁸⁸⁵ Abreviatura de cinemascópio, é o processo que permite projectar um filme de formato padrão num

exactamente estes elementos, que à partida atraem a nossa curiosidade mas que acabam perigar a credibilidade do filme. A incorporação da componente nacional que mistura canções sul-americanas com trechos musicais populares portugueses ou o desenvolvimento do romance que não é assumido de forma a esclarecer se quer (ou não) agradar ao grande público⁸⁸⁷ ou chegar aos espectadores mais preocupados com uma análise político-social. Um filme português por acaso, por conveniência, não será, portanto, um filme com qualquer outra característica nacional.

2.17 *Adão e Eva*, filme de indústria

Segundo J. L. de Ramos, «para muitos Joaquim Leitão é o único realizador português assumidamente ‘autor de cinema comercial’» – à época o único que assim se assumia. A sua actividade, com uma *triologia* protagonizada por Joaquim de Almeida, é o primeiro exemplo de uma estética, de sedução do público médio, para o cinema português – na tentativa de tentar ultrapassar *o seu divórcio*. Atente-se, todavia, no que respeita à coerência do olhar sobre o espaço televisivo, que, de repente, e quase sem darmos por isso, Joaquim Leitão nos empurra para o lugar de um espectador deleitado com um ‘reality show’ em que é esperado, em última instância, humilhar o convidado. É aqui que recorremos ao Dicionário de Leitão de Ramos (2005: 23), dada a falta de outro material de apoio decorrente da investigação, para ler a sua visão de uma sociedade e a apreciação ao realizador, que «vacila e o seu olhar crítico sobre o universo da televisão acaba a deslizar para a cumplicidade, vacila num instante, de puro cinema, e porque só possível nele: assume uma postura ética às pessoas, vivências e métodos que à televisão dizem respeito». O produtor, Tino Navarro, trabalhou com Joaquim Leitão, em *Adão e Eva* (1995) e, posteriormente, em *Tentação* (1997), filmes que ficarão para a história como os mais rentáveis⁸⁸⁸ da nossa história do cinema. E é desta forma que, a par de

ecrã largo, utilizando um dispositivo de anamorfose. (Journot, 2005: 134).

⁸⁸⁶ Em Lisboa são as ruas do Carmo, Rua Augusta, os Palacetes do Campo de Santana, o interior da Sociedade de Geografia, escadarias da Assembleia da República e o Palácio Foz. (Jorge Pelayo, *O Dia*, 11 de Janeiro de 1994).

⁸⁸⁷ Este filme terá sido visto por 198 935 espectadores (conforme: ICA).

⁸⁸⁸ Não dispomos dos orçamentos de produção e relatórios de receitas de bilheteiras para podermos aferir

Inferno (1999), a SIC se envolve em projectos cinematográficos de sucesso (de bilheteira). E, sem dúvida nenhuma, o êxito desses filmes prende-se com a proximidade dos *media*, da publicidade realizada antes das estreias. Estes são os filmes que inauguram esta forma de produção: a SIC, enquanto empresa de comunicação, soube bem usar os mecanismos que lhe permitiam rentabilizar o investimento, por um lado, e manter a sua actividade de produtor. Neste caso em particular, Manuel S. Fonseca (o director de programas da SIC e crítico no jornal *Expresso*) explica à revista *Visão*⁸⁸⁹ que para o apoiar e contribuir para a sua engenharia financeira, o canal tinha de atingir o seu *break even* e conseguir alcançar a liderança de audiências no início do ano da sua produção. Depois tinha ainda outras três condições: a possibilidade de transformar o filme em série (serialização) tinha de ter «legibilidade universal» e um elenco susceptível de ser aproveitado, para o formato televisivo.

Adão e Eva foi apoiado por uma campanha publicitária sem precedentes e atingiu números extraordinários na bilheteira. Muito se falou da relevância da estratégia promocional, de grande envergadura, feita pela SIC no período que antecedeu a estreia e durante o princípio da carreira do filme o que teria sido decisivo para os seus bons resultados de bilheteira. Mas é útil atentar, até para não se transformarem as coadjuvancias em motores principais, que anteriormente, também, *Sostiene Pereira*⁸⁹⁰ tivera o apoio do principal canal comercial de televisão sem que o público, nesse caso, correspondesse. Todos aqueles que tratam dos assuntos de comunicação associados à publicidade sabem como o *marketing* é fundamental, depois se o produto não cumprir as expectativas dos consumidores não há campanha «que lhe valha» (Ramos, 2005: 23). O factor de maior influência terá sido a escolha de um elenco, cujos actores cumprem, no interior de um naturalismo próximo da telenovela, com Ana Bustorff a arrecadar o melhor desempenho da fita, constituindo um atractivo para o público querer assistir à história. Maria de Medeiros, Joaquim Leitão e Cristina Carvalhal reflectem as variações e sensibilidades dos seus personagens para além da mera representação, emprestando-

da sua rentabilidade, mas sabemos que o primeiro teve 254.925 espectadores e o segundo 361.312, números muito acima do ‘normal’.

⁸⁸⁹ 21 de Dezembro de 1995.

⁸⁹⁰ Roberto Faenza, 1995.

lhes alguma profundidade, daí poder-se dizer que este *casting* é um triunfo⁸⁹¹.

O filme conta a história de Catarina, trinta anos e uma cara famosa da televisão, com uma grande vontade de ter um filho – e sabe exactamente o tipo de homem que deseja para pai dessa criança, só não sabe quem é esse homem e quando o vai encontrar, ao mesmo tempo a última coisa que quer é envolver-se com ele, até porque está apaixonada, por outra mulher (Ramos, 2005: 22-23). De acordo com o este investigador, este é um dinâmico objecto audiovisual que foi capaz «da energia e sagacidade de perceber o instante em que se fazia», é um filme sobre a «deriva sentimental e a dificuldade de relacionamento numa sociedade que promove a disjunção das pessoas, a competitividade e o egoísmo». Para tal sensação terão contribuído os fortes diálogos onde os actores correspondem, mesmo quando o filme dispara em velocidade, o que sintetiza um estado de crise permanente. É, portanto, também, nas mãos do talento dos actores, da sua disponibilidade para «humanizar os seus personagens» e contribuir para a sua criação, que recai o sucesso do filme. Apresenta-se como uma comédia, mas está cheia de negrume «pois as hipóteses de felicidade são estreitas, mesmo quando mascaradas por um *happy end* e com uma intriga condimentada». Decorre um «vendaval de mulheres onde os homens procuram, no meio dos destroços da sociedade pós-moderna, um novo papel para a sua condição, entre cenas infernais, violentas e ao mesmo tempo cómicas»⁸⁹².

O filme tem «uma realização bem conseguida, sem complicações, nem pretensões» (Ramos, 2005: 23), onde Joaquim Leitão «pensou a escala de planos, a quantidade de informação neles veiculada e a montagem, tanto em termos de cinema como de televisão – e serve bem o propósito. É uma história bem contada de emoções controladas mas sempre em tensão, revelando-se, por isso, autêntica, porque vai para além da nevrose dos comportamentos, revelando as pessoas nas suas fraquezas e forças»⁸⁹³.

⁸⁹¹ Revista *Visão*, 21 de Dezembro de 1995.

⁸⁹² *Idem*.

⁸⁹³ Revista *Visão*, 21 de Dezembro de 1995.

A imprensa sublinha como *Adão e Eva* é passado nos bastidores da televisão comercial, sendo provável que este tenha sido a primeira razão para o seu sucesso (histórico), dando, como projectado, origem a uma série na SIC⁸⁹⁴. Esta sintonia entre o filme português e as pessoas é uma coisa tão rara na nossa cinematografia que, por si só, merece a devida atenção. Há nela algo que, estrategicamente, os nossos cineastas e produtores costumam evitar: a operação de lançamento, que neste caso começou ainda antes de se dar início às filmagens, que ajuda a explicar o seu sucesso junto do público, tanto quanto é possível avaliar e explicar os seus comportamentos. *Adão e Eva* é um bom exemplo, também, daquilo que não será um ‘grande filme’ mas que atingiu a sua notoriedade, não através «da excepcionalidade de qualquer dos elementos que o constituem». É como um objecto sociológico, onde há numa conjugação entre trabalho de equipa e perseverança do cineasta que nunca se conformou com a ausência do público para os seus filmes, encontrando, subitamente, um espaço ficcional com que os espectadores se puderam identificar e com quem puderam identificar-se, através de uma história em que os personagens somos nós, «ou são pessoas que vivem aqui ao lado», ter-se-á dito. Mesmo não ficando para a posteridade por ser extraordinário, o filme ou os filmes da *triologia*, têm o mérito de tentar desfazer o afastamento do grande público do cinema português, usando, para tal, as lições do cinema americano: as *estrelas*, os *mass media*, as histórias *apelativas* e fáceis.

Abrimos um ‘parêntesis’ final para assinalar que nesta altura se comemoravam os cem anos do cinema e no Centro Cultural de Belém⁸⁹⁵, numa organização conjunta com a Filmes Castello Lopes, decorria um ciclo de cinema que constituiu um itinerário sobre os oitenta anos que a Castello Lopes dedicou ao cinema. O ciclo previa iniciar com *Luzes da Cidade*, de Charles Chaplin e homenagear o cinema português mais recente, de referência, chamando *Adão e Eva*, enquanto êxito de bilheteira muito assinalável, segundo a revista *Fortuna*⁸⁹⁶, de Fevereiro de 1996.

Será neste ponto que o filme se destaca, pela sua estratégia de sucesso.

⁸⁹⁴ Revista *Visão*, 21 de Dezembro de 1995.

⁸⁹⁵ A primeira exibição pública, a 20 de Dezembro de 1995. (Ramos, 2005: 22).

⁸⁹⁶ Revista eminentemente especializada em assuntos de economia.

O drama de Joaquim Leitão apresenta o lado negro de uma sociedade que prove o afastamento, a competição e o egoísmo. Uma forma de retratar a sociedade, a partir de um micro-cosmos.

Através, somente, dos dados do ICA é possível dizer que o filme foi apoiado (em concurso de 1994) com 498 797\$90⁸⁹⁷. No âmbito das políticas de apoio, foram sete os projectos contemplados nesse ano. Num segundo concurso desse ano, para assistência financeira selectiva à produção cinematográfica, com um montante global de 212 150 contos ⁸⁹⁸, o IPACA – Instituto Português das Artes Cinematográficas e Audiovisual, por despacho do secretário de Estado da Cultura, Santana Lopes⁸⁹⁹, revelou que um dos projectos contemplados na modalidade de Produção de Longas Metragens, foi *Adão e Eva*, para o qual a produtora MGN recebeu 100 000 contos⁹⁰⁰, setenta e cinco por cento dos quais sob forma de subsídio e o restante a título de empréstimo⁹⁰¹. A verba disponibilizada pela SIC foi, de acordo com a revista *Visão*⁹⁰², de 45 000 contos⁹⁰³.

O filme teve uma audiência, em sala, de 254.925 espectadores e, no ano do concurso (do IPACA⁹⁰⁴), esteve em San Sebastian⁹⁰⁵ na 42ª edição do Festival

⁸⁹⁷ 2493€.

⁸⁹⁸ 1060€.

⁸⁹⁹ Devemos salientar o facto deste concurso ser o único, de entre todos os filmes apoiados e analisados neste contexto, aquele cuja constituição do júri é divulgada: O júri deste concurso foi constituído por Pedro Bandeira Freire (presidente), Clara Pinto Correia, Antónia Seabra e Francisco Perestrelo e viu as suas decisões – depois de várias reuniões – homologadas pela Secretaria de Estado da Cultura (*Diário de Notícias*, 16 de Setembro de 1994).

⁹⁰⁰ Aproximadamente 500.000€. Relativamente a esta informação furtamo-nos a qualquer comentário ou conclusão sobre as discrepâncias dos valores já que tal não se coaduna com esta investigação.

⁹⁰¹ *O Dia*, 19 de Setembro de 1994; *Jornal de Notícias*, 20 de Setembro de 1994.

⁹⁰² 21 de Dezembro de 1995.

⁹⁰³ Aproximadamente 225.000€.

⁹⁰⁴ Em 1993 é criado Instituto Português da Arte Cinematográfica e Audiovisual, sucedendo-lhe o ICAM - Instituto do Cinema, Audiovisual e Multimédia (1997), que por sua vez dará origem ao ICA (2007). In Infopédia [Em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2013. [Consult. 2013-12-30]. Disponível em <URL: [http://www.infopedia.pt/\\$instituto-portugues-de-cinema](http://www.infopedia.pt/$instituto-portugues-de-cinema)>.

⁹⁰⁵ Integrado no grupo de certames da FIAPF (Federação Internacional das Associações de Produtores de

Internacional de Cinema – considerado da ‘classe A’, como Cannes, Berlim e Veneza. Este filme não foi reconhecido em prémios de festivais internacionais de relevo, acabando por ser nomeado para Melhor Filme no Verona, Love Screens Film Festival (1997), e, ainda de menor relevância, recebeu o prémio de Melhor Actor (Joaquim de Almeida), Melhor Actriz (Maria de Medeiros), Melhor Realizador (Joaquim Leitão) e Melhor Filme nos Globos de Ouro/Portugal (1996).

O realizador é, nos anos 90, um dos de maior sucesso junto do público, apesar do ‘falhanço’ com *Ao Fim da Noite* (1991), Joaquim Leitão dirige aquele que permanece como o seu melhor filme, *Uma Vida Normal* (1993), segundo Jorge Leitão de Ramos.

2.18 *Adeus Pai*, registo intimista

Dada a escassez de material da imprensa voltamos agora a recorrer àquela obra de referência que é o Dicionário do Cinema Português, para podermos falar mais aprofundadamente deste filme que se destacou desde logo pelas interpretações, do estreante José Afonso Pimentel e de João Lagarto, acompanhados de Laura Soveral, Natália Luísa, Lurdes Norberto, José Fanha, Adriana Aboim, João Abel Aboim, Daniel Martinho e Carlos Rodrigues. A sua valia será, «para além de extrair do jovem não-profissional um desempenho tocante», a de permitir a João Lagarto o melhor papel da sua carreira, até então (Ramos, 2005: 25). Afonso Pimentel carregará o estigma do miúdo de 13 anos que o realizador Luís Filipe Rocha tirou do anonimato para protagonizar um filme, mas isso é questão de menor importância. A estreia trouxe-lhe a

Filmes) o Festival de San Sebastian vinha a desenvolver um processo, lento e por vezes com alguns retrocessos, que visava consolidar a sua posição no ‘clube’ restrito dos principais festivais do mundo. A Secção Oficial de San Sebastian vinha a ser, naquela altura, a selecção possível e, se é certo que vinha a conquistar a atenção dos principais órgãos de comunicação social acreditados a verdade é que eram as secções paralelas que suscitavam o maior interesse do público cinéfilo. Naquele ano, uma importante retrospectiva da obra de William Diertle, um ciclo comemorativo dos cem anos do cinema e um outro de homenagem à Cinemateca Francesa, além da exibição dos mais recentes trabalhos produzidos em Espanha, eram os atractivos daquele certame, habitualmente caracterizado por uma enorme afluência de público, predominantemente muito jovem e que sistematicamente, esgotava as salas de cinema. O contínuo desfilar de ‘estrelas’ de diferentes grandezas era outra das vertentes de um festival que, reconhecidamente empenhado no aprofundamento dos aspectos culturais ligados ao cinema, não resistia à promoção de algumas manifestações de carácter mais mundano e que provocavam, indiscutivelmente, um grande impacto mediático (José Maria Bastos, *Jornal de Notícias*, 15 de Setembro de 1994).

vontade de prosseguir sem viver exclusivamente nessa área – quis acabar o curso de Comunicação Social que conciliava com os trabalhos na televisão (participar, para a Endemol) na série *Médico de Família, A minha Família É uma Animação* e (para a SIC) *Ana e os Sete*; no cinema, no filme *Kiss Me* (António Cunha Telles/2004) e no teatro⁹⁰⁶.

Estreado nas salas de cinema portuguesas em 1996, foi um êxito de bilheteira para o qual, e desta feita, terá contribuído a canção dos Delfins, e o facto de Luís Filipe Rocha ter realizado um filme cheio de emoções, confirmando-se as suas qualidades na escolha e direcção de actores (Ramos, 2005: 25). Foi anunciado numa conferência de imprensa, no Centro Cultural de Belém a 1 de Julho de 1996, com o começo de rodagem uma semana depois, na ilha de S. Miguel (Açores), desde logo a data de estreia (marcada para 20 de Dezembro), numa operação de produção, promoção e distribuição semelhante à de *Adão e Eva*. Contudo, desta vez, o produtor (a MGN de Tino Navarro) trocou de parceiro, sendo a RTP, a co-produtora, e Filmes Castello Lopes, o distribuidor. No fundo tratou-se de aplicar a, já referida, faceta industrial – com prazos de entrega, canais de escoamento do produto e promoção televisiva assegurada – a uma actividade que, no nosso país, não tem esse uso, nem costume. Esta ideia, que Tino Navarro prosseguiria nos anos seguintes, funcionou, em termos de êxito nas salas, durante um período relativamente curto (Ramos, 2005: 24). Importante será, ainda, assinalar o facto de nesta altura da década o jornal *Público* iniciou as colecções (edições regulares) de filmes, nacionais e estrangeiros, em formato de DVD.

Para argumento deste filme foi escolhida a história de “um filho que queria ter um pai que quisesse ter um filho”: Filipe é um jovem de 13 anos, solitário e introvertido, a quem o pai, Manuel, tecnocrata ambicioso e de sucesso, nunca ligou. Uma noite Manuel entra no quarto do filho e anuncia-lhe que vão os dois, juntos e sozinhos, passar as férias grandes a um local mágico e fabuloso, os Açores. No meio de uma paisagem onírica, acertam-se as contas de um penoso passado, e suportam juntos a terrível revelação de que Manuel vai morrer em breve. Os dois decidem defrontar a morte e a separação juntos mas numa certa madrugada pai e filho despedem-se, Manuel decide ficar nos Açores, para morrer no lugar mais belo que conheceu e, assim, Filipe

⁹⁰⁶ *Pedras Rolantes*, no Instituto Português da Juventude, encenada por António Pires, depois de se ter estreado no Teatro Aberto com a peça *Demónios Menores*.

regressa a Lisboa, ao colégio (caro) onde – guiados pela voz do narrador – o encontramos a acabar de escrever uma composição sobre as últimas férias, a que deu o título de *Adeus, Pai* (Ramos, 2005: 24).

Luís Filipe Rocha esclarece que este filme fala, claramente, da sua geração que depois de ter prometido ser diferente e de não ter cumprido a promessa, revela enormíssima infidelidade a si própria e aos seus sonhos. O realizador propõe, com este drama, repensar a célula familiar actual, com a intenção de incomodar consciências sem querer apontar vilões ou heróis, dar soluções ou fórmulas mas, tão somente, lançar um alerta⁹⁰⁷. O realizador compôs, «sob as volúveis teias de drama e humor» um argumento motivado pelo «imaginário – entre a verdade e a ilusão, que tecem as vivências do jovem protagonista», filme onde trata de «sentimentos e frustrações intemporais – para, paralelamente, retratar uma geração em Portugal. Adulta, sob a pressa de vencer, mas frustrada quanto às referências da maturidade ...», aprofunda José de Matos-Cruz⁹⁰⁸

J. L. de Ramos assevera que os méritos do trabalho do realizador firmam-se na dramaturgia seca e eficaz, que sabe integrar a beleza e nostalgia das ilhas açorianas em registos de onirismo de uma realidade desejada. É através de Filipe que seguimos, do colégio até casa, que vamos descobrindo todos os personagens que apareceram nos Açores, que fazem parte do quotidiano de Filipe em Lisboa, e constatamos, num final perfeitamente surpreendente, que tudo o que vimos antes não passou afinal de uma ficção, desesperada e dolorosa, totalmente inventada pelo jovem.

Em *Adeus, Pai* não é evidente que seja um filme à procura de público, nem a cair em cima do ‘ar do tempo’, muito pelo contrário. É um filme com um registo «intimista, despojado, sereno, onde as emoções nascem de fortes laços afectivos ou de uma tristeza irremível pela sua ausência» (Ramos, 2005: 25). Esperava, justamente, José de Matos-Cruz, que este filme fosse a mais que merecida consagração do realizador, que neste filme «volta às ficções originais», sob uma «sobriedade estética, rigor de representação, pudor intimista» marcantes. O realizador recua ao tema da infância,

⁹⁰⁷ Revista *Visão*, 19 de Dezembro de 1996.

⁹⁰⁸ *Diário de Notícias*, 20 de Dezembro de 1996.

talvez autobiográfica, e da influência da família sobre a puberdade, «expondo uma sensibilidade triste mas afirmativa, com propensão ao sonho», diz-nos o crítico.

Este filme faz-se de retratos dentro de um retrato, de imagens fortes com as marcas nacionais possíveis.

O drama foi produzido sob os preceitos *industriais* apesar de não ser, obviamente, um filme em busca do grande público, porque é desapegado e discreto e dono de uma dramaturgia eficaz. Um filme belo e nostálgico, não do que já se teve mas do que se gostaria de ter.

Não são encontradas quaisquer referências ao orçamento previsto e realizado deste filme, nas publicações da imprensa. Sabemos, tão-somente, pelos dados do ICA, que o apoio concedido (em concurso de 1995) foi de 498 797\$90⁹⁰⁹ e que teve em sala teve 100.461 espectadores.

Luís Filipe Rocha, o autor *Amor e Dedinhos de Pé* (1991) e *Sinais de Fogo* (1995), realizou esta obra cheia de emoções, confirmando as suas qualidades na escolha e na direcção de actores (Ramos, 2005: 25).

2.19 *Tentação*, uma proposta de 'cinema alternativo'

O êxito deste filme, radicar-se-á, de novo, na escolha do elenco e na chegada de uma nova 'musa' ao cinema português: Cristina Câmara⁹¹⁰ que um pouco por acaso, e com apenas uma experiência na área da representação, decidiu fazer o papel proposto por Joaquim Leitão - a aposta do realizador foi ganha. Cristina Câmara, estreante actriz em cinema, «portou-se bem e brilhou ao lado de Joaquim de Almeida», valorizando o filme.

⁹⁰⁹ Aproximadamente 2.493€.

⁹¹⁰ «Um pouco por acidente, apenas com um papel, a actriz conseguiu marcar. Ela era 'booker' de uma das mais conceituadas empresas de modelos em Portugal, mas, pela primeira vez na vida, experimentou representar decidiu fazer o papel proposto por Joaquim Leitão. A aposta foi ganha. A estreante actriz portou-se bem e a crítica adorou-a, tornando-a numa espécie de 'messias' da nova geração de actrizes portuguesas. Cristina Câmara, brilhou ao lado de Joaquim de Almeida, valorizando o filme.» (*Gente TV*, s/ data). Ao citar esta revista sublinhamos a importância (crescente) dada por este género de imprensa à produção de cinema em Portugal e a sua importância na criação do star system nacional.

A crítica adorou-a, e transformou-a numa espécie de ‘messias’ da nova geração de atrizes portuguesas. Os actores estão, portanto muito no centro da estratégia do filme e são o seu maior trunfo: «a prestação de Cristina Câmara não podia ter corrido melhor; Joaquim de Almeida é...Joaquim de Almeida», havendo quem o considere pouco credível (Ramos, 2005: 594-5), porém, há momentos, como na fase toxicoddependência, em que o filme cresce. Os papéis secundários sofrem pela pouca densidade das linhas que lhes couberam, sobressai aqui Diogo Infante, na pele de um perigoso marginal, desviando-se da sua imagem habitual, incorporando uma malvadez anímica. Um par de actores principais «vestiram a camisola dos papéis até a encharcarem» e um «esplêndido rol de ‘secundários’ capazes de serem os ‘primeiros’ noutras circunstâncias» contribuíram para a desenvoltura cinematográfica⁹¹¹.

Joaquim Leitão adopta uma estratégia de risco no enleio do espectador, recusando-lhe qualquer personagem para empatia, qualquer figura em quem investir. Comercialmente a aposta é arriscada o que nos leva a reforçar a ideia de que não são só os sucessos de bilheteira que movem o trabalho do realizador – o que podia ter ficado (demasiado) evidente após de *Adão e Eva* - mas a verdade é que o realizador esteve dois anos para conseguir fazer este projecto e acabou fazendo-o em condições mais adversas do que seria espectável para um realizador que já tinha passado o teste do público. O cineasta escolheu enfrentar estas questões fazendo uma viragem de 180°, quanto ao tom, mas mantendo uma abordagem próxima ao filme anterior (Ramos, 2005: 594-5). Eurico de Barros⁹¹², destaca o facto do realizador, neste filme e pela primeira vez na sua filmografia, ter tentado uma forma de entretenimento com mensagem, «tira a temperatura a algumas das preocupações do Portugal de agora» e pronuncia-se sobre elas.

Os produtores deste filme repescam o assunto do êxito, de *Adão e Eva*, seguido em filmes como *Adeus, Pai* e *Tentação* – todos produzidos pela MGN e apoiados directamente pela RTP⁹¹³ e pela SIC. Para Tino Navarro o apoio das televisões é muito

⁹¹¹ *Diário de Notícias*, 26 de Dezembro de 1997.

⁹¹² *Diário de Notícias*, 26 de Dezembro de 1997.

⁹¹³ «Nestes últimos anos a RTP manteve o apoio ao cinema português, embora não tenha obtido resultados tão ‘vistosos’: Cinco Dias, Cinco Noites, Amor e Dedinhos de Pé, Aqui d’el Rei, Longe da

importante para salvaguardar a promoção⁹¹⁴ que permite, desde logo, cumprir duas das três componentes nos filmes: a qualidade, a visibilidade e a sintonia, as televisões garantem a visibilidade e consequentemente a sintonia com o público. À semelhança de outras produções, o recurso a uma banda como os Xutos e Pontapés pesou, com certeza, no impacto do filme junto do público. O filme foi lançado com um total de 34 cópias.

A ideia original deste argumento tem como base uma história real, embora com um desfecho diferente. O Padre António, sacerdote (por vocação) empenhado, generoso e muito querido das gentes de Vila Daires (terra pacata do Norte do país) vê o seu destino cruzar-se com o de Lena (a ‘ovelha negra’ da vila). Entre Lisboa e o Norte nasce um amor proibido entre uma jovem e um padre que se deixam levar pelos ‘caminhos da perdição’, obrigando o padre a confrontar-se com os seus próprios demónios. Mas o argumento de um filme não se faz só com uma ideia de história, mas com uma teia e, infelizmente, os *sub-plots* deste filme não são cuidados (Ramos, 2005: 594). Aliás, acrescenta Jorge Leião de Ramos, «nunca este realizador nos tinha apresentado um olhar tão simples, tão reduzido, incluindo na *mise-en-scène*», onde «tudo se concentra no uso do grande plano», nos rostos, como na televisão, numa ideia de composição plástica próxima da telenovela. No entanto, neste filme, Joaquim Leitão escolheu um tom negro, fechou as saídas, não há espaço nem para o riso nem sequer para um sorriso. Não está reservado qualquer conforto para o espectador, nem nas suas expectativas nem nas suas experiências. Não há vontade de entretenimento, conclui, J. L. Ramos (2005: 595). A força deste cinema está, portanto, na narrativa, onde o encontramos à vontade para lidar com o real quotidiano, definindo ambientes, formas e comportamentos das personagens se relacionarem com naturalidade⁹¹⁵. A escolha do realizador passa por apresentar histórias banais, quotidianas, capazes de funcionar como armas fortes na identificação do público com o que vê no pequeno ecrã, apresentando um filme limpo

Vista, Viagem ao Principio do Mundo, Corte de Cabelo e Mulher Polícia. No total (entre longas e curtas-metragens, documentários e filmes de animação, a RTP apoiou directamente mais de 100 filmes, gastando mais de um milhão de contos – isto sem contabilizar o apoio à promoção.» (conforme: folha de imprensa).

⁹¹⁴ Considerando a liderança, à época, da SIC, nas audiências, a sua associação a um filme acaba por ser um factor decisivo nas fases de promoção e venda. Aquando da sua passagem na televisão este filme teve um share de 50%. (conforme: folha de imprensa).

⁹¹⁵ *Diário de Notícias*, 26 de Dezembro de 1997.

de efeitos, em respeito pela linha narrativa, acrescenta Filipa Melo⁹¹⁶. A linguagem cinematográfica de Joaquim Leitão acompanha a sua evolução pessoal: «Outrora, preferia os filmes à vida. Agora, acontece-me cada vez mais o contrário. Tento contar a história da maneira mais eficaz possível. Sou incapaz de repetir um plano só para que resulte mais bonito, ou de me perder em contemplações»⁹¹⁷, aceita os imprevistos e as improvisações.

Com uma equipa de cerca de quarenta actores e cinquenta técnicos que levou para a rodagem prevista de quatro meses (e que durou apenas dois), com a firme vontade, do produtor e distribuidores, de estrearem o filme até ao Natal⁹¹⁸.

Este filme, como outros, cuja produção vem associada ao canal de televisão SIC, contou com um financiamento directo de aproximadamente 1/5 do orçamento total. Esta *política* foi iniciada numa parceria entre a MGN – com *Adão e Eva* – e prosseguida em *Tentação*. Este é o filme que, por fim, bateu o recorde de bilheteira de *O Lugar do Morto* (António Pedro Vasconcelos, 1984), como informa a folha de imprensa que acompanha o filme. A revista *Visão*⁹¹⁹ acrescenta que esta co-produção portuguesa contou, para além da MGN, com participação da brasileira Sky Light Cinema e foi distribuído pela Lusomundo.

Assim, dados os sucessos destas produções da, e com a, SIC, é natural encontrar, outra vez, repetida a expressão de esperança, de um cinema português em *estado de graça*. Sucedem-se os êxitos de bilheteira, quase sempre beneficiado do apoio directo da televisão, principalmente da SIC⁹²⁰, que acabava por exhibir o filme, integrando-o na programação do canal.

Este filme é um bom exemplo da premiabilidade entre os meios, com a

⁹¹⁶ Revista *Visão*, 23 de Dezembro de 1997: 82.

⁹¹⁷ Revista *Visão*, 23 de Dezembro de 1997.

⁹¹⁸ Revista *Visão*, 23 de Dezembro de 1997.

⁹¹⁹ 23 de Dezembro de 1997.

⁹²⁰ O canal aparece associado a cinco das seis fitas portuguesas mais vistas: *Tentação*, *Adão e Eva*, *Jaime*, *Pesadelo Côr-de-Rosa* e *Zona J*. (conforme: folha de imprensa).

participação da televisão, que viabiliza projectos financeiros e dá notoriedade, reflectindo uma mudança de mentalidades na produção que teve com consequência directa numa nova vaga de público, o mesmo a quem os grupos de comunicação dirigem a sua mensagem. Queria, e cria-se, que o *divórcio* tivesse chegado ao fim e com ele a ideia de que o cinema português servia (exclusivamente) para passar em festivais estrangeiros, para ‘fazer as delícias’ de (alguma) crítica. A participação activa das televisões foi fundamental para esta revoada de êxitos. A participação dos canais de televisão não era propriamente uma novidade já que a RTP funcionava, há muito, como ‘parceira estratégica’ do cinema português, colaborando na montagem financeira desses diversos projectos, a novidade foi introduzida com economias de escala aplicadas ao processo, onde foram maximizados os meios implicados com a intervenção televisiva, quer em termos de apoio à produção⁹²¹ quer – pormenor não menos importante – na divulgação e promoção⁹²² dos filmes. *Tentação* acabou por seduzir o público, alcançando os 36.312 espectadores, de acordo com os dados recolhidos junto do ICA.

Este filme abriu a mostra de novo cinema português em Buenos Aires/Argentina, organizada pelo Teatro San Martin e a Cinemateca Argentina, com o apoio do Instituto Camões, conforme publicita a folha de imprensa.

O filme não será do género pela qual a crítica se detenha muito, pelo que as palavras que lhe são dirigidas prendem-se com o, óbvio, facto de ser o maior êxito comercial, que adapta uma estrutura narrativa e uma rítmica habitual no cinema industrial americano⁹²³. Uma «obra impessoal e desabitada» onde Joaquim de Almeida não é convincente e Cristina Câmara, não sendo grande actriz, tem uma «secura e dureza no olhar que fazem com que a sua presença seja o melhor do filme», observa J. L. Ramos (2005: 594-5), um filme sem a envolvência que se espera de um caçador de

⁹²¹ «O valor destas acções de promoção é dificilmente quantificável mas pode rondar os 90/100 mil contos por filme. Quantias que o cinema português raramente se pode dar ao luxo de utilizar para publicitar as suas obras.» (conforme: folha de imprensa).

⁹²² Os «spots publicitários, em especiais sobre a produção das referidas películas e em intervenções das suas estrelas nos mais variados programas.» (conforme: folha de imprensa).

⁹²³ «Ao fazer filmes, Joaquim Leitão está a fazer uma coisa que gosta, para a qual tem vocação e talento, com a qual quer alcançar a satisfação pessoal, agradar a um público, e muito importante, ter bons resultados de bilheteira.» (Eurico de Barros, *Diário de Notícias*, 26 de Dezembro de 1997).

espectadores porque não cede ao óbvio. Filipa Melo⁹²⁴ refere-se ao elenco de luxo que conta uma história actual, num filme em que um padre injecta heroína por amor enquanto prega contra as milícias populares, um filme que «corre o risco de fazer um pacto com o mercado». O objecto que une aquele homem e aquela mulher não é o amor sensual, é a partilha do desespero, da solidão e de um vício. *Tentação* não tenta seduzir, joga com a crueza, mas não emociona – perturba pela forma fria como vai direito, pelo escuro dentro, e o espectador segue-o. Não sendo um bom filme ancora-se, no entanto, «na ausência das concessões que mais se esperariam». Para Joaquim Leitão fazer um filme é fazer cinema, por oposição a usar um filme – e todos os filmes são políticos, na sua opinião – como ponto de partida para fazer literatura em movimento, grafismo animado, daí que «em vez de produções insossas⁹²⁵, indefinidas ou suboliveirescas⁹²⁶, opte por filmes de identidade definida, desempoeirados, com uma história papável», com uma orientação e intento comercial, diz Eurico de Barros⁹²⁷, acrescentando que o filme não faz «ronha~», não se arrasta, não «encalha em ‘conversa fiada’», faltando-lhe, porventura, «um auge dramático satisfatório» e um final que não fosse «despachado com ligeireza e que destoa» de tudo o que lhe antecedeu. Será um problema de argumento onde, talvez, por tentar agarrar tantos temas de uma só vez claudicou na conclusão. Aquele crítico defende que o trabalho deste realizador é um exemplo de um cinema, de entretenimento, que faz falta em Portugal, um modelo para uma boa produção que «sente espectadores nas cadeiras dos cinemas, garantindo simultaneamente qualidade artística, interesse narrativo e competência comercial».

Joaquim Leitão defende incondicionalmente um tipo de cinema que chame o público e distancia-se da forma radical das posições mais frequentes na discussão sobre o cinema português. «Joaquim Leitão é dos poucos realizadores portugueses para quem um filme não é uma viagem ao umbigo, um manifesto estético, um exercício

⁹²⁴ Revista *Visão*, 23 de Dezembro de 1997.

⁹²⁵ Eurico de Barros reconhece-lhe o rigor e profissionalismo na produção (de Tino Navarro).

⁹²⁶ Eurico de Barros (*Diário de Notícias*, 26 de Dezembro de 1997: 27) chega a afirmar que «Oliveira é o caviar do cinema português, Joaquim Leitão é o seu bife com batatas fritas».

⁹²⁷ *Diário de Notícias*, 26 de Dezembro de 1997.

fotográfico»⁹²⁸. Como o seu produtor (Tino Navarro) defende um cinema português que prove, junto do público, que vale a pena existir. Por isso passa por contar histórias e respeitar o trabalho dos actores usando, neste e noutros filmes, armas consideradas pouco dignas perante a «suposta singularidade artística do nosso cinema» para se tentar definir, diz Filipa Melo⁹²⁹. Acreditamos que este filme não marcará a nossa cinematografia, é um filme português, produzido em Portugal, mas podia ser noutro sítio qualquer.

Este drama, de Joaquim Leitão, mostra um romance em grande plano, não recorrendo, apesar de tudo, às soluções mais hábeis do filme de entretenimento.

De acordo com a revista *Visão*⁹³⁰ o custo total terá rondado os 260 mil contos⁹³¹, com o apoio do IPACA de 130 000 contos⁹³² e um investimento, substancial da SIC, de 57 000 contos⁹³³. Através dos dados do ICA, no entanto, o montante de apoio oficialmente concedido (em 1997) foi de 648 437\$27⁹³⁴.

Tentação acabou por seduzir o público, alcançando os 36.312 espectadores, de acordo com os dados recolhidos junto do ICA. Em 1987, com Joaquim Leitão e *Duma Vez Por Todas*, surge um modelo para um cinema ‘alternativo’, isto é, uma abordagem mais comercial aos filmes, pensados para agradar ao público – mas não à crítica.

2.20 Zona J, apela ao voyeurismo dos retratados

Leonel Vieira é, em 1997, uma referência do (mais) novo cinema português, um realizador que não optou, neste filme, por elementos de oportunismo, como diria J.L.

⁹²⁸ Eurico de Barros, *Diário de Notícias*, 26 de Dezembro de 1997.

⁹²⁹ Revista *Visão*, 23 de Dezembro de 1997.

⁹³⁰ 23 de Dezembro de 1997.

⁹³¹ 1.300.000€.

⁹³² 650.000€.

⁹³³ 285.000€.

⁹³⁴ 3.242€.

Ramos (2005: 652), imagens de assento mais sexual, por exemplo, tão atractivas para um público mais *voyeurista*, e que até não seriam gratuitos. *Zona J* é o seu segundo filme, o primeiro *À Sombra dos Abutres* que, por contingências que desconhecemos, viria a estrear depois.

A produção deste filme foi da responsabilidade de Tino Navarro (para a MGN Filmes), e da SIC. Aquele produtor, através do catálogo da Costa do Castelo, acabou por ver este, e outros quatro filmes por ele produzidos, editados em DVD pelo jornal *Público* (Série Y) enquanto a Lusomundo o lançava em formato cassete de vídeo, numa altura em que o mercado do DVD estava em crescimento em Portugal. Segundo o *Jornal de Notícias* (12 de Dezembro de 1998: 53) até à data da sua estreia este teria sido o filme que saiu com maior número de cópias, o que suporia vir a ser exibido no mesmo número de salas, o que sabemos não ter acontecido, por razões que desconhecemos.

Para além dos consagrados como Ana Bustorff e José Pedro Gomes, as figuras centrais da história couberam a Núria Madruga (Carla) e Félix Fontoura (Tó), estes últimos vistos como talentosos, com futuro e que traziam um novo fôlego ao nosso cinema - depois de um *casting* por onde passaram 1200 candidatos. Para os actores centrais da história, o realizador escolheu pessoas sem experiência cinematográfica, uma modelo e actores conhecidos da televisão que, não se furtando a terem de encarnar ‘personagens tipo’ e alguns *clichés*, previstos na espinha dorsal do argumento de Rui Cardoso Martins baseado numa história original a partir dos moradores do bairro de Chelas. Sendo uma opção consciente no guião, Leonel Vieira assume que se este processo fosse todo da sua responsabilidade talvez as opções fossem outras⁹³⁵.

J. L. Ramos (2005: 652) observa como nesta história só há dois vilões: o polícia, interpretado por Almeno Gonçalves, e o gerente do centro comercial, interpretado por João Pedro Gomes. De notar, a título de curiosidade, que o próprio Tino Navarro integra o elenco, no papel de receptor. Este produtor determina o recorte comercial do filme, facultando uma estrutura de produção orientada para o grande público, permitindo ao realizador fazer um outro trabalho, o da direcção de actores, permitindo um outro ritmo

⁹³⁵ *Jornal de Notícias*, 12 de Dezembro de 1998.

de filmagens, onde há espaço para ensaiar movimentos de câmara, as lentes, montar mais⁹³⁶, tudo num ritmo trepidante.

O argumento relata uma história à volta dos *clichés* dos jovens de origem africana, filhos dos operários (da construção civil) e das empregadas (de limpeza), com problemas de identidade e de integração. É neste contexto que se desenvolve a paixão de Tó (filho de angolanos e que sonha viver no país de origem) e Carla (rapariga branca de classe média dos subúrbios). Ambos planeiam ir viver para Angola mas Carla engravida e o jovem casal tem de alterar os projectos e enfrentar todo um conjunto de dificuldades. Tó, que estava a trabalhar nas obras, envolve-se num assalto a uma joalharia, onde o seu irmão acaba baleado. Perseguidos pela polícia tentam chegar ao aeroporto mas, como seria de esperar, a história acaba mal. Adivinha-se mais uma versão de *Romeu e Julieta*, reconhecendo-se que o trabalho trata de múltiplos problemas sociais⁹³⁷, de integração social. O argumentista, Rui Cardoso Martins, faz notar à revista *Visão*⁹³⁸ que este é um filme de ficção que tanto se aproxima como se afasta da realidade.

A estética não podia estar mais longe de outros filmes (importantes) realizados naquela altura mas com as mesmas motivações, como *Ossos* e *Os Mutantes*, de Pedro Costa e Teresa Vellaverde, respectivamente. Não há neste filme uma verdadeira densidade dramática (Ramos, 2005: 652), é um olhar superficial, rasando a fórmula de telenovela. O cinema é aqui um mero processo de registo (audiovisual) e não uma linguagem em si. Queremos com isto dizer que, onde Pedro Costa nos punha à distância e Teresa Villaverde nos envolvia, sem nos pretender meter dentro das personagens, em *Zona J* quer-se criar empatias, procura-se a condescendência, sob a divisa de que ‘não há maus rapazes’, mesmo quando erram.

Voltamos a *Ossos* e *Os Mutantes* e àquele cinema português que se aproximava

⁹³⁶ Este filme bateu o recorde de número de planos montados: 1400, segundo José Miguel Gaspar (Jornal de Notícias, 12 de Dezembro de 1998).

⁹³⁷ O realizador foi convidado para participar no Ciclo Cinema e Sociedade promovido pelo Instituto Franco-Português já que este filme aborda problemas de adolescentes oriundos de África e de classes sociais sem recurso.

⁹³⁸ 12 de Dezembro de 1998.

dos jovens, das franjas, porque estes filmes partilham esse tema. Sendo que, no caso do filme em questão o seu principal problema é mesmo aquele, promover a familiaridade e cultivar os estereótipos (Ramos, 2005: 652), através de soluções muito simples, previsíveis e banais. Leonel Vieira não nega a sua admiração pelos mestres americanos e pelo cinema espanhol, mais estimulante e com alma, em contraponto com a portuguesa – e a mais reconhecida, de Manoel de Oliveira, cujo cinema considera genuíno mas pouco estimulante⁹³⁹.

Para este filme encontramos, de novo, as palavras optimistas, sobre o cinema português desses anos, anos de renascimento e abandono do ‘cinema de autor’, a que não seria indiferente a ligação, dessas produções, à televisão, e à promoção que lhe dedicaram, mas também ao aparecimento de novos realizadores. Aliás, é num esforço de alargamento do mercado interno, de filmes portugueses, aproveitando o entusiasmo pelo nosso cinema que decorria do alvoroço criado com alguma produção de meados dos anos 90, que foram editados em DVD, pelo jornal *Público* (Série Y) cinco filmes, que cobriram um período entre 1994 e 1998, ilustrando, assim, uma estratégia *industrial* de conquista progressiva de público.

O filme, utilizando os recursos acima referidos, acabou por atrair um público curioso e levou os retratados à, em alguns casos, primeira experiência de cinema em sala para verem o retrato daquela zona, que teria entretanto sofrido um total transformação por força da Expo’98.

Este filme foi apoiado com 548 677\$69⁹⁴⁰ provenientes do Instituto Português de Arte Cinematográfica e Audiovisual, e teve, em sala, uma audiência de 246.073 espectadores, conforme os dados disponibilizados pelo ICA. O filme, utilizando os recursos acima referidos, acabou por atrair um público curioso e levou a comunidade retratada, em alguns casos, pela primeira experiência de cinema em sala - para verem o retrato daquela zona, que teria entretanto sofrido um total transformação por força da Expo’98.

⁹³⁹ *Jornal de Notícias*, 12 de Dezembro de 1998.

⁹⁴⁰ De acordo com o ICA, 2743€.

Leonel Vieira apresenta aqui um romance, um drama, onde não falta o crime. O filme, de 1998, não foge ao banal, apesar de não ser vulgar. Este realizador pertence ao grupo de novos realizadores que não está interessado em fazer ‘filmes de autor’, é assumidamente um realizador ‘da indústria’. O realizador segue os seus mestres, Coppola e Scorsese e defende (contra a ideia de subtilidade) a teoria de que a câmara é Deus, daquele último: a câmara pode ser colocada em qualquer sítio porque só ela tem a capacidade de se movimentar livremente, de poder estar em todos os lados.⁹⁴¹

2.21 *Jaime*, um filme de pessoas

O elenco do filme coloca os estreantes Saul Fonseca⁹⁴² e Sandro Silva a contracenarem com Fernanda Serrano e Joaquim de Almeida, Joaquim Leitão e Vítor Norte. António-Pedro Vasconcelos arriscou, na opinião de Sara Belo Luís⁹⁴³, ao colocar, em papéis importantes, actores pouco experientes, ou até mesmo estreantes. Mas a ideia do realizador para o elenco passava por intérpretes que contrariassem a ideia de que os pobres são feios. Aliás, o modelo para os pais de Jaime (anunciado na primeira sessão de *casting* para espanto dos presentes) eram a dupla Ava Gardner e Paul Newman.

Através daqueles actores é contada a história de miúdos que trabalham numa padaria do Porto. É um filme que se passa num enquadramento social de trabalho infantil que facilmente se poderia tornar num retrato sociológico, mas não é – é a matéria de que, muitas vezes, se faz a ficção. Passa-se no contexto do chamado ciclo da pobreza⁹⁴⁴ e conta a história de um herói do dia-a-dia. O argumento desencadeia-se com um acidente: ouve-se um grito, amaldiçoando a sua sorte o patrão transporta a criança ferida para o hospital e Jaime acompanha-os, carregando um saco de gelo com os dedos decepados do amigo – o patrão despede Jaime, para evitar problemas com a Inspecção

⁹⁴¹ *Jornal de Notícias*, 12 de Dezembro de 1998.

⁹⁴² Tinha 13 anos quando ficou com o papel principal, depois de participar num casting anunciado na SIC.

⁹⁴³ *Revista Visão*, 8 de Abril de 1999.

⁹⁴⁴ *Revista Visão*, 8 de Abril de 1999.

do Trabalho. Este é o ponto de partida da aventura de Jaime, que não aceita que os pais estejam separados e tudo fará para os juntar.

Jaime desfaz qualquer preconceito logo na primeira sequência, com um miúdo de dedos decepados, um padrão alterado pelo é incómodo. É uma sequência brutal e de uma simplicidade reveladora, mesmo que lugar-comum esteja presente durante todo o filme cai por terra quando nos confrontamos com uma verdade: «um tema não se filma, filmam-se pessoas» (Ramos, 2005: 316). O realizador recusa adoptar um tom moralista e apesar da temática, não se pode inscrever numa corrente neo-realista, pode comover mas nunca é ‘piegas’ e baseia-se numa narrativa clara⁹⁴⁵.

O drama exalta a capacidade de sobrevivência de (pequenos) heróis em condições de vida muito difíceis, num trágico retrato de uma realidade que continua a existir um pouco por toda a parte. É a história ideal para o realizador se reconciliar com o público que o podia ter esquecido, depois de oito anos sem estreiar, e dar-se a conhecer aos que, pela idade, desconheciam o seu trabalho⁹⁴⁶.

O filme apresenta uma narrativa esquemática, muito próxima da lógica do ‘caso de vida’, que este filme trata, e prende através da credibilidade do conjunto A prestação dos actores estreantes, Sandro Silva (Ulisses) e Saul Fonseca (Jaime) mas também as de Joaquim Leitão (Abel, o pai), Fernanda Serrano e a força dos actores secundários mostram-se, absolutamente, essenciais. (Ramos, 2005: 317).

Este filme marca o regresso do realizador, António Pedro de Vasconcelos que arguiu, aquando da atribuição do Grand Prix Cannes Junior⁹⁴⁷ ao filme, em 2000, que é possível um filme de autor ser um sucesso comercial e marca a sua atitude clara de amargura face ao poder político e à sua relação com cinema.

É o propósito de não seguir cânones de géneros que o filme revela que estará na origem de uma certa falta de fulgor, tornando-o hesitante apesar de, conforme J. L.

⁹⁴⁵ *Revista de Cinema e Audiovisual*, Abril de 1999.

⁹⁴⁶ *Idem*.

⁹⁴⁷ O prémio atribuído a Jaime em Cannes foi muito importante já que em Portugal o filme foi ‘demolido’ pela crítica – o que muito desiludiu o seu realizador. (conforme: folha de imprensa).

Ramos (2005: 317), a evolução dramática ser bem conseguida, com uma estrutura pouco consequente. Nada disto desmerece *Jaime* mas diminui o impacto, a tensão, em que o espectador se julga encontrar. Não se menospreza, antes pelo contrário, a consistência cenográfica, resultado de uma reconstituição realista, feita em estúdio – que em muito lisonjeira os técnicos nela envolvida.

Jaime foi produzido pela SIC⁹⁴⁸, Fado Filmes⁹⁴⁹, Samsa Film⁹⁵⁰ e Videofilmes⁹⁵¹. Não são encontradas quaisquer referências ao orçamento previsto e realizado deste filme, nas publicações da imprensa – que manifestamente não se debruçou sobre esta produção – mas, pelo ICA, podemos dizer que o montante do apoio concedido (em 1998) foi de 548 677\$69⁹⁵², num esquema de co-produção, privada, entre Portugal, Luxemburgo e Brasil⁹⁵³, continuando a SIC a apostar no cinema português, determinante ao bom acolhimento, por parte do público: 220.925 espectadores.

O filme, de 1999, marca claramente uma alteração na orientação do realizador e o abandono do ‘filme de autor’.

O final dos anos 90 caracteriza-se pela regularidade na produção de alguns realizadores consagrados e o aparecimento de uma nova geração que o futuro

⁹⁴⁸ Esta empresa de comunicação, enquanto SIC Filmes, encontra-se registada, apenas, em dois trabalhos de produção (Pulsção Zero/2002, Arte de Roubar/2008) e dois de distribuição (O Olhar da Serpente Jogo da Glória/2002). [Consult. 13 Maio. 2013]. Disponível em <URL: <http://www.imdb.com/company/co0101975>>.

⁹⁴⁹ Empresa de produção portuguesa de Luís Galvão Teles. [Consult. 13 Maio. 2013]. Disponível em <URL: <http://www.imdb.com/company/co0064893>>.

⁹⁵⁰ Empresa produtora do Luxemburgo.

⁹⁵¹ Empresa produtora do Brasil.

⁹⁵² Aproximadamente 3.242€.

⁹⁵³ A participação financeira do Instituto do Cinema, Audiovisual e Multimédia, Fonds National de Soutien à la Production du Grand-Duché de Luxembourg du Grand-Duché de Luxembourg, do Service des Médias et le Audiovisuel du Luxembourg do Service des Médias et le l’Audiovisuel du Luxembourg e do Fonds Eurimages du Conseil de l’Europe foram determinantes para o sucesso deste filme e lhe deu o Grande Prémio Internacional de Cinema de San Sebastian. Participou, ainda, no 43º Festival de Cinema de Londres – certame orientado para o público – numa miríade de filmes, espelho da diversidade do cinema do mundo, e foi galardoado com o Prémio da Confederação Internacional de Salas de Cinema - uma organização formada por vários exibidores mundiais de natureza cultural, conforme nos informa a folha de imprensa que acompanha o filme.

confirmará – ou não – resultado de um ambiente económico favorável e por uma alteração da resposta (interessada) do público às propostas que lhe são apresentadas.

Este filme revela, sem dúvida, profissionalismo, no entanto perdeu-se a atitude de António Pedro Vasconcelos e de outros cineastas da sua geração face ao cinema de autor. Deste ponto de vista, constatar-se-á que *Jaime* é objecto que com isso não se preocupa (Ramos, 2005: 317) mas é um filme delicado e bem concretizado.

2.22 *Capitães de Abril*, o filme acontecimento

Maria de Medeiros nasceu em 1965, filha do maestro e compositor Victorino d'Almeida, que recorda como ela começou a trabalhar no projecto deste filme aos 13 anos e como levou praticamente dez anos a montar, financeira e artisticamente⁹⁵⁴. Maria de Medeiros realiza aqui a sua segunda longa-metragem⁹⁵⁵, atitude a muitos níveis arrojada, só possível graças a uma reconhecível inteligência e sensibilidade, por ser capaz de aceitar e aspirar qualquer sugestão, que usa e trata para apresentar soluções. É uma mulher muito determinada (Carlos Matos Gomes na folha de imprensa) que como realizadora, teve a virtude de sonhar um filme ‘impossível’ (Ramos, 2005: 375), o filme sobre a revolução. Um filme sobre emoção e emoções na forma de captar a aventura de se fazer uma revolução⁹⁵⁶.

O processo de pré-produção e produção não podia ter sido simples: nove semanas e meia de rodagem em Santarém, Lisboa, na Ajuda, no Cabo Espichel e em Algés; um milhão de contos⁹⁵⁷; 1 500 militares e 6 000 figurantes. O produtor, Jacques Bidou⁹⁵⁸, terá corroborado que esta foi uma cooperação exemplar ao nível europeu, com um elenco constituído por 64 actores, dos quais destacamos, entre outros: Luís Miguel

⁹⁵⁴ Revista *Prèmiere*, Abril de 2000.

⁹⁵⁵ Revista de Cinema e Audiovisual, Outubro de 1999.

⁹⁵⁶ Revista *Prèmiere*, Abril de 2000.

⁹⁵⁷ 5.000.000€.

⁹⁵⁸ Terá afirmado que este era o melhor filme que tinha visto nos últimos 10 anos.

Cintra, Joaquim Leitão, Pedro Efe, Henrique Viana, João Lagarto, Marcantonio Del Carlo, Canto e Castro, Rogério Samora e António Boavida. Os principais personagens são: Manuel, interpretado por Frédéric Pierrot; Maia, personagem livremente inspirado na figura do célebre Capitão de Abril Salgueiro Maia (1944/1992), interpretado pelo italiano Stefano Accorsi; e Antónia, por Maria de Medeiros, como nos diz a folha de imprensa.

Como co-produção que é cada país foi convidado a chamar actores, situação muito comum em cinema⁹⁵⁹.

Capitães de Abril tem como ponto de partida o 25 de Abril de 1974 contando a história das 24 horas de revolução vividas através da experiência das três personagens principais: dois capitães (Manuel e Maia) e uma professora/jornalista (Antónia). Antónia e Manuel acabam por ver a sua relação transformada em plena convulsão da revolução, a sua participação é um esforço de se resgatar perante a mulher, um símbolo da luta feminina⁹⁶⁰. Carlos Matos Gomes (na folha de imprensa) explica como o argumento trata da coluna de Salgueiro Maia de Santarém até Lisboa mas, mais do que isso, dá aquilo que foram as motivações, os modos de estar e de ver o país dos Capitães que, na altura, estiveram na origem do 25 de Abril, numa linha narrativa, porventura, surpreendente.

Com um guião baseado no cruzamento do testemunho das personagens, dos dois lados da barricada⁹⁶¹, representa a primeira abordagem em cinema ao 25 de Abril de 1974, como uma grande aventura enquanto homenageia Salgueiro Maia.

Este filme é, sobretudo, uma declaração de amor, de quem tinha oito anos naquele 25 de Abril, a um capitão que veio de Santarém conquistar a Liberdade e, alguns anos depois, morreu (jovem) como dizem que acontece aos preferidos dos deuses. Por isso, Salgueiro Maia é aqui mais do que uma figura histórica, é, antes de tudo, um herói romântico, uma figura gizada por um olhar que já vê mais a efabulação

⁹⁵⁹ *Revista de Cinema e Audiovisual*, Outubro de 1999.

⁹⁶⁰ *Revista Prèmiere*, Abril de 2000.

⁹⁶¹ *Revista Visão*, 20 de Abril de 2000.

do que a realidade. E é por isso que este filme que nos comove, tanto mais que nem os personagens viveram felizes para sempre, nem o quotidiano disso deu conta (Ramos, 2005: 117-8).

Se por um lado o filme, em alguns aspectos, pode roçar o burlesco, numa teia romanesca excessivamente esquemática, por outro cresce nas cenas exteriores emocionando e impressionando o espectador⁹⁶². Aliás, o propósito da realizadora foi o de oferecer ao público o melhor de toda a gente que nele trabalhou num filme universal, com uma história forte independentemente da sua temática⁹⁶³.

Tecnicamente, é um filme muito competente, visível na qualidade do trabalho fotográfico, comprovada na cuidada reconstituição do guarda-roupa, no uso impecável da maquilhagem, com uma industriosa encenação dos imensos meios físicos – capacidade invulgar numa estreante em longas-metragens. Talvez esse seu esforço, dedicação e entusiasmo não venham a ser reconhecidos transformando este no grande filme evocador do 25 de Abril, que seria de esperar (Ramos, 2005: 118).

A primeira virtude deste filme será o facto de, no panorama do cinema português, serem escassos os títulos que se referem objectivamente ao 25 de Abril⁹⁶⁴. E, quem viveu o 25 de Abril talvez não seja o público ideal para este filme porque para ver este filme é preciso ter a mente aberta encará-lo como uma obra de ficção. Mas o mesmo não se verificará para aqueloutro público, o mais jovem, nascido depois de 1974. Este é um grande filme, enquanto obra de arte⁹⁶⁵, porque trata uma excelente história, muito bem filmada, que provoca emoções fortes. A forma como Maria de Medeiros conseguiu conjugar a realidade e a ficção, correndo os mesmos riscos que uma (grande) realizadora tinha que correr, não tendo medo de deturpar a realidade, resultou num filme com cenas de grande beleza e sensibilidade, que mantém a atenção do espectador, que pode apreciar uma ficção que respeita a realidade histórica usando da

⁹⁶² *Idem*.

⁹⁶³ Revista *Prémère*, Abril de 2000.

⁹⁶⁴ *Deus, Pátria e Autoridade* (1975) e *Bom Povo Português* (1980) serão as excepções.

⁹⁶⁵ Carlos Matos Gomes, na folha de imprensa.

liberdade criativa de forma consciente - de quem sabe que a arte não deve imitar a vida. Uma ficção, ao estilo do cinema de aventuras épico⁹⁶⁶, que procura reconstituir o momento da história portuguesa mais importante dos últimos tempos.

Os que querem afrontar o filme defenderão que as personagens não têm «espessura», como João Gaspar Simões diria para explicar a relativa «pobreza» deste «romance português» – as personagens podem ser «planas» mas tal dever-se-á, como sempre quando se corre o risco de fazer um ‘filme acontecimento’, pleno de figuras que correspondem a tipos colectivos: os elementos do movimento das Forças Armadas, as mulheres portuguesas, o povo de Lisboa. Os puristas dirão que os acontecimentos relatados não se passaram assim, porque, Maria de Madeiros, conseguiu dar-lhes «um toque de emoção»⁹⁶⁷ e mais, consegue manter-nos intrigados até ao fim como se não soubéssemos como termina e que o movimento militar acabaria por triunfar. Este gesto de amor pelos militares de Abril, a gratidão de uma jovem pelos oficiais que restituíram ao povo português o direito à liberdade, que resgata todas as gerações do público que dele usufruem, hoje em dia, deste clima de liberdade e de progresso, como se fosse a coisa mais natural e sem uma história por detrás⁹⁶⁸.

A intensidade do filme vem da força das emoções. Há momentos em que a única solução é filmar, e Maria de Medeiros vê os Capitães de uma maneira idealista e exaltada⁹⁶⁹.

Este filme foi seleccionado para a secção oficial não competitiva da 53ª edição do Festival de Cannes⁹⁷⁰ e foi apresentado extra-concurso no XXVI Festival de Cinema Ibero-americano de Huelva. Além disso, representou Portugal no Grande Prémio do Festival de Cinessonne (França) e foi visto por 110.337 espectadores.

⁹⁶⁶ Revista *Prèmiere*, Abril de 2000.

⁹⁶⁷ Eurico de Barros, *Diário de Notícias*, 21 de Abril de 2000.

⁹⁶⁸ José Fonseca e Costa a José Medeiros Ferreira, na folha de imprensa.

⁹⁶⁹ Revista *Visão*, 20 de Abril de 2000.

⁹⁷⁰ O filme foi muito bem recebido, não só pela crítica internacional e pelos participantes do certame, como pelo público, chegando mesmo a ser ovacionado durante cerca de dez minutos (*Revista Cinema e Audiovisual*, Abril de 2000).

A produção⁹⁷¹, desta primeira longa-metragem da actiz, é, também, exemplar ao nível da co-produção financeira de quatro países⁹⁷², seis estações de televisão⁹⁷³ e a participação financeira do Instituto do Cinema, Audiovisual e Multimédia, o Fonds Eurimages du Conseil de l'Europe, I.C.A.A., do Programa Ibermedia, do Ministério da Cultura Italiana, co-produzido com FMB Films, SEP Cinema, com a contribuição do Cofimage 11⁹⁷⁴, Gimages 2⁹⁷⁵, Fundação GAN⁹⁷⁶ para o cinema, o Programada Media da União Europeia, Centre National de la Cinématographie, Fonds d'Action Sociale. (Ramos, 2005: 116). Só assim se pode pensar uma produção como esta, estimada num milhão de contos⁹⁷⁷ – fazendo dele, facilmente, o filme mais caro até àquele momento. A França fez-se representar pela JBA Production⁹⁷⁸ e Portugal pela Mutante, que representam quase 4 000 contos do investimento, ao qual se somam 548 677\$69 do ICAM (em concurso 1996) e 44 000 contos da RTP⁹⁷⁹.

A maior censura que lhe é dirigida será pela falta de rigor histórico, no sentido em que «as coisas não se passavam assim» (Ramos, 2005: 118), mas tal não retira o

⁹⁷¹ JBA Production (França), Mutante Filmes (Portugal), Filmart, Alia Film, Arte France Cinema, France 2 Cinéma e RTP formam um bom exemplo de co-produção e financiamento internacional. A direcção de produção ficou a cargo de Alain Peyrollaz, que assumiu também a produção executiva, Rui Louro, Gerardo Fernandes, Marianne Dumoulin; Renato Correia foi o chefe de produção e Adelaide Empis, em associação com Javier Castro, Enzo Porcelli e Ricardo Evole. (Ramos, 2005: 116).

⁹⁷² Espanha, França, Itália e Portugal.

⁹⁷³ A RTP, Canal +, Canal + España, a TelePiu, TVE, RAI.

⁹⁷⁴ Empresa co-produtora e produtora delegada.

⁹⁷⁵ Empresa responsável pela produção.

⁹⁷⁶ Groupama Gan Foundation, pertence à Groupama SA, foi criada em Maio de 1987 - durante a 40ª edição do Festival de Cinema de Cannes – e tornou-se num dos principais parceiros privados do cinema francês. A Fundação actua, principalmente, em duas áreas: na preservação do património cinematográfico mundial; promove a produção, distribuição e exibição de filmes. O seu papel é tão importante quanto o estado de conservação de algumas obras-primas do passado e as dificuldades para a produção e distribuição de longas-metragens actuais. A sua reputação assenta no rigor da selecção dos projectos e nas diferentes formas de apoio que desenvolve. [Em linha]. [Consult. 18 Maio. 2013]. Disponível em <URL: <http://www.fondation-groupama-gan.com/en/the-foundation>>.

⁹⁷⁷ Aproximadamente 5.000.000€.

⁹⁷⁸ De acordo com Lara Marques Pereira (*Revista de Cinema e Audiovisual*, Outubro de 1999) esta produtora estava satisfeita com o andamento dos trabalhos, pelo cumprimento de calendário e pelo bom desempenho da realizadora.

⁹⁷⁹ *Revista de Cinema e Audiovisual*, Outubro de 1999.

mérito da técnica, da reconstituição e da grandeza dos meios.

Terminamos sem que fosse possível encontrar na imprensa, à semelhança de outros filmes aqui indicados, referências críticas à obra, apesar da sua originalidade, da temática, dos meios de produção e impacto. Encontrámos, no entanto, referências ao facto da crítica ter sido demasiado demolidora na revista *Cinema e Audiovisual* (Abril de 2000), mas tal disposição não pode ser espelhada nestas páginas, por não reflectir a investigação realizada. Rui Pedro Tendinha⁹⁸⁰ fala-nos do trabalho de câmara de Maria de Medeiros e de como este reflecte bem a dimensão do projecto, de excelente reconstituição, feito com um espírito de entusiasmo que contaminou os técnicos, actores e figurantes. Sabemos que o filme, para alguns, não exibia o rigor histórico que desejavam, mas fica o mais importante: o registo de um marco histórico, ficcionado e honesto.

3. O cinema português, hoje como sempre⁹⁸¹

É com João César Monteiro, já depois da sua morte, que se dá a viragem de século, e com *A Branca de Neve*⁹⁸², um filme sem imagem. As (novas) temáticas chegam com: João Pedro Rodrigues apresenta *O Fantasma* (2000), visto por 10 000 espectadores, abordando a homossexualidade masculina; Pedro Costa conduz-nos ao extremo n' *O Quarto de Vanda* (2000), visto por 4 300 espectadores. Enquanto Cláudia Tomás também aborda assuntos relacionados com a marginalidade e a toxicodependência em *Noites*⁹⁸³; Fernando Vendrell segue para África para nos mostrar o *Gotejar da Luz*⁹⁸⁴ (2001). Em 2003 Ricardo Costa arrisca em paragens menos urbanas com *Novos Territórios*⁹⁸⁵ e Catarina Ruivo, com *André Valente*⁹⁸⁶, volta às questões das

⁹⁸⁰ Revista *Premiere*, Abril de 2000.

⁹⁸¹ A partir da expressão de Luís de Pina: «Hoje e sempre, cinema português» (1986: 214).

⁹⁸² João César Monteiro, 2003.

⁹⁸³ Com 4 500 espectadores (conforme: ICA).

⁹⁸⁴ Com 2 973 espectadores (conforme: ICA).

⁹⁸⁵ Não foram encontrados dados sobre o número de espectadores junto do ICA.

famílias disfuncionais. João Pedro Rodrigues realiza *Odete*⁹⁸⁷ e de João César Monteiro ainda é lançado *Vai Vem*⁹⁸⁸. De Marco Martins é *Alice*⁹⁸⁹ e o *Fatalista*⁹⁹⁰ de João Botelho, estream em 2005. Orientados para as audiências sai o *Crime do Padre Amaro*, de Carlos Coelho da Silva (disponível em série, para a SIC), e de José Sacramento o *Filme da Treta* (2006). Nesse mesmo ano são conhecidas, duas vertentes do cinema actual: como *98 Octanas*⁹⁹¹ de Fernando Lopes e *Viúva Rica Solteira Não Fica*⁹⁹² de José Fonseca e Costa, entre o drama e a comédia, a mesma vontade de abordar temas que sejam apelativos para as audiências; em 2006, *Transe*⁹⁹³ de Teresa Villaverde aborda questões sociais, assim como Pedro Costa com a sua *Juventude em Marcha*⁹⁹⁴, também disponível formato de mini-série. Em simultâneo o documentário é apoiado por cadeias de televisão, através do vídeo aplicado às artes plásticas e digitais, com Edgar Pêra a reforçar o espírito do filme experimental.

No decorrer destas últimas décadas continuamos a oscilar entre maniqueísmos e gostos pessoais, onde, da análise de imprensa, a informação apresenta-se de forma parcial, e, portanto, subjectiva. Mas sabemos que com o aparecimento e difusão dos mecanismos digitais e com os novos suportes audiovisuais o panorama está a mudar e por consequência haverá um reflexo nas conclusões e rumos para a produção cinematográfica portuguesa.

É primordial salientar as consequências, no que diz respeito à produção, do

⁹⁸⁶ Com 2 280 espectadores (conforme: ICA).

⁹⁸⁷ Com 15 199 espectadores (conforme: ICA).

⁹⁸⁸ Filme (de 179 minutos) que estreou a 3 de Junho de 2003, com argumento, cenário e realização de João César Monteiro, teve 12 302 espectadores. (conforme: ICA).

⁹⁸⁹ Com 34 071 espectadores (conforme: ICA).

⁹⁹⁰ Com 3 932 espectadores (conforme: ICA).

⁹⁹¹ O filme teve um apoio estatal de 650 000€ e 2 999 espectadores (conforme: ICA).

⁹⁹² O filme teve um apoio estatal de 650 000€ e 13 414 espectadores (conforme: ICA).

⁹⁹³ 5 593 espectadores (conforme: ICA).

⁹⁹⁴ O filme teve um apoio estatal de 650 000€ e 2 293 espectadores (conforme: ICA).

envolvimento das empresas de comunicação social nacional, principalmente na definição do *gosto*. Isto é, dos apoios financeiros, da promoção, a par de um circuito de salas de cinema muito importante. Os filmes associados ao canal de televisão SIC alcançam resultados de bilheteira muito significativos⁹⁹⁵ – independentemente do interesse cinematográfico ou da expressão internacional dessas produções alcançaram – e o seu contributo para, junto do grande público, renovar a imagem do cinema nacional.

Aproveitamos para evidenciar que o final da década de 1990 e o início dos anos 2000 testemunham, felizmente, o incremento da produção e da (re)afirmação internacional do nosso cinema. Acreditamos que tal se deve a importância dada às primeiras obras, à continuidade dos trabalhos realizados pelos cineastas mais antigos e experientes, e, finalmente, pela aceitação (por quase todos) da diversificação de géneros. A conjugação de todos os esforços resulta numa grande retrospectiva do cinema português de 1970 a 1999, no Festival de Turim (1999), um importantíssimo balanço e homenagem para a qual foram convidados vários cineastas, representativos de gerações diferentes. Fazemos questão de reconhecer, neste momento, o trabalho do seu organizador, Roberto Turigliatto e celebramos as suas palavras, marcadas na introdução do catálogo da mostra, onde os filmes seleccionados surgem, aos seus olhos e internacionalmente, como exemplos de modernidade, radicalismo, visão, raridade, consistência e coragem, em suma, são «actos de amor»⁹⁹⁶. No catálogo deste Festival encontramos palavras dedicadas ao cinema nacional, uma reflexão sobre «um cinema à margem, de olhos abertos e visão oblíqua, que surge de um impulso de paixão pela descoberta, envolto em mistério. Uma cinematografia multifacetada e sedutora que chega ao público como um «arco rico de ideias, culturas, equilíbrio poético entre pureza e amor», numa «imagem poética do real» (Cavalcanti e Soria, 1999: VII-VIII). Esta retrospectiva que abrange os trabalhos de Fernando Lopes, António Campos, Jorge Silva Melo, Alberto Seixas Santos, Vítor Gonçalves, João Botelho, Manoel de Oliveira,

⁹⁹⁵ São seus os cinco filmes portugueses mais vistos de sempre: *Jaime* (220.925 espectadores); *Zona J* (246.073 espectadores); *Adão e Eva* (254 925 espectadores); *Tentação* (361.312 espectadores); e *O Crime do Padre Amaro* (380.671 espectadores).

⁹⁹⁶ «Certo stiamo parlando non di tuttoil cinema portoghese, ma – ripetiamolo – di una certa tendenza, quel cinema d'autore radicale e post-Nouvelle Vague oggi sempre più apolide, disperato, minacciato (quindi vitale e indispensabile), che ha il coraggio ogni volta di rischiare e di perdersi nei suoi amori.» (Turigliatto, 1999: XIII).

Paulo Rocha, João César Monteiro e de cineastas mais jovens como Pedro Costa, Teresa Villaverde, Joaquim Pinto, Margarida Gil, Joaquim Sapinho, João Mário Grilo. No certame foram, ainda, homenageados António Reis e Margarida Cordeiro. Esta celebração, reforçamos, foi realizada com o apoio do Programa Audiovisual da União Latina – organização intergovernamental que reúne 34 Estados, promovendo as suas línguas e culturas. Este Programa apoia diversas iniciativas que promove e divulga a identidade e a herança comum ao mundo latino, funcionando como uma ‘caixa-de-ressonância’ para o filme, o objecto que deixa na nossa memória novas imagens, novas formas de expressão e de tendências. Os seus organizadores esclarecem que antes da Revolução de 25 de Abril de 1974 houve um ‘divisor de águas’ na história portuguesa contemporânea: o Cinema Novo, que já tinha marcado uma ruptura com *Verdes Anos* (Paulo Rocha), *Belarmino* (Fernando Lopes) e *Acto da Primavera* (Manoel de Oliveira); o início dos anos 70, no período imediatamente anterior à Revolução, quando um novo grupo contribui com alguns dos mais importantes filmes portugueses, *Uma rapariga no Verão* (1982-1986), de Vítor Gonçalves e *Atlântida – Do Outro Lado do Espelho* (1985), de Daniel Del Negro. Em 30 anos de cinema português encontraram uma coexistência de histórias, irreduzíveis e únicas, numa tendência de cinema de autor (radical e pós-Nouvelle Vague) cada vez mais desesperado, vital e indispensável, com a coragem de assumir riscos e de se «perder no seu amor.» (Cavalcanti e Soria, 1999: VII-VIII).

Reafirmamos, então, o cinema português como uma cinematografia madura, um património profundo e rico, reconhecida e prestigiada internacionalmente, para muitos, tanto cineastas como investigadores, como um *cinema dos demais*. Porém, não podemos deixar de voltar a reforçar a necessidade de ultrapassar as questões políticas que, sempre, o fragilizam e lhe retiram a base económica que o pode sustentar bem como a consistente mudança das mentalidades⁹⁹⁷. Sejam realistas, Portugal (que não será o

⁹⁹⁷ Sobre estas questões convocamos Joaquim Leitão e o seu posicionamento, em entrevista a Catarina Carvalho, no *Diário de Notícias* (26 de Dezembro de 1997: 26). O realizador não esconde o seu contentamento ao ver os espectadores emocionarem-se com os seus filmes, e o facto deles terem cada vez mais público, obrigando a alterar a forma como se encara o cinema português: «Havia uma grande vontade de gostar do cinema português, mas as pessoas ainda não tinham encontrado o filme para gostarem. Sempre achei que a culpa dos filmes correrem mal era dos filmes, não das pessoas. [...] Hoje há uma relação mais saudável entre o público e o seu cinema» a, atitude que contraria posicionamentos como o de “não é preciso mudar o cinema, é preciso é mudar o público”. Houve uma

mesmo que dizer o grupo de países de expressão portuguesa) não tem um mercado que possa suportar uma *indústria*, que permita a independência económica crie a auto-sustentação, nem mesmo quando reconhecido o papel do produtor como intermediário das necessidades do cinema e as políticas do Estado. É, então, exactamente, pela instabilidade, fragilidade e incoerência das suas leis de apoio que não é possível a nenhum agente manter uma produção coesa e constante que, por sua vez, mantenha o público interessado, envolvido e curioso. Entenda-se que a vontade de aproximar os mecanismos de produção do modelo americano não será, na nossa óptica, forçosamente errada, porque promove a criação de estruturas estáveis para o desenvolvimento da actividade, diária – não resolverá, ou substituirá, na nossa realidade, a necessidade do apoio financeiro, senão de outros, à manutenção da subvenção do Estado. Como anteriormente corroborámos, o cinema americano só é sustentável, exactamente, pelo tamanho do seu mercado (interno), pela hegemonia do idioma e pelo seu controlo da exportação e colocação no mercado (nas salas e em casa) – e, portanto, da definição de um gosto. Acreditamos, no entanto, que não há lugar para uma só linguagem, mesmo considerando que essa é tão legítima como outras, e, portanto, haverá sempre lugar para

altura em política para o cinema defendia de forma muito clara um género de cinema oposto ao seu, «como se fazer filmes que as pessoas gostassem passasse a ser um crime», «achar que as pessoas é que se enganaram» é um absurdo. Esta é uma atitude típica de «uma vanguarda esclarecida que diz às pessoas do que devem ou não gostar.» Este realizador não defende a imposição de quotas para a exibição de cinema português em sala, mas antes apoiar os distribuidores exibidores que exibem filmes portugueses e europeus, porque de alguma maneira correm um risco maior dos que estão na primeira linha graças aos filmes americanos – não fazendo destes, obviamente, os maus da fita. Não é obrigando os distribuidores e exibidores a comprarem o que não querem que as pessoas vão acorrer às salas para ver as produções nacionais e europeias, ambos têm o direito de gostar e o direito de não gostar. Aliás, sublinha, os cinemas nacionais europeus ou mudam ou acabam. O seu futuro radica num mercado onde é preciso lutar para garantir uma posição e essa luta faz-se pela qualidade dos filmes produzidos e não através de imposições que acabam por conduzir essas cinematografias para um gueto. No que diz respeito às questões económicas associadas a actividade, Joaquim Leitão recorda que existe talento e capacidade para mais, que é a forma económica do audiovisual que irá radicalizar esta questão: «A indústria audiovisual e neste momento a maior exportadora dos EUA. Nas últimas reuniões do GATT ainda se conseguiram preservar algumas defesas para o cinema europeu, [...]. Agora já foram gastas.» Conclui esta entrevista negando a obrigação do Estado em subsidiar o cinema, ainda que considere que é uma boa decisão política a que falta um objectivo maior: tornar a actividade cada vez menos dependente do Estado. «Isto exige investimento para lutar contra este lastro que todos nos temos. Pensar numa actividade como internamente subsidiada, porque não há outra maneira, é uma atitude perfeitamente derrotista. Como há muita gente que se recusa a falar do cinema em termos económicos, existem também algumas reservas da parte do Estado sobre a maneira como se investe. Vá-se lá convencer um governo qualquer a investir o mesmo que investiu na Ford Volkswagen para criar infra-estruturas na produção de filmes», porque há uma reserva em acreditar no cinema como uma «indústria de mão-de-obra intensiva, onde a capacidade de criação de emprego é muito grande. [...] Se alguém decidisse investir cem milhões [de escudos] no cinema português acabariam os subsídios».

um universo de produções representativas, dos imaginários nacionais, transculturais e transnacionais, só possíveis se assentes em meios de distribuição, formais e informais (Grilo, 2006a: 32-3). Assim, a cinematografia portuguesa – e outras, no contexto tanto da União Europeia e como dos Países do continente da América do Sul – optou por estratégias de protecção ao seu cinema, tentando contrariar a hegemonia americana. Mas esses mecanismos não são suficientes e, internamente, há que criar, e manter, condições para revelar novos projectos, com regras claras, que possam resultar em novos filmes, em novos cânones e na mudança da atitude do público.

O Observatório das Actividades Culturais chama a atenção para as consequências dos diversos progressos tecnológicos que dominam a indústria cinematográfica dos últimos anos, a digitalização dos conteúdos e a comunicação em rede:

«Muitas mudanças têm ocorrido, desde o aparecimento do DVD e do sistema de alta definição, ao vídeo *on-demand*, aos ficheiros comprimidos partilhados na Internet, entre outras inovações. Uma leitura longitudinal dos dados de produção cinematográfica leva-nos a concluir o crescimento do total de obras produzidas, de 46 em 2001 para 61 em 2008. Neste último ano, o número de longas-metragens (18) e de curtas-metragens (17) foi superior em Portugal. Em termos evolutivos, todos os géneros mantiveram os seus valores equilibrados ao longo dos anos, com a excepção da animação, que apontou para um aumento expressivo, de 3 produções em 2001 para 10 em 2008 [...], embora com tendência para diminuir desde 2006 até 2008 (de 124 para 106)».

Ao falar de indústria, espectáculo, entretenimento, os *think tankers* estão, na realidade, a falar de filmes com vedetas no lugar de pessoas reais), de um modo de filmar comum a todos os filmes, independentemente dos mundos que retratem, levando-nos, a prazo, inevitavelmente, do mesmo mundo, como já acontece com os formatos televisivos e dos filmes feitos para agradar a um público, já criado pelo cinema americano e que todas as cinematografias parecem estar a ser forçadas a observar para sobreviverem. Este receio não é gratuito e resulta de décadas a assistir a um descuido, por parte dos institutos estatais face ao cinema português e à nossa cultura. Reaviva, João Mário Grilo (2006: 34) a memória com o episódio do nosso ministro que diz (em todos os canais de televisão) que mais valia pagar um bilhete à volta do mundo a cada espectador de um programa cultural televisivo do que manter a produção desse

programa. Esta linha de pensamento posta em prática apaga o presente e a possibilidade de ter memória futura, acarretando um futuro imaginário colectivo hegemónico, triste sem diversidade, fora da diversidade. Por isso vemos António-Pedro Vasconcelos⁹⁹⁸ defender o apoio estatal ao cinema como às pescas «que também não é auto-suficiente», e que tem de ter o apoio do Estado, queixando-se do estado de decadência em que está o cinema europeu, tornado inviável, qualquer país, competir com os E.U.A., rematando que os anos 70 e 80 foram trágicos, apontando Godard como um dos responsáveis por esta situação, porque «levou o cinema europeu para um determinado caminho»⁹⁹⁹, teve muitos seguidores, mas depois não foi/foram capaz de tomar o poder.

Enquanto isso João Mário Grilo (2006a: 35) continua a não aceitar a submissão da arte à *indústria*, quando, e a nosso ver, esta indústria tem de estar ao serviço da arte, porque, de outra forma, os mecanismos, abusivos, da indústria podem conduzir os filmes a produtos, vazios de referências do que somos, importando imaginários (narrativos e formais) que são, por consequência, alienígenas. Não podemos defender que um produtor americano não pode, por exemplo, produzir um filme português e vice-versa, ele é como um piloto de aviação, capaz de produzir da mesma forma, desde que esteja atento e consciente do ambiente produtivo em causa.

Em conversa, João Botelho, Pedro Costa e João Mário Grilo (Grilo, 2006a: 37-43) concluem que têm sido, exactamente, as condições precárias de produção que determinaram o peso artístico do nosso cinema, contrariando o peso comercial: «simplesmente o facto de não haver mercado interno para absorver o investimento financeiro de um filme». Preferíamos não ter de concordar com esta afirmação, gostaríamos que, usando meios de produção criteriosos, os filmes fossem de maior qualidade e vistos por mais pessoas, que não fossem vistos apenas como produtos estranhos, diferentes, fora dos formatos no seu próprio mercado. Gostaríamos, por outro lado, de não ter de concordar com aqueles que acusam alguns realizadores de sustentarem produções absurdas, impensáveis, mal geridas, com orçamentos ridículos, obrigados a partilharem o seu processo com equipas demasiado inexperientes e que se tornam *buracos negros* para a energia dos mais experientes. É, de facto, terrível o

⁹⁹⁸ Jornal *Público*/Ípsilon, 29 de Janeiro de 2010.

⁹⁹⁹ António-Pedro Vasconcelos (Jornal *Público*, 29 de Janeiro de 2010).

prejuízo quando o sistema de produção se torna disperso, com equipas de cinema formadas por *tarefaíros*. Mesmo não tendo tido acesso a dados que o comprovasse, sabendo a relação entre o esforço financeiro estatal e privado e o número de espectadores, não podemos considerar sensato manter este *status quo*, uma situação que priva tantos outros criadores da oportunidade de comunicarem e se encontrarem com o seu público. Num visível antagonismo, clássico do cinema português, entre realizadores e produtores. Para os realizadores aqueles continuam a ser os «transmissores dessa corrente de estabilidade do ‘socialismo consumista’» que força as equipas a terem um certo desenho, um certo número de pessoas.

A arte «não é inocente, é uma questão de ponto de vista», diz João Botelho¹⁰⁰⁰.

Os filmes portugueses de que falamos têm um ponto de vista. E não é, em absoluto, um cinema que se esforça para se dirigir às audiências - lamentamos. Naturalmente não concordamos com a generalização que põe em perigo o mesmo cinema que se pretende defender. Um produtor é aquele que acredita num projecto, trabalha nele independentemente de ser mais comercial ou artístico e o que faz é, como já amplamente explanado, gerir as equipas e o orçamento disponíveis, libertando o realizador para este tomar para si a linguagem que quer usar, com os meios disponíveis, e passar a mensagem – cremos – ao maior número de pessoas possível. Não defendemos um produtor que seja cerceador da liberdade, mas o seu melhor gestor. Não podemos falar de liberdade sem defender a independência de um orçamento, a mesma que garantirá «a grandeza da *durée*, do tempo da composição», por isso defendemos, com Pedro Costa, os pequenos produtores e os primeiros filmes mas nunca a sua instabilidade profissional. Assumimos que, a determinado nível desta discussão, não há lugar para aceitar que haja quem esteja interessado em produzir filmes baratos, «porque os produtores – como toda a gente sabe – ganham à cabeça.» (Grilo, 2006a: 41) – é necessário fugir e distanciarmo-nos desse ‘estigma’. É defensável que qualquer profissional, e o produtor também, tem direito à estabilidade financeira e ao desenvolvimento de projectos de forma regular, durante o maior tempo possível e desejável. Para isso necessitamos de receber na proporção da responsabilidade e

¹⁰⁰⁰ Grilo, 2006a: 35.

qualidade do trabalho desenvolvido, o «autor de cinema é aquele que coloca em prática o seu próprio projecto» (Barroso, 2002: 245) – o produtor também o será e por tal merece o devido reconhecimento. Negamos profissionais – que sabemos que existem, por toda a parte e em todas as áreas e, até mesmo, dentro da *classe* de realizadores – vistos como *tubarões* (Grilo, 2006a: 42), que só vêem nos apoios uma forma de ganhar dinheiro à custa da arte cinematográfica. Assim como João Botelho, trocamos tudo por um novo modo de produzir, trocamos tudo por um novo conceito. «Já não é mais a resistência que nos deve unir. Juntemo-nos na dissidência.» Defenda-se um processo que é, obrigatoriamente, conjunto.

Voltamos a António-Pedro Vasconcelos, que nos fala de como gosta de filmes imperfeitos, como os de Renoir e Rossellini, para falar do facto do problema do cinema europeu ter destruído a sua capacidade de sobrevivência e de autonomia quando perdeu o mercado – que ainda não recuperou e talvez nunca o venha a recuperar - apontando a necessidade de impor um cinema português de *mainstream*, sem o medo (absurdo) de que isso mate o cinema (marginal). «Onde é que há mais cinema marginal, mais renovação, mais experiência e mais margem se não no cinema americano, onde existe o mesmo que no teatro: a Broadway, a Off-Broadway e a Off-Off-Broadway. Se tivermos *mainstream*, é mais fácil que nas margens surjam novos valores. Onde há uma indústria, há essa capacidade». Não apoiamos a ideia de que o cinema tem de ser protegido do incómodo do público, como terão defendido alguns cineastas portugueses¹⁰⁰¹.

Reforçamos, nesta altura, as origens populares, de entretenimento, do cinema, onde fez a sua história, o cinema não se pode desligar totalmente das suas raízes (populares), e «ter medo do povo é uma aberração», terá dito Truffaut àquele realizador¹⁰⁰².

O cinema é espectáculo, e as *technicalities* podem mudar o sentido da cinefilia mas não acabarão com os cinéfilos. Perder-se-á o contacto social (da ida ao cinema) porque a *internet* permite usufruir de um filme quando e onde se quer, perde-se a

¹⁰⁰¹ Jornal *Público*, 29 de Janeiro de 2010.

¹⁰⁰² *Idem*.

película, porque esse deixará de ser o suporte; perde-se a autoria como a conhecíamos para ser substituída por equipamentos que dão origem a o espectador-criador, construtor das suas próprias narrativas. Nada ficará como dantes mas sabemos que essa é a natureza dos objectos realizados e que esta se definirá pelas suas características: produtos ou obras.

Haverá sempre a necessidade de um pacto (imaginário) com o espectador onde lhe será dado espaço para que preencha, com a sua imaginação, por muito que isso assuste a cultura audiovisual, como nos diz o cineasta português Manuel Mozos¹⁰⁰³.

Finalizamos esta reflexão com mais números porque confiamos que ao cruzar a produção apoiada e a sua relação com o sucesso (de público e, portanto, de bilheteira) ligaremos a necessidade de manter os apoios estatais ao cinema e à sua sobrevivência. Partimos da lista dos 40 filmes mais vistos de 2004 até 15 de Setembro de 2010¹⁰⁰⁴, do ICA, para verificar que o único filme que conseguiu superar na bilheteira o valor do apoio, foi *Call Girl* (António Pedro Vasconcelos, 2007) que realizou 1.034.000 € de receita, tendo sido subsidiado com 650 000 €. Este filme não ficará registado na história da cinematografia para além do facto, dos números. Não veremos a sua importância reflectida na crítica, pelo que, na nossa opinião, não será uma obra mas apenas um produto.

Verificámos que continuamos a ver filmes de realizadores mais experimentados, que partilham o mesmo espaço e uma característica com os mais novos: a capacidade de surpreender. Presumimos que é isso que o público procura quando assiste a um filme, uma experiência nova.

Com o material disponível para investigar, consideramos que, de alguma forma, o Estado apoiou, de sobremaneira, alguns dos filmes mais vistos, o que nos remete para

¹⁰⁰³ Jornal *Público*, 2 de Abril de 2010.

¹⁰⁰⁴ Da análise dos valores dos apoios e dos números das receitas de bilheteira podemos afirmar que os prejuízos variam entre os 219% (*Contrato*/Nicolau Breyner, 2009) e os 2166% (*O Quinto Império*/Manoel de Oliveira, 2004). Numa média (aritmética) cada um destes 21 filmes custou 441455,27€ e gerou uma receita, também média, de 80286,00€. Isto significa um prejuízo, médio, de 549%, por filme.

duas conclusões: o gosto do Estado e o gosto do público estão, por vezes, em sintonia já que os filmes portugueses mais vistos foram apoiados pelo Instituto competente; e o apoio do Estado é, então, fundamental para que o público possa assistir ao seu cinema uma vez que se assim não fosse muitos daqueles filmes não teriam sido realizados, nem estreados, nem encontrado o seu público.

Politicamente, para o futuro, converge-se para a opção por regulamentos que contemplem não só as questões do *gosto* mas as da importância cinematográfica (produtos e obras), de propostas que vão para além dos currículos dos intervenientes, mas que devem contemplar mecanismos de gestão próprios. Isto porque, quando, em média, a cada 15 projectos apoiados em concurso, 6 resultam nos filmes mais vistos, tal não será, isoladamente, mau mas financeiramente muito insuficiente, dificultando a argumentação para a manutenção dos apoios provenientes (em exclusivo) do fundo do Instituto. É, então, necessário (re)definir a equação, os papéis de cada um dos elementos do cinema português.

Na opinião de António Pinto Ribeiro¹⁰⁰⁵, em Portugal todos os produtores são descendentes de uma combinação entre Vasco Morgado (empresário) e Madalena Perdigão (criadora e produtora dos Festivais Gulbenkian e do Acarte). Nenhum deles era *santo*, mas eram obstinados, conflituosos com os artistas, duros nas negociações com os empresários, os mecenas, os patrocinadores, sem eles, e o talento facilitador que as caracterizava, não teríamos as obras que formam o nosso imaginário colectivo, «o legado do último século, não existiria.»

Independentemente da diferença que é estabelecida pelo objecto a produzir e o âmbito em que é realizado, a todos os produtores é comum algo do domínio do emotivo, do passional, que resulta de uma pulsão de vida: a paixão pelas artes e o entendimento do universo dos artistas. Só desta forma se explica que alguém possa passar meses e anos a recorrer a todas as formas possíveis (e imaginárias) de financiamento para poder produzir a ideia de um artista, empenhar-se, hipotecar os bens, arriscar o prestígio, num autor desconhecido, num projecto que só a intuição ampara. Ser produtor é lutar contra os limites temporais, contra as demandas de última hora do artista, explicar a obra antes

¹⁰⁰⁵ Jornal *Público*, 10 de Junho de 2011.

dela existir, viver em ansiedade, em função dos contratempos e intervir junto dos poderes públicos e privados, das autoridades, para que, no fim, a obra nasça. Mas ainda há que esperar pelo juízo e valoração dos públicos, dos críticos, do mercado e colocar a obra no circuito. Sim, as obras fazem-se para circular. E, depois de tudo isto, basta a obra não ter sucesso no seu tempo para tudo se desmoronar, para que o produtor desapareça. Mas, o produtor – e deve ser deste que *os artistas* não gostam – tem o poder para escolher os projectos e artistas que quer produzir e, portanto, também ele produz o valor que a obra produzida transporta.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O que aqui nos trouxe foi o desafio de perceber como envelhecem os filmes, apreender o seu valor residual, pensando-os como passado no presente, recebê-los simultaneamente como o passado e o presente. Ver os filmes que marcaram positiva ou negativamente a data da sua estreia e de como o seu envelhecimento pode ser reavaliado devido às críticas que tiveram (Barroso, 2002: 455), entender o processo, para além das suas questões estéticas. A cinematografia enquanto património deixa-nos espantados, enquanto área profissional provoca-nos curiosidade. Há diversos níveis de análise de uma cinematografia, a nós preocupou-nos a relação entre a actividade profissional e as condições para determinado filme ser um sucesso. Sabemos que há *fórmulas* mais ou menos seguras, por isso ficamos curiosos sempre que determinado filme alcança um sucesso inesperado – na estreia ou no futuro. Por outro lado espanta-nos como essa viagem só foi possível quando alguns factores técnicos e estilísticos foram garantidos, como são sempre o resultado de um trabalho metódico e de qualidade, só possível com a melhor equipa reunida, num dado momento e com determinada sustentação financeira. Isto é, para ser um sucesso um filme tem de se mostrar ao público como um produto de qualidade (com uma *boa* história, *boas* interpretações e tecnicamente irrepreensível), tanto aos espectadores como ao público especializado (os críticos e os seus pares). Na verdade, do que falamos, sempre, e para além das condições técnicas – só possíveis de garantir por profissionais dedicados e experientes - é a notoriedade: a notoriedade do elenco, do realizador, do argumentista, do compositor... É sempre de valores subjectivos, incluindo os de qualidade, de que falamos e por isso será tão difícil excluí-la de uma fórmula para o sucesso.

Na verdade, quando atendemos às palavras do público, do espectador, tudo o que procura é um momento de lazer, com qualidade artística e técnica. Mesmo que para o público especializado (dos festivais à crítica) o mais importante sejam as questões de estilo, de novidade, haverá um ponto em comum que não se perde, o da qualidade. É, então, esta parte da equação que defendemos acima de tudo. Defendemos a necessidade de realizar trabalhos equilibrados a todos os níveis, só desta forma um filme chegará a um maior número de pessoas e poderá sobreviver ao passar do tempo.

Para os produtores – e o mesmo não acontece para o objecto produzido ou, pelo menos não da mesma forma, para o realizador – é suficiente «que a obra que produziu não tenha sucesso no seu tempo», que não tenha acesso aos recursos que o viabilizam» para fazerem com que o «produtor desapareça», diz António Pinto Ribeiro¹⁰⁰⁶. Para o produtor o *poder* é, então, como um *fogo-fátuo*, é uma dádiva e um exercício (de poder) que obriga a um (bom) relacionamento com os artistas, com o dinheiro e com a tecnologia, num universo de emoções «que resulta de uma pulsão de vida: a paixão pelas artes e o entendimento do universo dos artistas» (*idem*). cremos que há, em Portugal, como na Europa, uma incapacidade para entendermos a nossa cinematografia porque esta é feita mais por «afinidades entre filmes de uma mesma época do que entre filmes de um mesmo autor em épocas diferentes» (Areal, 2011b: 443) provocando incerteza e confusão no espectador. «Ou seja, apesar do *idioma* do autor, cada filme transporta essencialmente uma circunstância epocal que se torna cada vez mais evidente à medida que dela nos afastamos» (*idem*), facto que colabora para os trabalhos de investigação mas não resolve a falta de empatia do público para com o seu cinema, em constante mutação, que resulta e é resultado de transformações das representações culturais. Se o espectador não partilha das emoções que o cinema provoca não pode realizar um pensamento paralelo, com a obra, e, portanto, é incapaz de o ver como uma unidade e de, conscientemente, aceitar a sua linguagem¹⁰⁰⁷.

¹⁰⁰⁶ Jornal *Público*, 10 de Junho de 2011.

¹⁰⁰⁷ O cinema é uma linguagem enquanto conjunto de mensagens baseado numa matéria de expressão determinada, e como, linguagem artística, caracterizada por procedimentos específicos. Funciona em torno de códigos e com uma ordem que «organizam os actores, modelam o tempo e o espaço fílmicos, tornam carregada de sentido a iluminação e a cor, combinam expressivamente os ritmos impostos pelas regras da montagem (...). Como outras formas de comunicação visual e audiovisual,

Quantas vezes a decisão de ver este ou aquele filme esteve dependente de uma apreciação crítica?! Acreditamos que o que atrai o público (não especializado) é a notoriedade dos intervenientes e menos a palavra do especialista. Mas quem consente a longevidade deste ou daquele filme é o crítico, para quem a argumentação é uma constante, uma predisposição para a partilha de códigos narrativos e morais (Barroso, 2002: 456).

O jornalismo cultural, actualmente, tem de lidar com novos e variados paradigmas que podem ameaçar a sua identidade. Passam pelo culto às *celebridades*, que por vezes se substitui à reflexão, mesmo nas críticas das páginas culturais ou pela sobrevalorização de novas tendências, que ocupam as páginas de capa e os destaques. Por outro lado, devido ao impacto sociocultural da *internet*, cruzamo-nos com criadores de conteúdos para *sites* não jornalísticos que cumprem a função dos jornalistas culturais do século passado. Estes ‘sítios’ disponibilizam agendas de eventos, críticas de filmes, congregam bancos de dados sobre assuntos culturais, são os novos meios de divulgação de informação cultural. Será a emergência destes novos formatos que levam à redefinição das linhas editoriais¹⁰⁰⁸. É o tempo da redefinição de jornalismo cultural que implica uma diversidade de conteúdos, em diversos *sites*, eminentemente urbana, mas não exclusivamente. O cinema é um dos sectores das indústrias culturais que, a par da

não basta olhar percebendo de forma superficial e lacunar(...) o cinema, que desde cedo descobrira a capacidade de acumular as tensões pelo poder da montagem e, depois de 1927, pela força intensa da banda sonora.» (Capucho, 2008: 46 e 51).

¹⁰⁰⁸ «Na altura do estudo, o *Diário de Notícias* agrupava as informações culturais em quatro secções: “Artes”, “Informação”, “Televisão4” e “Pessoas”. A secção “Artes” continha conteúdos da chamada cultura “clássica”, mas também artigos sobre Internet; o caderno P2 do *Público*, quase todo ele dedicado a temas culturais, tinha uma secção chamada precisamente “Cultura”, quando havia outros temas culturais tratados no mesmo fora dessa secção que, às vezes, nem surgia no alinhamento. Aliás, dessa secção constavam apenas artigos sobre música, teatro e literatura, a maior parte críticas, e não fazendo parte da mesma o cinema. [...] Em relação às newsmagazines, caso da *Visão*, estas optam por uma cultura centrada, em grande parte, nas pessoas, nos artistas, aproximando-se do conceito que marca actualmente as revistas de tendências. Os seus suplementos de lazer têm uma abordagem consumista e descontraída, nos quais são apresentados temas da cultura urbana, incluindo viagens, gastronomia, design, sinopses de filmes, exposições e concertos, bem como as agendas de eventos e a programação televisiva. [...] Já algumas publicações especializadas – casos da extinta *Magazine de Artes* e o *Jornal de Letras, Artes e Ideias* apostam, sem sombra de dúvidas, no tratamento da cultura dita “superior”. Com um enfoque muito grande nas artes visuais, no primeiro exemplo, e na literatura e educação, no segundo, estas publicações destinam-se a um público muito segmentado, interessado somente na cultura superior. O aspecto gráfico revela, precisamente, esse posicionamento, com a mancha de texto a tomar conta das páginas, em detrimento da fotografia ou de um layout mais apelativo.» (Silva, 2009: 97-8).

música, mais notícias próprias¹⁰⁰⁹, o que, como tentámos mostrar, é uma importante condição de produção. Tanto o cinema como a música têm impacto no jornalismo cultural graças às suas condições de produção e a, conseqüente, possibilidade de activarem um eficiente *marketing*, o que, por sua vez, alimenta as *celebridades*. São aplicadas estratégias de comunicação e divulgação tão eficazes que a publicação raramente vai à procura da notícia. Por isso encontramos privilegiada a agenda e as actividades cuja origem se encontra no *press release* enviado pelos respectivos produtores. Aliás, a maior parte dos artigos vistos reflecte bem esse mecanismo, a notícia das estreias cinematográficas, de música, teatro e dança, exposições ou a presença de actores, realizadores, músicos, etc., em Portugal.

Neste sentido a cultura está subordinada ao acto comunicativo, com pouco espaço para crítica ou interpretação, são meras notícias ou notas. É nesta lacuna que proliferam *blogues*, muitos de conteúdo cultural, que completam as páginas culturais dos *media*, substituindo, assim, o jornalismo cultural.

Não importa em que formato, o que importa a toda e qualquer cinematografia, é que os críticos e os espectadores escrevem sobre os filmes (portugueses), porque lhe encontraram virtudes ou somente porque ao escreverem sobre eles não permitem que entrem no esquecimento, podendo ser vistos repetidamente ao longo do tempo, concretizando o seu ciclo de vida.

No que diz respeito à capacidade da cinematografia portuguesa produzir *sucessos* (de bilheteira) e *obras de arte*, estamos em condições de garantir que nunca – mas mesmo nunca – teremos um mercado externo, e nem mesmo interno, que promova qualquer produção cinematográfica nacional ao ponto dessa ser um marco universal. A questão passa, para o filme português, enquanto obra de arte, por o seu impacto ser diminuto, pelas questões já abordadas, e portanto relativo e proporcional – proporcional ao mercado no que toca aos recursos humanos e financeiros disponíveis. Nenhuma destas questões é individualmente determinante para o sucesso de um filme mas são,

¹⁰⁰⁹ «A título de exemplo, à data do estudo, a indústria cinematográfica ocupava 42% do espaço dedicado à cultura pelo *Diário de Notícias*; no *Público*, constituía um espaço semelhante (embora fora das páginas culturais). A indústria discográfica ocupava 26% do espaço cultural do *DN* e 50% do espaço dedicado aos artigos culturais pelo *Público*. [...]» (Silva, 2009: 98).

sem dúvida nenhuma, condicionantes que não podemos deixar de reforçar.

No cinema português, com a herança do cinema de autor, investiram-se recursos financeiros, acima de tudo, no trabalho do realizador e menos nos recursos humanos e técnicos. O mesmo será dizer, que os orçamentos se escoavam na criação e não na produção. Este fenómeno obrigava a recorrer a mão-de-obra menos qualificada, a equipamento menor, ignorando, completamente, a fase do lançamento, distribuição e exibição. Desta forma não se criaram equipas cuja experiência garantisse um trabalho bem realizado e portanto mais controlado em termos de custos. A negação do trabalho do produtor, então, acabou, na nossa opinião, por prejudicar a qualidade dos projectos enquanto os privava de serem vistos, conhecidos e reconhecidos. O cinema de hoje continua a ser feito por «um grupo de realizadores e realizadoras que filma com escassos recursos, contra o tempo e o esquecimento» (Cunha, 2013: 1). Estes novos cineastas nacionais vivem no mesmo pragmatismo que os seus antecessores, abraçam «correntes estéticas prementes, de ruptura e encaixe, aproximação e distanciamento, novidade e nostalgia simultâneos» (Cunha, 2013: 5). Vivem na dualidade, entre o aparente vigor e a ansiedade e descontentamento (de origem sobretudo política), entre o reconhecimento da crítica e a invisibilidade para o público, entre a obrigação de estrear e a falta de salas para exhibir os seus trabalhos (no caso particular das longas-metragens apoiadas pelo Estado). São um híbrido, entre o cinema comercial e o de autor¹⁰¹⁰. Encontramos aqui um certo paralelismo com a geração de 60¹⁰¹¹, parece que a história

¹⁰¹⁰ O hibridismo começa com aquela indefinição de estilo, que é extrapolada para o género, com vontade de chegar às pessoas, abandonando uma «tendência egocêntrica de fazer filmes para si próprio, ininteligíveis ou imperscrutáveis» (Cunha, 2013: 5). Percepcionamos que é por causa desta renovação, própria desta época do “cinema expandido” (Cunha, 2013: 11) que encontramos uma cinematografia mais orientada para o exterior – onde encontra o devido reconhecimento – permitindo, espera-se, encontrar eco junto do seu público (nacional). Defendemos que a mudança na atitude (também criativa) dos realizadores somente encontrará o reconhecimento (interno) quando os paradoxos caírem, quando apesar dos espectadores estarem cada vez mais cientes da produção nacional (pelos prémios e distinções que esta nova geração vem recebendo) não podem assistir àquele cinema porque as salas estão a encerrar; quando os filmes produzidos puderem estrear e serem apresentados em ‘circuito comercial’ e não apenas em sessões especiais.

¹⁰¹¹ Wim Wenders escrevia não acreditar que houvesse noutra parte do mundo uma «tal perda de confiança nas suas próprias imagens, nas suas próprias histórias e mitos». «Nós, os realizadores do Novo Cinema, sentimos mais vivamente esta perda, em nós próprios, na falta, na ausência, de uma tradição própria, como órfãos, e nos espectadores, na sua perturbação e timidez iniciais [...], e, num processo que durará talvez ainda alguns anos, vê-se renascer aqui o sentimento de que as imagens e os sons não devem ser só algo importado, mas podem falar deste país e, mesmo, vir deste país.» (Wenders, 1986: 141).

se repete: é uma geração que filma num contexto de agastamento e desanimo, que resiste.

Admitimos que os novos meios (técnicos) ao dispor vão alavancar as cinematografias mais pequenas, como a nossa, e, se por um lado, vão obrigar a uma mais estreita colaboração entre o director/realizador e os demais técnicos, por outro, aliviará os encargos na promoção e difusão dessas produções.

«Só ao preço de uma materialização e uma apreciação absoluta dos mitos que é possível torná-lo atuante na estrutura das fantasias contemporâneas. Uma beleza abstraída de humanismo e metafísica pode aumentar ainda mais seu poder da ação por estar desprendida de qualquer compromisso reflexivo. Beleza operacional, digital, que rompe as fronteiras do real para se transubstanciar no virtual; livre de qualquer impedimento verbal, pode reinar no plano sensível para fixar mitos no plano imaginário. Podemos reconhecer nessa manobra pragmática não só sensacionalista mas sensacionista, o atual controlo do imaginário».¹⁰¹²

O cinema, no que concerne ao seu poder, impele a cultura implícita no significado estético da arte, a uma política com significado social, intensa e necessariamente contraditória. O cinema como forma de arte consiste num valor ideológico, recuperando e adoptando todos os significados de arte assim como os vários instrumentos expressivos do Homem, mas os filmes, antes de serem expressões culturais, ou formas de arte, são uma cadeia económica constituída por elos de produção, distribuição, exibição e difusão, através de *vasos comunicantes* (sala, teatro, vídeo, dvd, televisão, cabo, etc) que, independentemente da sua duração e formato, serão sempre um registo de uma expressão individual e/ou de uma sociedade, resultado de um conjunto de actividades e serviços que levam uma ‘película’ ao espectador. Tal é inegável.

O *marketing* mundial produz os hábitos de consumo de serviços de lazer, próprios de uma sociedade de consumo (cujo paradigma se encontra nos EUA), sendo o cinema um bom exemplo da função social desse tipo de bem – o de promover a higiene mental de uma população – ao fornecer-lhe uma forma de lazer diferenciado melhora a sua qualidade de vida. Para além desta questão, social, do lazer, temos ainda a questão

¹⁰¹² Losso, 2002.

económica, uma vez que os resultados comerciais de um filme podem ser vistos como indicadores de vitalidade de uma sociedade.

Por acreditarmos que todo o filme tem um público – é só uma questão de chegar até ele – sabemos que o sucesso não se dá só na contemporaneidade, num espaço, ele pode verificar-se ao longo, com o passar, do tempo e de suporte. Um filme tem a capacidade, quase, única de poder viajar e encontrar novos públicos, e até um reconhecimento maior do que teve na estreia¹⁰¹³. E a qualidade do seu público em termos de formação de opinião, de prestígio intelectual e artístico, é, também ela, uma forma de resultado, de valor. Desta forma, a imagem que uma sociedade e o mundo têm de uma cinematografia importa tanto e é tão preciosa quanto a sua aptidão, enquanto meio de comunicação de massa, e a sua diversidade amplia e enriquece a experiência de quem assiste. Ainda que intangíveis estes não deixam de constituir um bem (material).

Faria todo o sentido abordar exemplos de filmes de autor, filmes de realizadores como Woody Allen e Pedro Almodóvar, exemplos de sucesso, mas não só seria redutor, como frágil, enquanto argumento meramente económico. Isto é, o seu trabalho, reconhecido mundialmente e exemplar na relação *autor* e *receitas* (de bilheteiras) é limitado já que correspondem a, apenas, 7% dos espectadores, dos espectadores de cinema que atendem ao desafio que os realizadores lhe lançam, que estão dispostos a essa provocação. É esta estreita franja que nos deixa dúvidas quanto à real repercussão do cinema de autor de sucesso comercial, frágil para os podermos ter como modelo de sucesso. Não poderíamos, no entanto, desprezar o interesse das suas carreiras, dos que tomaram para si a responsabilidade da produção, autonomizando-se dos estúdios, obrigando-nos a reconhecer o seu impacto e a possibilidade de um autor manter a sua linguagem enquanto conquista números interessantes na bilheteira.

¹⁰¹³ *Lawrence da Arábia* (David Lean/1962) está agora a fazer essa viagem. Este filme, que já ganhou estatuto de clássico - mais junto do público do que da crítica - volta às salas, em formato digital de máxima resolução – aquela que a actual tecnologia permite – a partir de uma versão reconstruída e restaurada sob supervisão do próprio realizador. Será curioso testemunhar a reacção do público, tão habituado a ver os filmes em sistema de zapping, face a uma projecção de três horas e 47 minutos, de um dos mais míticos títulos de «um certo cinema popular de prestígio, épico e espectacular», tão em contra-ciclo com as correntes da época, bem como do cinema do papa, dos «filmes bem-acabados mas dramaticamente neutros para um público burguês e acomodado. (Jorge Mourinha, *Jornal Público/Ípsilon*, 10 de Maio de 2013). Mas mais, este regresso permitirá levantar e/ou corrigir algumas ideias sobre o seu realizador, muito considerado entre os seus pares - tão influente junto de outros realizadores, como Steven Spielberg, - e nem tanto junto da crítica.

Porém, esta evidência não esclarece sobre o que o torna possível, de forma pragmática e, até, científica, tal sucesso, vindo reforçar, a nossa opinião, que a regra (para o sucesso) é sempre a mesma: uma boa história, uma boa equipa (realizador, actores, técnicos) e um bom orçamento, proporcional aos objectivos.

Há uma certa universalidade patente, quando falamos de sucesso, em cinema. As razões pelas quais um filme é apreciado (pelo público e pela crítica) são as mesmas, o que varia é o seu peso cultural, varia no tempo (cronológico, histórico) e no espaço, (social e cultural). São tão variáveis como subjectivas, porque requerem um conjunto de competências para a leitura de códigos, muitas vezes desconhecidos pelo público e outras tantas não valorizados pela crítica. Por isso, arriscamos dizer que um bom filme é sempre um bom filme e um mau filme é sempre um mau filme, e que o seu papel numa cinematografia, a sua importância, será sempre o resultado do seu impacto junto do público e a sua perenidade.

Aceitamos que, para alguns, incluir no processo artístico, da realização cinematográfica, questões *banais* de técnica organizativa contraria o idealismo que, muitos outros, lhe conferem, certo é que o Homem «constrói o seu presente e projecta melhor o seu futuro, sem se opor ao fluxo da história, nem despende inutilmente de energia, se contrariar tais idealismos»¹⁰¹⁴. Trazemos uma história da produção cinematográfica portuguesa decorrente dessa vida que se transforma, através de uma série de tecnologias e processos que amplificam os nossos sentidos e a capacidade de comunicar e processar informações. É o cinema do nosso tempo que não mais voltará onde esteve e nunca deixará o seu conceito original. Esta é a nossa visão da produção artística em sintonia com o seu tempo, onde os avanços tecnológicos vão revelando o melhor dos aspectos humanos.

Acreditamos que o cinema, como forma de arte contemporânea, é uma convergência saudável entre o querer e o poder, a ideia e os meios disponíveis. Olhamos a produção cinematográfica como uma actividade profissional que em Portugal tem ficado tolhida entre a realização e a crítica, e fora do escrutínio público (do espectador e

¹⁰¹⁴ [Em linha]. [Consult. 20 de Outubro de 2010]. Disponível em <URL: http://www.academia.edu/501125/A_Humanizacao_Das_Tecnologias_Pela_Arte>.

das instituições que apoiam a actividade) por se encontrar, devido à sua própria natureza, entre o idealismo/conceptualismo e a sua concretização. Estas considerações têm a arte como ponto de convergência e são pensadas como os efeitos das tecnologias na vida contemporânea, determinando traços da cultura do final do século passado.

«O cinema, essencialmente, revela a participação da consciência na ilusão. No cinema o espectador vive o espectáculo imaginário que existe na consciência, mas a realidade objectiva também percebida pela consciência permite-lhe viver a destruição do espectáculo imaginário e de constatar a sobrevivência do objecto real. O espectador vive o cinema como fenómeno trabalhado por uma consciência antinómica, porque ela é uma consciência que é inseparável da ilusão. Ser espectador é [...] experimentar este estado de consciência, experimentando o que de ilusão e de realidade existe na consciência. O homem é um homem imaginário e o cinema é a produção e a produtividade do imaginário. O cinema é por isso testemunha do que nos é escondido, o continente intermediário que segrega o fantasma por onde se realiza o real. Daí a importância do cinema em relação à antropologia, como objecto de leitura de uma realidade através das projecções/identificações, como criação, no que concerne a problemática do espírito humano, através do fantasma. A realidade explicita-se pelo que de fantasma há nele. Deriva de um processo de mimesis do duplo. A realidade torna-se realidade porque é tecida de imaginário, de outro modo, o reifica. A antropologia tem necessidade do cinema como o cinema de uma compreensão da antropologia.»¹⁰¹⁵

Deixamos para o campo das teorias científicas contemporâneas as revelações sobre o papel do cinema e do pensamento do Homem neste século. Não foram incluídas *imagens* de representação da arte porque queremos sublinhar os aspectos técnicos da produção que fazem do cinema um evento comunicacional, o produto de uma era industrial, uma manifestação artística associada a tecnologias e procedimentos efémeros, variáveis, mutantes, num campo que se altera conforme as escolhas e dispositivos disponíveis no sistema. No cinema, como noutras formas de arte, a revolução digital diminuiu as distâncias permitindo uma colaboração e interactividade, em tempo real, até há pouco impossível, que nos obriga a redefinir os papéis de todos os envolvidos. Esta revolução obriga a questionamentos estéticos, éticos e promove mudanças muito rápidas e aculturações que podem ser violentas e dispensáveis.

O processo de produção, a forma como as imagens eram difundidas e circulavam somente em alguns segmentos da sociedade, quando os seus agentes

¹⁰¹⁵ Domingues, 2009.

detinham algum controlo sobre elas, acabou. Hoje passa tudo pela tecnologia, pela informação computadorizada, que coloca novos desafios a todos os que com a produção cultural se relacionam, gerando e ao mesmo tempo sendo resultado e impulso para que o Homem repense a sua própria condição. As mudanças decorrentes do abandono das técnicas tradicionais afastarão a ideia da arte como mercadoria mas também os conceitos artísticos alicerçados na representação do belo, da subjectividade, conduzem-nos para novas formas de produção. Os artistas estão cada vez menos dependentes de um mercado *oficial* e assumem a ruptura com a arte do passado num cenário dominado pela arte da participação, da interacção e comunicação planetária. A arte não estará mais limitada pelo objecto e pelo valor mas pelo seu poder enquanto forma de comunicação. Assim, o cinema, também, deixará de ser uma arte da representação para se tornar uma forma de arte interactiva, comportamental, obrigando o abandono dos formatos que impeçam esse diálogo como os objectos acabados.

Os objectos artísticos entrarão nos espaços do espectador, através de satélites, disponíveis em telemóveis, passíveis de serem recebidos, modificados e devolvidos. O artista é quem irá assumir a curadoria do seu trabalho, em comunidades virtuais *on-line* que se reúnem por afinidade e onde a arte também afirmará sua liberdade, relativa. A criatividade estará sempre limitada, mesmo no ciberespaço, pois dependerá dos *modens* para traduzir os sinais, de próteses electrónicas para o corpo, transdutores¹⁰¹⁶ e sensores, sofisticados circuitos e sistemas computadorizados e de telecomunicações.

No processo de produção de arte contemporânea, os artistas e, por consequência também os realizadores, vão ter de estreitar os laços com cientistas e técnicos, trabalhando em colaboração, onde o artista já não será mais o autor (solitário) dos seus trabalhos. A produção passa pela utilização de ferramentas como circuitos electrónicos, memórias e variáveis de comportamento dos sistemas. São novas imagens e sons, novas formas geradas por tecnologias interactivas e os seus dispositivos de acesso que desta forma possibilitam a circulação de informação, em contacto directo com as obras,

¹⁰¹⁶ Tecnologia que recebe de uma fonte de energia, de certa natureza (por exemplo, energia eléctrica), e a transforma noutra espécie de energia (por exemplo, energia acústica). Infopédia [Em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2013. [Consult. 2013-05-10]. Disponível em <URL: <http://www.infopedia.pt/pesquisa-global/transdutores>>.

modificando a forma de fruição, transformando-se num evento comunicacional.

A cultura nas redes provoca alterações no circuito artístico-cultural e desencadeia processos de diálogo através dos dispositivos de comunicação, propondo a participação, o diálogo e a colaboração entre parceiros, a obra proposta assume a função comunicacional, partilhada entre o autor e os participantes/público¹⁰¹⁷.

Todas estas situações reafirmam que a história da arte é substancialmente uma história de meios e linguagens e que as tecnologias acrescentam qualidades e circunstâncias ao pensamento artístico: a arte assume, no contexto cultural, a sua natureza política, não estando mais ao serviço de classes dominantes, nem dependente da legitimação de uma elite, é a arte que se reconcilia com a sociedade, com a vida.

Esta *revolução* introduz a interactividade e põe fim à noção de espectáculo onde a arte é interpretada como um acto puramente mental: cria um novo espectador, mais participativo, graças a um processo que permite trocas, entre ele e as fontes de informação. A contemplação é substituída pela interacção.

Esta nova relação obriga o criador e o produtor a pensar como disponibilizar e gerar outras obras, cuja acção decorre sobre a actualização de dados, por escolhas e percursos que possibilitam outros modos dessa obra existir. A possibilidade de troca com o objecto artístico possibilita ao público uma participação activa, ainda que remotamente e, portanto, mais próxima, onde as máquinas recebem as informações, traduzem os comportamentos e devolvem uma (nova) informação, um outro objecto artístico, obrigando os criadores a explorar o poder dialéctico das máquinas - dispositivos capazes de registar, traduzir e transmitir o comportamento do homem face à máquina, desta face ao homem ou mesmo de máquina para máquina.¹⁰¹⁸

Os artistas, cientistas e técnicos determinam as variáveis do comportamento dos sistemas que são vividas em diálogo com as possibilidades do circuito. Este será, porventura, o próximo paradigma na produção cinematográfica, da criação à fruição.

¹⁰¹⁷ Oliveira e Azevedo, 2009.

¹⁰¹⁸ *Idem*.

Este processo não deixa de ser familiar. Uma vez mais teremos que (re)pensar em novas formas de vida que (re)configuram e (re)definem o que significa ser humano, e a arte, que o cinema integra e de cuja reflexão terá de participar, ajudando a construir os seus objectos, que serão uma expressão da arte e duma manifestação técnica. Todas as equipas artísticas terão de aceitar um desafio. Os realizadores, enquanto artistas, têm estado em sintonia com a maioria das transformações da história, da humanidade, e, os mesmos que nos apresentaram quadros de ficção científica vão continuar a testemunhar a realidade a copiar a ficção, obrigados a assumir a sua função e arriscar novas visões para o terceiro milénio, imersos numa realidade mediada e intensamente ligada a máquinas, prevendo-se que «a profissionalização da cultura vai aumentar e que se vai passar a agir de forma mais empresarial.»¹⁰¹⁹

Será também o cinema a propor o futuro e a registar o passado. Será sempre, uma qualquer forma de cinema, que nos mostrará uma boa história, contada por um bom conjunto de artistas, através dos melhores meios técnicos, que permitirá ao público conhecer a sua cinematografia - e qualquer uma que deseje - pelo simples prazer de ser entretido, de ser confrontado, surpreendido e arrebatado.

Questionamo-nos, nesta altura, sobre o futuro da crítica, daquela sobre a qual nos debruçámos. A crítica jornalística está, também, perante o desafio dos novos *media*. Isto é o mesmo que dizer que o cinema e a crítica jornalística estarão, uma vez mais a par, face aos desafios e (voltar a) emergir como um produto de qualidade. Para além dos seus contextos actuais têm ainda que encontrar saídas cada vez mais rápidas para responder aos critérios da vida social contemporânea, não abandonando os seus fundamentos – informar e formar.

No que diz respeito ao cinema português actual, o momento é de interrogação, de saber se é possível ultrapassar e sobreviver a um período em que alguns filmes portugueses acumularam prémios, no estrangeiro, e espectadores, no seu próprio país, numa altura em que todos os apoios públicos foram simplesmente cancelados. «Um silêncio ensurdecedor abate-se agora sobre o cinema português», lamenta Pedro

¹⁰¹⁹ Jornal *Público*, 17 de Abril de 2009.

Borges¹⁰²⁰ enquanto explica que a Regulamentação da Lei do Cinema foi adiada¹⁰²¹ *sine die* dando origem àquilo a que chama «o ano menos que zero do cinema português», este é o ano em que os laboratórios da Tóbis foram vendidos, que a Cinemateca Portuguesa se encontra à beira da ruptura (no que diz respeito à programação e conservação do património), que todos os dias encerram salas de cinema, enquanto os realizadores, técnicos e artistas estão parados (desempregados) e os filmes por fazer. O desafio será grande e pouco nobre: resistir enquanto se aguarda pela nova Lei, novas fontes de financiamento, novos regulamentos, princípios e objectivos. Não será possível falarmos, ou vir a falar, da cinematografia nacional quando ela tende a tornar-se uma ‘espécie em via de extinção’, quando o Estado virou as costas a esta actividade, quando, desde a década passada¹⁰²², houve um desinvestimento de 25% e quando, neste preciso momento, não se produz qualquer filme porque não foi regulada a lei que permitiria abrir os respectivos concursos.

Este fenómeno não é novo na nossa história. Parece que o cinema português não consegue saltar deste ciclo. Falamos de cinema enquanto expressão cultural, algo mais amplo e tão desconsiderada quando, ao mesmo tempo, é uma alavanca para a qualificação e desenvolvimento do país, enquanto promove a imagem deste no exterior. O cinema, enquanto produção cultural, não pode ser olhado como uma despesa mas sim como um investimento, que envolve directamente as áreas da Educação, Turismo, Negócios Estrangeiros e Economia, e representa 2,8 por cento da riqueza gerada,

¹⁰²⁰ O Produtor da Midas Filmes ao Jornal *Público*, 13 de Maio de 2013.

¹⁰²¹ Damos conta que em Julho de 2013 o Conselho de Ministros aprovou finalmente um decreto-lei que regulamenta as medidas que faltavam à aplicação da nova Lei do Cinema e Audiovisual, aprovada na Assembleia da República no mesmo mês do ano anterior. O diploma define as obrigações de investimento e registo de obras e empresas cinematográficas e define as regras de atribuição de apoios financeiros; os programas e subprogramas de apoio; os termos em os criadores, produtores, distribuidores e exibidores podem ser beneficiados pelo apoio financeiro, oriundo de uma taxa de 4% sobre as receitas de publicidade dos três canais de televisão generalista enquanto para a TV por cabo o diploma prevê uma taxa anual de três euros e cinquenta cêntimos por cada nova subscrição. O facto de a actividade ter estado suspensa durante um ano reflecte-se num sector que continua em crise profunda.

¹⁰²² Usámos, a partir dos dados do ICA, como referência, para chegar a este valor, a diferença entre o montante executado nas Longas-metragens de ficção, nos Concursos de Apoio à Criação e Produção Cinematográfica, em 1999 (8.342.394,83€) e 2009 (6.300.000,00€).

empregando, directamente, 127 000 pessoas¹⁰²³. Apesar dos factos, o Ministério da Cultura foi extinto, o guardião da herança cultural de um país, de um povo, da criação cultural e artística actual, responsável pela sua difusão, captação e formação de públicos desaparece em vez de ser repensado. Era de admitir que o discurso do reconhecimento da actividade cultural, e portanto também do cinema, pudesse vir a reflectir-se numa agilização de procedimentos, na profissionalização de todo o sector, na clareza das regras e decisões, fomentando a progressiva autonomização e aproximação aos cidadãos, numa forma de trazer «a política cultural para dentro da comunidade, em vez de a excluir. E assumir que é um ponto de uma rede internacional europeia», mas o que acontece é a redução desta actividade às suas questões contabilísticas sugere António Pinho Ribeiro¹⁰²⁴.

É visível, como afirma António-Pedro Vasconcelos, que o cinema português «está cheio de chagas»¹⁰²⁵ e tememos que no final o cinema não sirva para nada, como nos dizia Eduardo Paz Barroso (2002: 457), «preservando-se na sua inutilidade trágica».

Independentemente das perspectivas que se escolham para analisar as condições de produção e a sua relação com o sucesso de um filme, não bastarão boas intenções e boas vontades, a atitude profissional necessária à actividade nem sempre se revestirá de nenhuma delas, excepto naquilo que diz respeito à concretização de todas as condições necessárias ao desenvolvimento do projecto e ao total envolvimento neste. Garantida essa disposição será impossível um filme passar despercebido ao público - e os filmes são feitos para serem vistos.

Quanto ao poder do cinema, em entrevista a Pedro Butcher, Pedro Costa comenta e explica como, na sua opinião, o «método da economia resolve muita coisa, quase tudo. Resolve parte da estética, da logística, ilumina muitas coisas». Partindo da sua análise crítica, aos créditos de uma curta-metragem (de sete minutos onde os créditos duravam dois) diz achá-los impressionantes, por haver muitos agradecimentos e funções:

¹⁰²³ Augusto M. Seabra, *Jornal Público*, 3 de Junho de 2011.

¹⁰²⁴ *Jornal Público*, 27 de Maio de 2011.

¹⁰²⁵ *Revista de Cinema e Audiovisual*, Abril de 1999.

«Tudo bem, mas toda aquela gente realmente não foi útil para o filme. O cinema tem um lado pretensioso, pomposo. [...] É o escândalo Marie Antoinette. Ontem fiquei sabendo que a festa de Marie Antoinette em Cannes custou 900 mil euros. Meu filme custou 700 mil euros. [...] Um filme, como é uma coisa mais aérea às vezes, é um excelente momento para que pessoas como essas voltem a sentir coisas, a ter aquela sensibilidade que eu acho que está acabando. E eu acho que eles passam isso muito bem, uma sensibilidade que não é comum. Com meus filmes queria tentar não deixar desaparecer uma sensibilidade humana. Quero documentá-la em um momento em que ela pode desaparecer.»¹⁰²⁶

Voltamos, desta forma, quase circular, às referências do cinema português e dos seus intervenientes, às questões entre o filme enquanto arte e indústria, àquilo que é mais evidente, alguns dos seus intervenientes continuam de costas voltadas, a trabalhar com diferentes mentalidades, esquecendo que tal se pode reflectir no resultado do trabalho e que o cinema «é um poderoso instrumento de influência individual e colectiva, que cumpre importante função social no amplo campo das manifestações da actividade humana»¹⁰²⁷ e não o podemos negar, tanto na sua manifestação artística como na profissional. Defendemos que tal número de pessoas e agradecimentos espelha a complexidade do processo e as condições de produção e não uma mera excentricidade ou megalomania. Aquela perspectiva esquece a motivação que está para além da vontade do realizador, esquece os outros intervenientes, os técnicos, os actores, os amigos e os que por motivações várias nele colaboraram.

«Cada filme é parte do universo das coisas destinadas a satisfazer os anseios do espírito ou do desejo, tão natural como a necessidade de alimentos para que o corpo sobreviva. [...] Necessidades de sobrevivência e da fantasia convivem lado a lado cotidianamente, o real e o imaginário fundem-se [...]. O Cinema que é uma das elaborações culturais da sociedade, destina-se a satisfazer necessidades de espírito, da ordem do imaginário. Estudar o Cinema de um ponto de vista histórico é antes de tudo verificar como o homem se vê e representa a si mesmo e de que forma recria em imagens o seu mundo. Do mesmo modo que o romance que leva em conta o discurso sobre o social os filmes de ficção, que são a verdadeira vocação do Cinema, constituem-se para o historiador um precioso testemunho sobre a sociedade. [...] Para compreender de que modo estão ordenadas as sociedades humanas e poder distinguir o que as faz evoluir, a historiografia recente tem procurado mostrar que os fenómenos mentais intervêm de modo tão decisivo quanto fatores de ordem económica. A ficção é um fenómeno mental, ou seja, expressão do imaginário humano e participa expressivamente nas instâncias

¹⁰²⁶ [Em linha]. [Consult. 20 de Outubro de 2013]. Disponível em <URL: <http://www.revistacinetica.com.br/entpedrocosta.htm>>.

¹⁰²⁷ Meirelles, 1997.

das relações no interior de uma formação social. O imaginário como produto de interação de relações materiais e de modos de comportamento é a forma de suprir o contato direto mantendo a realidade do objeto e a sua existência como coisa real. Esse imaginário determina a escolha e as ligações das redes de representação simbólica, os modos de ver, fazer e viver a sua própria existência, suas relações e seu mundo. Ele é o suporte das ligações e das diferenciações dos interesses de cada um. [...]»

O cinema enquanto expressão do imaginário transita através de uma linguagem de massas, porquanto o alcance da linguagem das imagens é mais amplo que a escrita ou oral.

Permitimo-nos afirmar que todo o filme é válido porque é um documento, independentemente da sua natureza - e arriscamos, valor. A sua validade decorre da acção que exerce sobre o imaginário, estabelecendo uma relação entre o realizador, o discurso e o espectador e, como tal, fabrica uma determinada realidade.

«O filme é documento e neste sentido contém todas as "evidências históricas" que o fazem sobreviver por razões que vão além da simples intenção"... dos atores de projetar uma imagem de si mesmo à prosperidade" [...]. Os documentos que testemunham os fatos históricos sobrevivem não pelo caráter intencional que os produziu, mas porque são os registros de uma sociedade em uma determinada época cujo conjunto de fatos ultrapassam as intenções de seus produtores e contém um número de informações muito maior do que aparentemente deveriam conter. Os fatos ou "evidências" históricas sobrevivem porque são portadores de uma ordem, de significações, e existem somente porque são portadores desses fatos e evidências históricas.»¹⁰²⁸

O cinema não pode, portanto, ser estudado apenas enquanto manifestação estética de um imaginário, um filme é produto da técnica, um complexo sistema de produção. Produzir filmes significa possuir ou ter à disposição grandes somas de capital, mais consonantes com o sistema capitalista e industrial, mais do que qualquer outro. É o resultado do trabalho em equipa, de várias sensibilidades e *olhares* que se unem para o realizar. Ao espectador pede-se que seja capaz de interpretar e compreender os seus significados. O filme é uma experiência capaz de invocar sentidos e construções sociais e, portanto, desvenda e reflecte os sentidos, as representações, as memórias e as experiências pessoais de cada um. As imagens estimulam a imaginação

¹⁰²⁸ *Idem.*

do espectador e promovem a identificação destes com aquelas imagens. Os filmes são uma experiência física que fica armazenada para além do racional. A relação dos filmes com o imaginário pode ser compreendida quando observamos que o cinema trata de temas *banais* com novas imagens cinematográficas através da sua linguagem conta histórias, narra imgeticamente, propondo uma experiência, propondo ao expectador uma participação emocional e uma reflexão acerca do mundo.

As histórias que o cinema nos conta fazem dele o narrador contemporâneo e disso é exemplo o problema na mente do realizador António-Pedro Vasconcelos, enquanto preparava a rodagem de *Os Gatos não têm Vertigens* (estreia prevista para 2014): para que serve o cinema perante tempos de crise. Em entrevista à agência Lusa¹⁰²⁹ explica:

«Pela primeira vez na minha vida pus-me um problema: para que servem os filmes? Para mim era instintivo e natural. Fazia os filmes com aquilo que me preocupava e interessava, tentando sempre que aquilo que eu queria dizer interessasse a outras pessoas».

Recordando os filmes que fez, concordou que o cinema tem que mostrar a realidade, mas que enquanto realizador não pode deixar os espectadores mais deprimidos nem «vender-lhes escapatórias».

¹⁰²⁹ [Em linha]. [Consult. 20 de Outubro de 2013]. Disponível em <URL: <http://cinema.sapo.pt/atualidade/em-producao/antonio-pedro-vasconcelos-filma-o-amor-e-questiona-papel-do-cinema>>.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADORNO, Theodor W., 2003 - *Sobre a Industria da Cultura*. Coimbra: Angelus Novos.
- ALLEN, Woody, 2007, *Pura Anarquía*. Espanha: Tusquets Editores.
- ANDRADE, Sérgio, 2008 - *Ao correr do tempo: Duas décadas com Manoel de Oliveira*. Lisboa: Tinta da China.
- ANHEIER, Helmut K. e Yudhishtir Raj ISAR, 2008 - *Cultures and globalization: The cultural Economy*. Londres: Sage Publications.
- AREAL, Leonor, 2011a - *Cinema Português: Um país imaginado antes de 1974*. Lisboa: Edições 70.
- 2011b - *Cinema Português: Um país imaginado após 1974*. Lisboa: Edições 70.
- ARNHEIM, Rudolf, 1989, *A arte do cinema*. Lisboa: Edições 70.
- BAKKER, Gerben, 2003 - “The Decline and Fall of the European Film Industry: Sunk Costs, Market Size and Market Structure, 1890-1927”. *Economic History Working Papers*, 70/03, Department of Economic History, London School of Economics and Political Science, Londres.
- BAPTISTA, Tiago, 2008 - *A invenção do cinema português*. Lisboa: Tinta da China.
- BARROSO, Eduardo Paz, 2002 - *Justificação e Crítica do Cinema Português. Anos 60/Anos 70*. Dissertação de Doutoramento apresentada à FCSH-UNL. Não publicada.
- 2008 - *A locomotiva dos Sonhos*. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa.

2012 - “E a crítica é Bénard da Costa: Esboço de um pensamento cinematográfico” in Frederico Lopes (org.), *Cinema em Português: IV Jornadas*. Covilhã: Livros Labcom.

BARTHES Roland, 1989 - *A Câmara Clara*. Lisboa: Edições 70.

BAZIN, André, 1992 - *O que é o cinema*. Lisboa: Livros Horizonte.

BIONDI, Claudio, 2005a - *Come si produce un film: Elementi per una teoria economica dell'audiovisivo*. Roma: Dino Audino Editore.

2005b - *Come si produce un film: Tecnica e pratica della produzione dallo script alla sala*. Roma: Dino Audino Editore.

BORDWELL, David; Janet STAIGER e Kristin THOMPSON, 1985 - *The Classical Hollywood Cinema: Film Style & Mode of Production to 1960*. Londres e Nova Iorque: Routledge.

BOURDIEU, Pierre, 1993 - *The field of cultural production*. Nova Iorque: Columbia University Press.

BOURDIEU, Pierre, 1984 - *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Oxon: Routledge.

BYWATER, Tim e Thomas SOBCHACK, 1989 – *Introduction to Film Criticism: Major critical approaches to narrative film*. Nova Iorque: Longman.

CABEZÓN, Luis Alberto, e Félix GÓMEZ-URDÁ González, 2003 - *La producción cinematográfica*. Espanha: Ediciones Cátedra.

CABO, Ricardo Matos, 2009 - *Cem mil cigarros: Os filmes de Pedro Costa*. Lisboa: Orfeu Negro.

CÁDIMA, F. Rui, 1999 – *Desafios dos Novos Media*. Lisboa: Editorial Notícias.

CAPUCHO, Carlos, 2008 - *Magia, Luzes e Sombras*. Lisboa: Universidade Católica Editora.

- CARROLL, Noël, 1998 - *The Philosophy of Mass Art*. Oxford: Clarendon Press.
- CHABROL, Claude e François GUÉRIF, 2010 - *Como fazer um filme*. Lisboa: Publicações Dom Quixote.
- CINEMATECA PORTUGUESA, 2005- *Os grandes Directores de Fotografia do Cinema Português*, Cinemateca Portuguesa.
- CORREIA, João Carlos, 2011 – *O Admirável Mundo das Notícias: Teorias e Métodos*. LabCom Books.
- COSTA, Henrique Alves, 1977 – *Memória do Cinema*. Lisboa: Edições Afrontamento.
- COSTA, João Bénard da, 2007- *Cinema português: anos Gulbenkian*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- 1991 - *Histórias do cinema: Sínteses da cultura portuguesa*. Lisboa: Imprensa Nacional Casa da Moeda.
- COUSINS, Mark, 2005 - *Biografia do filme*. Lisboa: Plátano Editora.
- CUNHA, Tito Cardoso e, 2013 – Avaliação e interpretação na crítica de cinema in Tiago Baptista e Adriana Martins (eds), *Atas do II Encontro Anual da AIM*. AIM, Associação de Investigadores da Imagem em Movimento.
- DAMÁSIO, Manuel José, 2006 - *O cinema português e os seus públicos*. Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas.
- DYER, Richard, 2002, *Only Entertainment* (2ª ed). Londres e Nova Iorque, Routledge.
- ENGLISH, James F., 2005- *The economy of prestige: prizes, awards, and the circulation of cultural value*, Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- FERREIRA, Carolin Overhoff, 2007 - *O cinema português através dos seus filmes*. Porto: Campo das letras.
- FERREIRA, José Gomes, 2000 - *Uma sessão por página*. Lisboa: Cinemateca

Portuguesa – Museu do Cinema.

FLICHY, Patrice, 1995 - *Dynamics of Modern Communication: the Shaping and Impact of New Communication Technologies*. Londres: Sage Books.

GADINI, Sérgio Luiz, 2004. *Em busca de um conceito (possível) de jornalismo cultural*. Pauta Geral, 2004.

GEADA, Eduardo, 1977 - *O Imperialismo e o Fascismo no Cinema*. Lisboa: Moraes Editores.

1998 - *Os mundos do cinema: modelos dramáticos e narrativos no período clássico*. Lisboa: Editorial Notícias.

GRILO, João Mário, 1997 - *A ordem no Cinema: Vozes e palavras de ordem no estabelecimento do cinema de Hollywood*. Lisboa: Relógio d'Água,

2006a - *O cinema da não-ilusão: histórias para o cinema português*. Lisboa: Livros Horizonte.

2006b - *O homem imaginado: cinema, acção, pensamento*. Lisboa: Livros Horizonte.

2007 - *As lições do cinema: manual de filmologia*. Lisboa: Edições Colibri/Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa.

HABERMAS, Jürgen, 2001 - *Vérité et justification*. Paris: Gallimard.

HAYWARD, Susan, 2006 - *Cinema studies: the key concepts*. Londres e Nova Iorque: Routledge.

JACKEL, Anne, 2003 - *European Film Industries*. British Film Institute.

JAMESON, Fredric, 1992 - *Signatures of the visible*. Londres e Nova Iorque: Routledge Classics.

JORGENSEN, Sisse Graum, 2013 “Behind the Camera”, *Monocle*, n.º 63, Volume 7,

Maio.

JOURNOT, Marie-Thérèse, 2005 - *Vocabulário de cinema*. Lisboa: Edições 70.

MARNER Terence, 2007 - *A realização cinematográfica*. Lisboa: Edições 70.

MASCARENHAS, Domingos, 1979 - *Fitas e Filmes*. Lisboa: Edições A Rua.

MATOS-CRUZ, José de, 1989 - *Prontuário do cinema português*. Lisboa: Cinemateca Portuguesa.

MELO, Alexandre, 1994 *O Que É Arte*. Lisboa: Difusão Cultural.

2001 – *Arte*. Lisboa: Quimera Editores.

METZ, Christian, 1980 - *O Significante imaginário: Psicanálise e Cinema*. Lisboa: Livros Horizonte.

O'SULLIVAN, Arthur, 2009 – *Urban Economics*. Nova Iorque: McGraw Hill.

PINA, Luís de, 1986 - *História do cinema português*. Mem Martins: Publicações Europa-América.

PIZA Daniel, 2004 - *Jornalismo Cultural*. São Paulo: Contexto.

RAMOS, Jorge Leitão, 1989 - *Dicionário do cinema português: 1962-1988*. Lisboa: Editorial Caminho.

2005, *Dicionário do cinema português: 1989-2003*. Lisboa: Editorial Caminho.

RANCIÈRE, Jacques, 2012 - *Os Intervalos do Cinema*. Lisboa: Orfeu Negro.

RIBEIRO, M. Félix, 1983 - *Filmes, Figuras e Factos da História do Cinema Português: 1896-1949*. Lisboa: Cinemateca Portuguesa.

RIBEIRO, M. Félix, 1973 - *Invicta Film: Uma organização modelar, 1917-1924*. Lisboa: Secretaria de Estado da Informação e Turismo, Cinemateca Nacional.

- RIVERA, Jorge B., 2000 - *Periodismo cultural*. Buenos Aires: Paidós.
- THOMPSON, John B., 1990 - *Ideology and Modern Culture: Critical Social Theory in the Era of Mass Communication*. Califórnia: Stanford University Press.
- TORRES, António Roma, 1974 - *Cinema Português: ano Gulbenkian*. Livros Zero.
- TUDOR, Andrew, 2009 - *Teorias do cinema*. Lisboa: Edições 70.
- TURIGLIATTTO, Roberto e Simona FINA, 1999 - *Amori di Perdizione: Stori di cinema portoghese 1970-1999*. Turim: Edizioni Lindau.
- VATTIMO, Gianni, 1992 - *The Transparent Society*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- VILLAREJO, Amy, 2007 - *Film Studies: The basics*. Londres e Nova Iorque: Routledge.
- WENDERS, Wim, 1986 - *Emotion Pictures*. Lisboa: Edições 70.
- WOLLEN, Peter, 1984 - *Signos e significação no cinema*. Lisboa: Livros Horizonte.
- WORTHINGTON, Charlotte, 2009 - *Basics Film Making 01: Producing*. Lausanne: Ava Publishing.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

- CORBIN, Alain, 1995 - *L'avènement des loisirs 1850-1960*. France: Aubier.
- FELIPE, Fernando de, 1999 - *Barton Fink: Joel y Ethan Coen*. Barcelona: Ediciones Paidós,.
- FERNÁNDEZ, Tomás Valentí, 2008 - *Martin Scorsese: Un infiltrado en Hollywood*. Barcelona: Ediciones Carena.

FRANÇA, José-Augusto, sem data - *Dez anos de cinema: 1949-1950*. Lisboa: Sequência.

FRIAS, Joana Matos; QUEIROZ, Luís Miguel; e MARTELO, Rosa Maria, 2010 - *Poemas com cinema*. Lisboa: Assírio e Alvim.

GEADA, Eduardo, 1978 - *Cinema e Transfiguração*. Lisboa: Livros Horizonte.

GEADA, Eduardo, 1987 - *O Cinema Espectáculo*. Lisboa: Edições 70.

KEMP, Philip e FRAYLING, Christopher, 2011- *Cinema: The whole story*. Reino Unido: Thames&Hudson.

LACALLE, Charo, 1998 - *Terciopelo Azul: David Lynch*. Barcelona: Ediciones Paidós.

LOSILLA, Carlos, 2003 - *La invención de Hollywood*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibéria.

MELO, Daniel de, 2001- *Salazarismo e cultura popular (1933-1958)*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais.

MOUTINHO, Anabela, 1996 - *100 anos de cinema português*. Faro: Cineclube de Faro/INATEL.

ORR, John, 1998- *Contemporary Cinema*. Edinburgh: Edinburgh University Press.

RABIGER, Michael, 2007- *Direcção de Cinema: Técnicas e Estética*. Rio de Janeiro: Elsevier Editora.

DOCUMENTOS DIGITAIS

BERTOCCHI, Daniela, 2005 - *Gêneros jornalísticos em espaços digitais*. Documento electrónico: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bertocchi-daniela-generos-jornalisticos-espacos-digitais.pdf>

CÂMARA, Vasco, 2013 - *Diálogos na Gulbenkian para acabar com o cinema nacional*. Documento electrónico: <http://www.publico.pt/cultura/noticia/para-acabar-com-o-cinema-nacional-1613360>

CORREIA, João Carlos, 2003 - Os administradores de ilusões: espectáculo, subjectividade e ideologia na cultura mediática contemporânea. Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação, www.bocc.ubi.pt

CUNHA, Isabel Ferin, 2003 - *As telenovelas brasileiras em Portugal*. Documento electrónico: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cunha-isabel-ferin-telenovelas-brasileiras.pdf>

CUNHA, Paulo, 2003 – *História do cinema português*. Documento electrónico: http://www.academia.edu/2259615/Historias_da_Historia_do_Cinema_Portugues_2003

CUNHA, Tito Cardoso e, 1998 – *A nova retórica de Perelman*. Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação, www.bocc.ubi.pt

DAHL, Gustavo, 2002 – *Arte ou indústria?*. Brasil, Agência Nacional do Cinema. Documento electrónico: http://www.ancine.gov.br/sites/default/files/artigos/arte_ou_industria.pdf

DOMINGUES, José, 2009 - *O espectador de cinema, homem imaginário*. 6º Congresso SOPCOM, Universidade da Beira Interior. Documento electrónico: http://conferencias.ulusofona.pt/index.php/sopcom_iberico/sopcom_iberico09/paper/viewFile/332/315

- DOMINGUES, Diana, 2003 - *A Arte no Século XXI: a humanização das tecnologias*. São Paulo, Editora UNESP. Documento electrónico: http://www.academia.edu/501125/A_Humanizacao_Das_Tecnologias_Pela_Arte
- JOHNSTON, Robert K., 2000 - *Reel Spirituality - Theology and Film in Dialogue*. Documento electrónico: <http://www.muebooks.com/reel-spirituality-theology-and-film-in-dialogue-engaging-culture-PDF-5162019>
- LOSSO, Eduardo Guerreiro Brito, 2002 - *Cinema: Entre o mito e a realidade*. Brasil, Faculdade De Letras Da UFRJ. Documento electrónico: http://www.eduardoguerreirolosso.com/cinema_mito_realidade.pdf
- MATEUS, Augusto (Coord.), 2010 – *O Sector Cultural e Criativo em Portugal*. Ministério da Cultura, Gabinete de Planeamento, Estratégia, Avaliação e Relações Internacionais. Disponível em www.gepac.gov.pt
- MEIRELLES, William R. 1997 - *O cinema como fonte para o estudo da história*. Universidade Estadual de Londrina UEL Documento electrónico: <http://www.uel.br>
- MONTEIRO, Paulo Filipe, 1995 - *Autos da Alma: os guiões de ficção do cinema português entre 1961 e 1990*. Lisboa: Tese de doutoramento apresentada à Universidade Nova de Lisboa. Documento electrónico:
- 2000 - *Uma margem no centro: a arte e o poder do “novo cinema”*. Lisboa, Círculo de Leitores. Documento electrónico: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/monteiro-filipe-margem-novo-cinema.html>
- MCGANN, James G., 2010- *The Global “Go-to Think Tanks” 2009*. University of Pennsylvania: Think Tanks and Civil Societies Program. Documento electrónico, <https://www.sas.upenn.edu>
- OLIVEIRA, Rosa Maria, e Maria Isabel Azevedo, 2009 - *Arte, Ciência e Tecnologia; Imaterialidade na Arte com os Novos Media*, Comunicação ao III Congresso Internacional de Arte, Novas Tecnologias e Comunicação. Universidade de Aveiro,

Outubro de 2009. Disponível on-line em
http://www.academia.edu/216525/III_Congresso_Internacional_de_Arte_Novas_Tecnologias_e_Comunicacao._Universidade_de_Aveiro_Portugal_2009.

SILVA, Dora Santos, 2009 - *Tendências do Jornalismo Cultural em Portugal*, 6º Congresso /8º LUSOCOM , Anexo dos Congressos 6º SOPCOM/8º LUSOCOM
Disponível on-line em
http://conferencias.ulusofona.pt/index.php/sopcom_iberico/sopcom_iberico09/paper/viewFile/434/432

SITES CONSULTADOS

<http://www.academia.edu> (Academia.edu)
<http://www.ancine.gov.br> (Agência Nacional do Cinema brasileiro)
<http://www.bcs.bedfordstmartins.com> (Editora Bedfordstmartins)
<http://www.bocc.ubi.pt> (Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação)
<http://www.britannica.com> (Enciclopédia Britannica digital)
<http://www.camara.gov.br> (Câmara de Deputados brasileira)
<http://www.doclisboa.org> (Festival Internacional de Cinema documental)
<http://www.dn.pt> (Diário de Notícias, versão on-line)
<http://www.fantasporto.com> (Festival Internacional de Cinema fantástico)
<http://www.ftvdb.bfi.org.uk> (British Film Institute Filme and TV database)
<http://www.fcsh.unl.pt> (Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa)
<http://www.indielisboa.com> (Festival Internacional de Cinema independente)
<http://www.cineguiaportugal.com> (Cineguia, versão on-line)
<http://www.cinematca.pt> (Cinematca Portuguesa-Museu do Cinema)
<http://www.filmneweurope.com> (Film Nova Europa, notícias sobre o cinema europeu e o programa MEDIA)
<http://www.fondation-groupama-gan.com> (Fundação Groupama Gan para o cinema)
<http://www.gepac.gov.pt> (Gabinete de Estratégia, Planeamento e Avaliação)

Culturais)

<http://www.ica-ip.pt> (Instituto do Cinema e Audiovisual)

<http://www.imdb.com> (Internet Movie Database)

<http://www.listal.com> (Rede Social sobre entretenimento)

<http://www.oac.pt> (Observatório das Actividades Culturais)

<http://www.obercom.pt> (Observatório da Comunicação)

<http://www.publico.pt> (Jornal Público, versão on-line)

<http://www.museu.presidencia.pt> (Museu da Presidência da República portuguesa)

<http://www.recensio.ubi.pt> (Revista de Recensões de Comunicação e Cultura da Universidade da Beira Interior, versão on-line)

<http://www.sas.upenn.edu> (University of Pennsylvania, School of Arts and Sciences)

<http://www.ulusofona.pt> (Universidade Lusófona)

<http://www.uel.br> (Universidade Estadual de Londrina, Brasil)

APÊNDICES

Apêndice 1: Instituto do Cinema e Audiovisual

Estreias Nacionais de 1979/2000 – Número de Espectadores

Contributos para o estudo do cinema português nas décadas de 1980 e 1990.
Uma visão através da imprensa

ANO DE ESTREIA	FILME	REALIZADOR	PRODUTOR	DISTRIBUIDOR	NÚMERO DE ESPECTADORES
1979	Amor de Perdição	Manoel de Oliveira	IPC	V O Filmes/Ver Filmes	4.058
1979	As Horas de Maria	António de Macedo	Cinequanon	Cinequanon	23.969
1979	Recompensa	Arthur Duarte	Arthur Duarte	Sofilmes	8.305
1980	Bárbara	Alfredo Tropa	RTP	Filmes Lusomundo	35.576
1980	O Diabo Desceu à Vila	Teixeira da Fonseca	Teixeira da Fonseca	Imperial Filmes	3.673
1980	Manhã Submersa	Lauro António	Lauro António	Sonoro Filme	44.036
1980	O Príncipe com Orelhas de Burro	António de Macedo	Cinequanon	Filmes Lusomundo	2.837
1980	A Santa Aliança	Eduardo Geda	Eduardo Geda	Distribuidores Reunidos	7.130
1980	Verde Por Fora, Vermelho Por Dentro	Ricardo Costa	Diafilme	Doperfilme	5.127
1981	A Culpa	António Victorino d'Almeida	António Victorino d'Almeida	Cinequipa/Distrib. Reunidos	13.267
1981	Francisca	Manoel de Oliveira	V O Filmes	Rank Filmes de Portugal	76.132
1981	Kilas, o Mau da Fita	José Fonseca e Costa	Filmform	SIF	121.269
1981	Oxalá	António Pedro Vasconcelos	V O Filmes	Filmes Castello Lopes	89.484
1981	Velhos São os Trapos	Monique Rutler	Monique Rutler/Filmform	Animatógrafo	483
1981	Bom Povo Português	Rui Simões	Rui Simões	Doperfilme/Filme Filmes	10.654
1981	Cerromaior	Luís Filipe Rocha	Prole Filme	Doperfilme	34.939
1982	O Chico Fininho	Sério Fernandes	Bei Filme	Mundial Filmes	3.817
1982	Conversa Acabada	João Botelho	V O Filmes	Rank Filmes de Portugal	14.302
1982	Silvestre	João César Monteiro	V O Filmes	Filmes Lusomundo	9.950
1982	A Vida é Bela ...!?	Luís Galvão Teles	Luís Galvão Teles	Filmes Lusomundo	140.074
1983	Dina e Django	Solveig Nordlund	Grupo Zero	Talma Filmes	4.637
1983	A Estrangeira	João Mário Grilo	V O Filmes	Doperfilme	18.030
1983	Fim de Estação	Jaime Silva	V O Filmes	Sacil	696
1983	Um S Marginal	José de Sá Caetano	Filmform	Filme Filmes	2.404
1983	Sem Sombra de Pecado	José Fonseca e Costa	Filmform	Filmes Lusomundo	92.080
1984	Os Abismos da Meia-Noite	António de Macedo	Cinequanon	Filmes Castello Lopes	100.408
1984	O Crime de Simão Bolandas	Jorge Brum do Canto	Bourdain de Macedo	Filmes Castello Lopes	4.230
1984	Crónica dos Bons Malandros	Fernando Lopes	Fernando Lopes	Filmes Castello Lopes	67.760
1984	Guerra do Miradum	Fernando Matos Silva	Cinequipa	Filmes Lusomundo	9.257
1984	Jogo de Mão	Monique Rutler	Paisà	Filmes Castello Lopes	16.911
1984	O Lugar do Morto	A. Pedro Vasconcelos	A. Pedro Vasconcelos	Mundial Filmes	271.845
1984	Vidas	António da Cunha Telles	Animatógrafo	Filmes Lusomundo	56.012

Contributos para o estudo do cinema português nas décadas de 1980 e 1990.
Uma visão através da imprensa

ESTREIA	FILME	REALIZADOR	PRODUTOR	DISTRIBUIDOR	N.ºESPECT.
1985	Ana	António Reis e M. Cordeiro	António Reis e M. Cordeiro	Filme Filmes	3.233
1985	Ninguém Duas Vezes	Jorge Silva Melo	Jorge Silva Melo	Doperfilme	6.761
1985	A Noite e a Madrugada	Artur Ramos	Forum	Distribuidores Reunidos	3.006
1985	O Nosso Futebol	Ricardo Costa	Diafilme	Doperfilme	1.720
1986	Um Adeus Português	João Botelho	João Botelho	Doperfilme	27.676
1986	O Barão de Altamira	Artur Semedo	Doperfilme	Doperfilme	11.685
1986	Saudades para D. Genciana	Eduardo Geadá	Animatógrafo	Filmes Castello Lopes	14.043
1986	O Vestido Cor de Fogo	Lauro António	Lauro António	Filmes Lusomundo	5.107
1987	A Balada da Praia dos Cães	José Fonseca e Costa	Animatógrafo	Mundial Filmes	81.995
1987	Duma Vez Por Todas	Joaquim Leitão	Produções Off	Mundial Filmes	28.563
1987	O Meu Caso	Manoel de Oliveira	Filmargem	Distribuidores Reunidos	6.918
1987	O Querido Lilás	Artur Semedo	Doperfilme	Doperfilme	86.742
1987	Repórter X	José Nascimento	José Nascimento	Talma Filmes	5.512
1988	Os Canibais	Manoel de Oliveira	Filmargem	Filmes Lusomundo	14.051
1988	Matar Saudades	Fernando Lopes	Fernando Lopes	Filmes Lusomundo	1.531
1988	Mensagem	Luís Vidal Lopes	A Quimera do Ouro	Filmes Castello Lopes	726
1988	A Mulher do Próximo	José Fonseca e Costa	MGN Filmes	Filmes Castello Lopes	48.046
1988	Tempos Difíceis	João Botelho	João Botelho	SIF	4.448
1988	Três Menos Eu	João Canijo	Filmargem	Cinefilme	1.231
1989	Os Emissários de Khalôm	António de Macedo	Cinequanon	Filmes Castello Lopes	551
1989	Uma Pedra no Bolso	Joaquim Pinto	GER	Atalanta Filmes	1.699
1989	Recordações da Casa Amarela	João César Monteiro	GER	Atalanta Filmes	24.592
1989	Relação Fiel e Verdadeira	Margarida Gil	Monteiro & Gil	Filmes Lusomundo	608
1990	O Processo do Rei	João Mário Grilo	Filmargem	Atalanta Filmes	23.149
1990	Filha da Mãe	João Canijo	Madragea Filmes	Atalanta Filmes	6.700
1990	Non ou a Vã Glória de Mandar	Manoel de Oliveira	Madragea Filmes	Atalanta Filmes	69.000
1990	Na Pele do Urso	Ann & Eduardo Guedes	Eduardo Guedes	Cinefilme	7.164
1990	O Sangue	Pedro Costa	Trópico Filmes	Atalanta Filmes	18.800
1991	O Bobo	José Álvaro Morais	Animatógrafo	Animatógrafo	678
1991	A Ilha dos Amores	Paulo Rocha	Suma Filmes	Atalanta Filmes	4.800
1991	O Desejado	Paulo Rocha	Suma Filmes	Atalanta Filmes	4.800
1991	Os Cornos de Cronos	José Fonseca e Costa	MGN Filmes	Filmes Castello Lopes	4.683
1991	Um Crime de Luxo	Artur Semedo	Artur Semedo	Filmes Lusomundo	2.602
1991	Agosto	Jorge Silva Melo	Filmargem	Atalanta Filmes	6.200

Contributos para o estudo do cinema português nas décadas de 1980 e 1990.
Uma visão através da imprensa

ESTREIA	FILME	REALIZADOR	PRODUTOR	DISTRIBUIDOR	N.ºESPECT.
1991	A Idade Maior	Teresa Villaverde	Invicta Filmes	Atalanta Filmes	7.100
1991	A Divina Comédia	Manoel de Oliveira	Madragea Filmes	Atalanta Filmes	14.400
1991	Ao Fim da Noite	Joaquim Leitão	Produções OFF	Filmes Lusomundo	20.650
1992	Nuvem	Ana Luísa Guimarães	Trópico Filmes	Atalanta Filmes	44.300
1992	Aqui D' El Rei !	A. Pedro Vasconcelos	Opus Filmes	Filmes Castello Lopes	35.927
1992	Solo de Violino	Monique Rutler	Cinequanon	Vitória Filme	2.706
1992	O Inverno em Lisboa	informação indisponível	informação indisponível	Edifilmes	1.469
1992	O Rei Pasmado	Imanol Uribe	informação indisponível	Atalanta Filmes	55.000
1992	Das Tripas Coração	Joaquim Pinto	Madragea Filmes	Atalanta Filmes	3.200
1992	No Dia dos Meus Anos	João Botelho	Madragea Filmes	Atalanta Filmes	3.200
1992	Retrato de Família	Luís Galvão Teles	MGN Filmes	Filmes Castello Lopes	11.348
1992	O Último Mergulho	João César Monteiro	Madragea Filmes	Atalanta Filmes	4.900
1992	O Dia do Desespero	Manoel de Oliveira	Madragea Filmes	Atalanta Filmes	6.800
1992	Vertigem	Leandro Ferreira	Inforfilmes	Filmes Lusomundo	757
1993	Amor e Dedinhos de Pé	Luís Filipe Rocha	MGN Filmes	MGN Filmes	25.472
1993	Os Olhos Azuis de Yonta	Flora Gomes	Vermédia	Atalanta Filmes	8.500
1993	Chá Forte com Limão	António de Macedo	Cinequanon	Filmes Lusomundo	721
1993	O Fim do Mundo	João Mário Grilo	Madragea Filmes	Atalanta Filmes	3.800
1993	Encontros Imperfeitos	Jorge Marecos Duarte	SP Filmes	Filmes Lusomundo	2.998
1993	A Força do Atrito	Pedro Ruivo	MGN Filmes	MGN Filmes	1.746
1993	Aqui na Terra	João Botelho	CFPR	Atalanta Filmes	7.800
1993	Vale Abraão	Manoel de Oliveira	Madragea Filmes	Atalanta Filmes	38.000
1994	A Casa dos Espíritos	Bille August	Costa do Castelo	Filmes Lusomundo	198.935
1994	Até Amanhã, Mário	Solveig Nordlund	Prole Filme	Vitória Filme	11.000
1994	O Fio do Horizonte	Fernando Lopes	CFPR	Atalanta Filmes	3.000
1994	Uma Vida Normal	Joaquim Leitão	MGN Filmes	Filmes Lusomundo	7.466
1994	Adeus Princesa	Jorge Paixão da Costa	Cinequanon	Cinequanon	4.154
1994	Belle Époque	informação indisponível	informação indisponível	Filmes Castello Lopes	40.139
1994	Longe Daqui	João Guerra	Madragea Filmes	Atalanta Filmes	900
1994	Passagem por Lisboa	Eduardo Geda	Animatógrafo	Filmes Lusomundo	4.335
1994	Três Irmãos	Teresa Villaverde	GER	Atalanta Filmes	25.000
1994	A Caixa	Manoel de Oliveira	Madragea Filmes	Atalanta Filmes	11.000
1995	Casa de Lava	Pedro Costa	Madragea Filmes	Atalanta Filmes	11.000
1995	O Miradouro da Lua	Jorge António	Exclusiva	Vitória Filmes	6.148

Contributos para o estudo do cinema português nas décadas de 1980 e 1990.
Uma visão através da imprensa

ESTREIA	FILME	REALIZADOR	PRODUTOR	DISTRIBUIDOR	N.ºESPECT.
1995	Eternidade	Quirino Simões	Imperial Filmes	Vitória Filmes	3.519
1995	Ao Sul	Fernando Matos Silva	Fábrica de Imagens	Filmes Lusomundo	1.582
1995	O Convento	Manoel de Oliveira	Madrangoa Filmes	Atalanta Filmes	35.000
1995	Sinais de Fogo	Luís Filipe Rocha	MGN Filmes	Filmes Castello Lopes	22.481
1995	O Paraíso Perdido	Alberto Seixas Santos	Animatógrafo	Atalanta Filmes	2.900
1995	Terra Fria	António Campos	Inforfilmes	Filmes Lusomundo	1.963
1995	Adão e Eva	Joaquim Leitão	MGN Filmes	Filmes Lusomundo	254.925
1995	Lisbon Story	Win Wenders	Madrangoa Filmes	Atalanta Filmes	16.000
1995	No Recreio dos Grandes	Florence Strauss	Costa do Castelo	Filmes Lusomundo	426
1996	A Comédia de Deus	João César Monteiro	GER	Filmes Castello Lopes	30.069
1996	Pandora	António da Cunha Telles	CFPR	Atalanta Filmes	3.200
1996	Corte de Cabelo	Joaquim Sapinho	Rosa Filmes	Lusomundo Audiovisuais	40.361
1996	Cinco Dias, Cinco Noites	José Fonseca e Costa	Madrangoa Filmes	Atalanta Filmes	44.516
1996	À Flor do Mar	João César Monteiro	Madrangoa Filmes	Atalanta Filmes	4.400
1996	Party	Manoel de Oliveira	Madrangoa Filmes	Atalanta Filmes	12.772
1996	Adeus, Pai	Luís Filipe Rocha	MGN Filmes	Filmes Castello Lopes	100.461
1996	Mortinho por Chegar a Casa	Carlos da Silva	Europa 7	Lusomundo Audiovisuais	100.034
1996	Afirma Pereira	Roberto Faenza	Fábrica de Imagens	Lusomundo Audiovisuais	18.128
1997	Os Olhos da Ásia	João Mário Grilo	Madrangoa Filmes	Atalanta Filmes	6.938
1997	Viagem ao Princípio do Mundo	Manoel de Oliveira	Madrangoa Filmes	Atalanta Filmes	9.535
1997	Inês de Portugal	José Carlos de Oliveira	Imagem Real	Filmes Castello Lopes	19.299
1997	Porto Santo	Vicente Jorge Silva	Madrangoa Filmes	Atalanta Filmes	9.309
1997	Elas	Luís Galvão Teles	Luís Galvão Teles	Lusomundo Audiovisuais	27.912
1997	Ossos	Pedro Costa	Madrangoa Filmes	Atalanta Filmes	19.982
1997	Tentação	Joaquim Leitão	MGN Filmes	Lusomundo Audiovisuais	361.312
1998	Le Bassin de John Wayne	João César Monteiro	Fábrica de Imagens	Fábrica de Imagens	1.591
1998	Ma'Sin	Saguenail	Hélastre	Atalanta Filmes	900
1998	Sapatos Pretos	João Canijo	Madrangoa Filmes	Atalanta Filmes	52.387
1998	O Testamento do Sr Napumoceno	Francisco Manso	J.L.Vasconcelos	Filmes Castello Lopes	13.556
1998	Inquietude	Manoel de Oliveira	Madrangoa Filmes	Atalanta Filmes	9.600
1998	Pesadelo Cor-de-Rosa	Fernando Fragata	Virtual Audiovisuais	Lusomundo Audiovisuais	185.472
1998	Os Mutantes	Teresa Villaverde	Mutante Filmes	Atalanta Filmes	27.000
1998	A Tempestade da Terra	Fernando d'Almeida e Silva	Cinamate	Cinamate	1.028
1998	Zona J	Leonel Vieira	MGN Filmes	Lusomundo Audiovisuais	246.073

Contributos para o estudo do cinema português nas décadas de 1980 e 1990.
Uma visão através da imprensa

ESTREIA	FILME	REALIZADOR	PRODUTOR	DISTRIBUIDOR	N.ºESPECT.
1998	Tráfico	João Botelho	Madragoa Filmes	Atalanta Filmes	34.287
1998	Comédia Infantil	Solveig Nordlund	Prole Filmes	Atalanta Filmes	2.000
1998	Po Di Sangui	Flora Gomes	S.P.Filmes	Uniportugal	932
1998	Requiem	Alain Tanner	Madragoa Filmes	Atalanta Filmes	1.000
1999	Fintar o Destino	Fernando Vendrell	David & Golias	Uniportugal	2.017
1999	Em Fuga	Bruno de Almeida	MGN Filmes	MGN Filmes	7.746
1999	O Rio do Ouro	Paulo Rocha	Suma Filmes	Atalanta Filmes	14.500
1999	Longe da Vista	João Mário Grilo	Madragoa Filmes	Atalanta Filmes	3.534
1999	Jaime	A.P. Vasconcelos	Fado Filmes	Lusomundo AV	220.925
1999	A Sombra dos Abutres	Leonel Vieira	Inforfilmes	Filmes Castello Lopes	15.315
1999	O Anjo da Guarda	Margarida Gil	AS Produções	AS Produções	1.943
1999	Ilhéu de Contenda	Leão Lopes	Vermédia	Filmes Castello Lopes	619
1999	A Carta	Manoel de Oliveira	Madragoa Filmes	Atalanta Filmes	17.428
1999	As Bodas de Deus	João César Monteiro	Madragoa Filmes	Atalanta Filmes	12.277
1999	Glória	Manuela Viegas	Rosa Filmes	Rosa Filmes	4.245
1999	Inferno	Joaquim Leitão	MGN Filmes	Lusomundo Audiovisuais	84.792
1999	O Judeu	Jom Tob Azulay	Animatógrafo	FBF Filmes	17.500
1999	Amor & Cia.	Helvécio Ratton	Rosa Filmes	FBF Filmes	3.680
1999	Bocage - O Triunfo do Amor	Djalma L. Baptista	Animatógrafo	FBF Filmes	1.846
2000	Quando Troveja	Manuel Mozos	AS Produções	FBF Filmes	6.013
2000	Mal	Alberto Seixas Santos	Rosa Filmes	Columbia Tristar Warner	5.734
2000	Tarde Demais	José Nascimento	Madragoa Filmes	Atalanta Filmes	10.000
2000	Capitães de Abril	Maria de Medeiros	Mutante Filmes	Lusomundo Audiovisuais	110.337
2000	Noites	Cláudia Tomaz	Madragoa Filmes	Atalanta Filmes	4.500
2000	Peixe Lua	José Álvaro de Moraes	Madragoa Filmes	Atalanta Filmes	7.500
2000	Kuzz	José Pedro Sousa	Alfândega Filmes	Alfândega Filmes	1.465
2000	O Fantasma	João Pedro Rodrigues	Rosa Filmes	Kinomania	10.000
2000	Branca de Neve	João César Monteiro	Madragoa Filmes	Atalanta Filmes	3.000
2000	Palavra e Utopia	Manoel de Oliveira	Madragoa Filmes	Atalanta Filmes	23.500
2000	Camarate	Luis Filipe Rocha	MGN Filmes	Lusomundo Audiovisuais	42.018
2000	Hans Staden	Luís Alberto Pereira	Jorge Neves Produções	Alfândega Filmes	2.830
2000	A Cidade dos Prodígios	Mario Camus	Continental Filmes	FBF Filmes	10.464

Apêndice 2: Instituto do Cinema e Audiovisual

Estreias Nacionais de 1979/2000 – Apoios

Contributos para o estudo do cinema português nas décadas de 1980 e 1990.
Uma visão através da imprensa

ANO APOIO	TIPO	FILME	PRODUTOR	REALIZADOR	APOIO FINANCEIRO
1980	LM	Sinais de Vida	Prole Filme	Luís Filipe Rocha	34.541,75
1980	LM	O Território	V.O.Filmes	Raoul Ruiz	14.963,94
1981	LM	Ilha de Moraes	Suma Filmes	Paulo Rocha	24.585,75
1981	LM	Jogo de Mão	Paisà	Monique Rutler	55.127,14
1981	LM	O Lugar do Morto	A. Pedro Vasconcelos	A. Pedro Vasconcelos	200.521,75
1981	LM	Ninguém Duas Vezes	Jorge Silva Melo	Jorge Silva Melo	82.481,03
1981	LM	Saudades para D. Genciana	Animatógrafo	Eduardo Geadá	99.210,90
1981	LM	A Noite e a Madrugada	Forum	Artur Ramos	60.544,09
1981	LM	Azul Azul	Metrofilmes	José de Sá Caetano	80.954,90
1981	LM	Iratán e Iracema	Paulo-Guilherme	Paulo-Guilherme	110.453,81
1981	LM	Atlântida	Azul	Daniel Del-Negro	35.713,93
1981	LM	Contactos	Animatógrafo	Leandro Ferreira	53.256,65
1981	LM	A Estrangeira	V.O.Filmes	João Mário Grilo	86.436,68
1981	LM	A Epopeia dos Bacalhaus	Oscar Cruz	Francisco Manso	14.963,94
1981	LM	Sem Sombra de Pecado	Filmform	José Fonseca e Costa	144.860,88
1981	LM	O Vestido Cor de Fogo	Lauro António	Lauro António	77.812,48
1981	LM	Os Abismos da Meia Noite	Cinequanon	António de Macedo	131.483,12
1981	LM	Memórias e Confissões	Manoel de Oliveira	Manoel de Oliveira	29.518,86
1982	LM	Odisseia Monsanto	António Vaz Silva	Pierre Kast	24.939,89
1984	LM	O Barão de Alta Mira	Doperfilme	Artur Semedo	125.946,47
1984	LM	A Balada da Praia dos Cães	Animatógrafo	José Fonseca e Costa	153.380,35
1984	LM	Um Adeus Português	João Botelho	João Botelho	128.455,42
1984	LM	Relação Fiel e Verdadeira	Monteiro & Gil	Margarida Gil	112.229,52
1984	LM	Repórter X	José Nascimento	José Nascimento	160.862,32
1984	LM	Le Soulier de Satin	Metro e Tal	Manoel de Oliveira	299.278,73
1985	LM	À Flor do Mar	João César Monteiro	João César Monteiro	161.690,32
1985	LM	Aqui D' El Rei!	Opus Filmes	A. Pedro Vasconcelos	195.069,88
1985	LM	Agosto	Filmargem	Jorge Silva Melo	180.066,04
1985	LM	Duma Vez por Todas	Produções OFF	Joaquim Leitão	93.524,61
1985	LM	O Desejado	Suma Filmes	Paulo Rocha	187.049,21
1985	LM	Matar Saudades	Fernando Lopes	Fernando Lopes	178.594,58
1985	LM	Os Flagelados do Vento do Leste	Animatógrafo	António Faria	89.783,62
1986	LM	O Querido Lilás	Doperfilme	Artur Semedo	167.042,43
1986	LM	Os Emissários de Khalôm	Cinequanon	António de Macedo	206.771,68
1986	LM	Tempos Díficeis	João Botelho	João Botelho	184.460,45
1986	LM	Serenidade	Opus Filmes	Rosa Coutinho Cabral	106.618,05
1986	LM	O Meu Caso	Filmargem	Manoel de Oliveira	37.409,84
1987	LM	O Processo do Rei	Filmargem	João Mário Grilo	198.431,78
1987	LM	Vertigem	Inforfilmes	Leandro Ferreira	243.163,97
1987	LM	A Sétima Letra	Opus Filmes	Simão dos Reis	106.618,05
1987	LM	O Sangue	Trópico Filmes	Pedro Costa	109.610,84
1987	LM	Os Canibais	Filmargem	Manoel de Oliveira	213.026,61
1987	LM	Três Menos Eu	Filmargem	João Canijo	19.138,88

Contributos para o estudo do cinema português nas décadas de 1980 e 1990.
Uma visão através da imprensa

ANO APOIO	TIPO	FILME	PRODUTOR	REALIZADOR	APOIO FINANCEIRO
1987	LM	Mensagem	A Quimera do Ouro	Luís Vidal Lopes	46.887,00
1987	LM	Transparências em Prata	João Brehm	João Brehm	72.325,70
1987	LM	Uma Pedra no Bolso	GER	Joaquim Pinto	24.840,14
1987	LM	A Mulher do Próximo	MGN Filmes	José Fonseca e Costa	190.291,39
1987	LM	O Judeu	Animatógrafo	Jom Tob Azulay	74.819,68
1988	LM	Os Cornos de Cronos	MGN Filmes	José Fonseca e Costa	218.224,08
1988	LM	Terra Fria	Inforfilmes	António Campos	247.892,58
1988	LM	A Força do Atrito	MGN Filmes	Pedro Ruivo	257.938,37
1988	LM	O Som da Terra a Tremar	Inforfilmes	Rita Azevedo Gomes	34.397,10
1988	LM	Sem Esperança de Regresso	Animatógrafo	Samuel Fuller	120.125,50
1988	LM	Nuvem	Trópico Filmes	Ana Luisa Guimarães	139.349,17
1988	LM	Ao Fim da Noite	Produções OFF	Joaquim Leitão	172.584,07
1988	LM	Onde Bate o Sol	GER	Joaquim Pinto	52.373,78
1988	LM	Recordações da Casa Amarela	GER	João César Monteiro	97.265,59
1988	LM	Filha da Mãe	Madragoa Filmes	João Canijo	99.799,48
1988	LM	Um Crime de Luxo	Artur Semedo	Artur Semedo	117.217,51
1988	LM	O Ouro do Bandido	Costa do Castelo	Luís Alvarães	34.915,85
1988	LM	Na Pele do Urso	Eduardo Guedes	Ann & Eduardo Guedes	128.689,86
1988	LM	Eternidade	Imperial Filmes	Quirino Simões	124.235,59
1989	LM	Adeus Princesa	Cinequanon	Jorge Paixão Costa	318.148,26
1989	LM	A Idade Maior	Invicta Filmes	Teresa Villaverde	144.651,39
1989	LM	Solo de Violino	Cinequanon	Monique Rutler	209.739,53
1989	LM	O Tesouro das Ilhas Cadelas	Filmagem	F. Jacques Ossang	122.145,63
1989	LM	Non ou a Vã Glória de Mandar	Madragoa Filmes	Manoel de Oliveira	226.703,64
1989	LM	Retrato de Família	MGN Filmes	Luís Galvão Teles	226.703,64
1989	LM	Coitado do Jorge	Inforfilmes	Jorge Silva Melo	318.148,26
1989	LM	Pandora	CFPR	António da Cunha Telles	318.148,26
1990	LM/Selectivo	Aqui na Terra	CFPR	João Botelho	316.926,21
1990	LM/Selectivo	Passagem por Lisboa	Animatógrafo	Eduardo Gêda	317.604,57
1990	LM/Selectivo	Rosa Negra	CFPR	Margarida Gil	283.801,04
1990	LM/Directo	A Divina Comédia	Madragoa Filmes	Manoel de Oliveira	253.683,62
1990	LM/Directo	Amor e Dedinhos de Pé	MGN Filmes	Luís Filipe Rocha	264.093,53

Apêndice 3: Cinemateca Portuguesa

Os filmes mais vistos à data da estreia de 1979 a 2000 – Selecção de Recortes de Imprensa

As Horas de Maria

António de Macedo

Estreia: 1979

Rodagem: 1976



Rodagem: 1978/80

Sem Sombra de Pecado

José Fonseca e Costa

Estreia: 1983

Rodagem: 1982



O Lugar do Morto

António-Pedro Vasconcelos

Estreia: 1984

Rodagem: 1982/1984

Artigos - O Deslizar do Morto

Página: 2 de 10

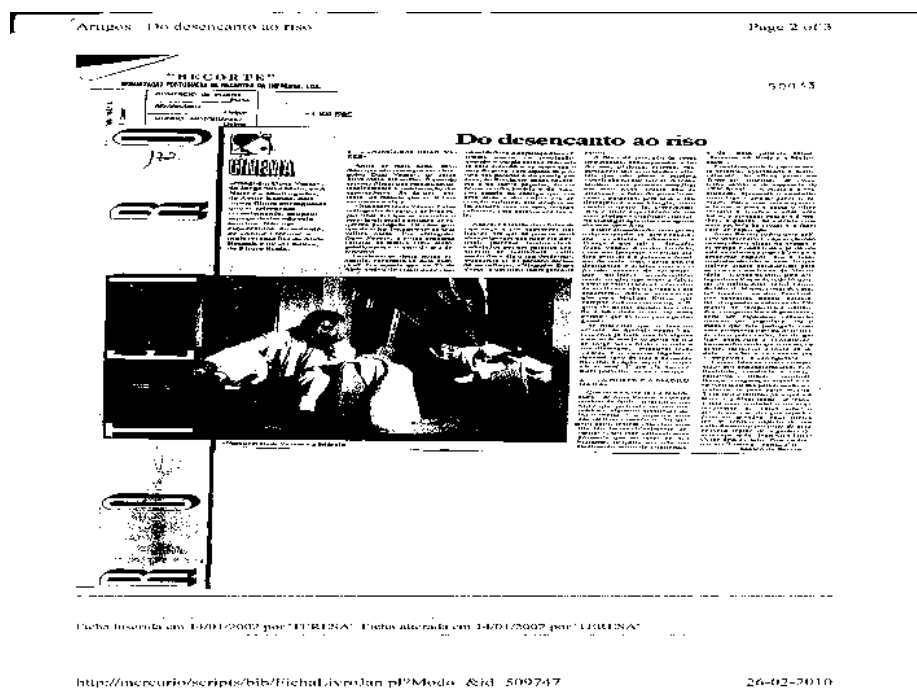


Ninguém Duas Vezes

Jorge Silva Melo

Estreia: 1985

Rodagem: 1982



Rodagem: 1985

1992: 7-11

2116

I am now 46 years old. Postgraduate

[illegible][illegible]

52. *Explain the difference between a
conjugate acid and a conjugate base.
Generalize: For any acid, the conjugate
base is formed by removing a proton
from the acid.*



2011年12月14日

O Querido Lilás

Artur Semedo

Estreia: 1987

Rodagem: 1986/87

Artigos - Comédia a portuguesa

Page 1 of 1

Artigos

Comédia a portuguesa

Artigo: COMÉDIA A PORTUGUESA
Data: 28
Vol: 11
Ano: 1967
Publicação:
Nº: 68472
Proprietário: N.º 12 2195
Editor:
Colaborador: N.º 12 2195
Localização: N.º 12 2195
Publicação: N.º 12 2195

REMER
N.º 12 2195
N.º 12 2195



Publicação em 12/12/2017 por N.º 12 2195. Última atualização em 12/12/2017 por N.º 12 2195.

REPRODUÇÃO PROIBIDA - N.º 12 2195

Rodagem: 1988



Altitude do Prúcio, um peixe limbo adaptado de um peixe-piloto ao mar, equivale

7-2 图 7-2 所示的电路为电压源激励的 RC 电路, 求该电路的冲激响应 $i(t)$ 和 $u_C(t)$ 。

entre os portugueses.

Entre os seus filhos,

[illegible]

Recordações da Casa Amarela

João César Monteiro

Estreia: 1989

Rodagem: 1988/89



Non ou a Vã Glória de Mandar

Manoel de Oliveira

Estreia: 1990

Rodagem: 1989/90



Ao Fim da Noite

Joaquim Leitão

Estreia: 1991

Rodagem: 1990



O Rei Pasmado

Imanol Uribe

Estreia: 1992

Rodagem: 1991

OS FILMES DO DIA

132 22.40 h / 00.30 h TV2

Torrente na tela

ANTÓNIO BRANCO

Este filme de Imanol Uribe constitui um caso raro de felicidade em termos de adaptação cinematográfica de grandes romances. Partindo do notável *Cronica del Rey Pasmado*, de Gonzalo Torrente Ballester, os argumentistas Juan Potau e o quase homónimo do escritor, Gonzalo Torrente Malvido, construíram um guião formidável, base do sucesso, dramaticamente falando, que é *O Rei Pasmado*. Co-produção entre a Espanha, a França e Portugal, o filme conta ainda com um elenco certo, onde pontificam a bizarra fisionomia de Gabino Diego (espantosamente parecido com os retratos conhecidos da figura histórica que interpreta, o rei Felipe IV), Maria Barranco, Joaquim de Almeida e Laura del Sol. Tudo se passa em registo de farsa, ocupando-



«O Rei Pasmado»
(«El Rey Pasmado»).

Realização:
Imanol Uribe
(Espanha,
1991, cor).

Argumento:
Juan Potau
e Gonzalo Torrente
Malvido, a partir
de «Cronica del Rey
Pasmado»,
de Gonzalo Torrente
Ballester.

Intérpretes:
Gabino Diego,
Maria Barranco,
Joaquim de
Almeida,
Laura del Sol,
Juan Diego,
Fernando Fernan
Gomez.

Duração:
110 minutos.

se a história das peripécias que rodeiam o desejo de Felipe IV ver a rainha nua. Mercê de uma cuidada reconstituição histórica, o filme apresenta uma atmosfera genuína de época — para a qual contribui ainda a excelente fotografia de Hans Burmann —, que contribui para a verosimilhança da intriga, toda ela baseada em situações que actualmente não seriam possíveis.

O arcaísmo, dessas situações, e o seu contraste com a suposta evolução dos costumes, é aliás um dos maiores prazeres do filme. Nota de destaque final para a poderosa interpretação de Joaquim de Almeida no papel de um jesuíta.

Vale Abraão

Manoel de Oliveira

Estreia: 1993

Rodagem: 1992/93

6090

RECORTE

24 SEXTA-FEIRA, 15 DE OUTUBRO DE 1993

«VALE ABRAÃO» PARA «LER» NO CINEMA

A ESTREIA DA SEMANA OLIVEIRA INVENTA O «ROMANCE FILMADO»

A obra de Manoel de Oliveira, «Vale Abraão», é apresentada no cinema português. O filme, que é uma adaptação do romance de José Saramago, é considerado uma das obras-primas do cinema português. A estreia do filme é marcada por uma grande expectativa, pois se trata de uma adaptação de uma obra de um dos maiores escritores portugueses contemporâneos.

A adaptação do romance «Vale Abraão» para o cinema foi realizada por Manoel de Oliveira, que também escreveu o guião. O filme é protagonizado por António Faria, que interpreta o personagem principal, Abraão. A história do filme é baseada no romance de José Saramago, que narra a vida de Abraão, um homem que vive numa sociedade opressora e que luta pela liberdade.

O filme é considerado uma das obras-primas do cinema português, devido à sua qualidade artística e à sua importância cultural. A estreia do filme é marcada por uma grande expectativa, pois se trata de uma adaptação de uma obra de um dos maiores escritores portugueses contemporâneos.

Intervista: Manoel de Oliveira

Manoel de Oliveira, o realizador do filme «Vale Abraão», foi entrevistado sobre o processo de adaptação do romance de José Saramago para o cinema. Oliveira afirmou que a adaptação foi um desafio, pois se tratava de uma obra de um autor tão importante. No entanto, ele afirmou que conseguiu capturar a essência do romance e criar uma obra que é uma verdadeira obra-prima do cinema português.

O filme «Vale Abraão» é considerado uma das obras-primas do cinema português, devido à sua qualidade artística e à sua importância cultural. A estreia do filme é marcada por uma grande expectativa, pois se trata de uma adaptação de uma obra de um dos maiores escritores portugueses contemporâneos.

Rodagem: 1993

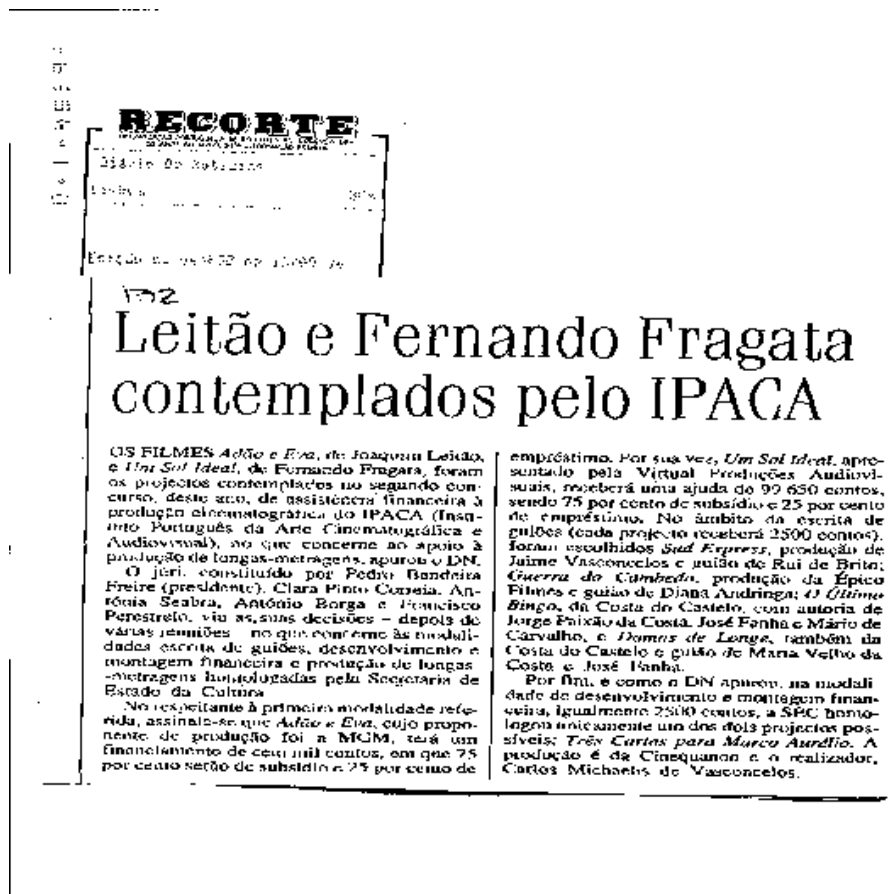


Adão e Eva

Joaquim Leitão

Estreia: 1995

Rodagem: 1995



Adeus Pai

Luís Filipe Rocha

Estreia: 1996

Rodagem: 1996



Tentação

Joaquim Leitão

Estreia: 1997

Rodagem: 1997



Zona J

Leonel Vieira

Estreia: 1998

Rodagem: 1998

TV Nacional



SONHO. Fátia Fontoura na pele de um rapaz da Zona J, em Lisboa, que se prontifica a tudo para alcançar um desejo

Zona J SHC (23.00)

■ As perspectivas de futuro não são brilhantes para um grupo de adolescentes da Zona J, em Lisboa. Quase todos eles filhos de pais operários e de mães que trabalham nas limpezas, nenhum tem uma vida fácil. Tó (Péla Fontoura), por exemplo, é um dos «rebeitos» de um casal de angolanos. Ele está apaixonado por Carlis (Núria Madruga), uma jo-

vem branca, e sonha viver no país de origem dos pais, plano que a amada aceita sem hesitação. Para poder concretizá-lo, decide trabalhar na construção civil. Mas a gravidez inesperada da rapariga complica a situação. Desesperado, Tó envolve-se com um grupo no assalto a uma joalheria, onde o irmão mais novo é baleado. Acabam perseguidos pela polícia e com apenas o aeroporto «na mira». Um filme português realizado por Leonel Vieira sob produção de Tino Navarro.

Jaime

António Pedro de Vasconcelos

Estreia: 1999

Rodagem: 1998

António Pedro Vasconcelos comenta prémio de «Jaime» em Cannes

“Filme de autor pode ter sucesso em Portugal”

O realizador do filme “Jaime”, António Pedro Vasconcelos, considerou ontem que o prémio obtido, no Festival de Cinema de Cannes, “vem provar que um filme de autor pode ter sucesso comercial” em Portugal.

“O meu filme foi muito bem recebido pelo público português e maltratado pela crítica, que o considerou pejorativamente

como um filme comercial”, comentou o realizador.

O filme “Jaime” obteve, domingo, o primeiro prémio do Grand Prix Cannes Junior 2000 e, também foi galardoado com o Prémio da Confederação Internacional de Salas de Cinema “Art et Essai”, uma organização formada por vários exibidores mundiais de filmes de natureza

cultural.

“Estas distinções, em Cannes, demonstram que um filme de autor pode ser bem aceite pelo público e ter audiência, ao contrário do que diz a crítica portuguesa”, sustentou.

Manifestando “grande satisfação” pelos prémios recebidos, o realizador considerou ainda, muito importante, para a pro-

moção da película no estrangeiro e o apoio financeiro à divulgação em França.

Classificando o galardão de “prestigante”, António Pedro Vasconcelos justificou que tanto o festival de Cinema de Cannes como França são dois importantes centros de projecção mundial da cinematografia estrangeira não norte-americana.

Capitães de Abril

Maria de Medeiros

Estreia: 2000

Rodagem: 1999

CARLOS MATOS GOMES **Emoções e surpresa**



É um grande filme, enquanto obra de arte. Porque se trata de uma excelente história, muito bem filmada e que provoca emoções fortes. Acho sobretudo interessante a forma como Maria de Medeiros conseguiu conjugar a realidade e a ficção. O argumento trata da coluna de Salgueiro Maia de Santarém até Lisboa, mas mais do que isso dá aquilo que foram as motivações, os modos de estar e de ver o país dos capitães que, na altura, estiveram na origem do 25 de abril. Essa é uma parte ficcionada, o que é, naturalmente, muito difícil de conseguir. No entanto, Maria conseguiu-o. Correndo os riscos que uma grande realizadora, que penso que ela é, tinha que correr. Isto é, não ter medo de deturpar a realidade, sublinhando com cenas que não correspondem exactamente ao que se passou os aspectos mais profundos que estavam subjacentes ao 25 de Abril. Dai que o filme tenha cenas de grande beleza e sensibilidade que as pessoas da minha geração, as que estiveram envolvidas em todo o processo, vão ter alguma dificuldade em aceitar. Por isso, julgo que para ver este filme é preciso ter a mente aberta e sobretudo pensar que se trata de uma obra de ficção. E estou convencido que, tal como os bons vinhos, este filme vai envelhecer bem. Ou seja, vai ganhar com uma segunda ou terceira leitura. Para mim, foi muito interessante colaborar no filme. Antes de mais, porque é sempre estimulante alojar a realidade a um suporte ficcional, para ser visto por milhares de pessoas. Quando a Maria filou comigo, a estrutura narrativa já estava construída. Os entendimentos que encontramos foram no sentido de reforçar, tanto quanto possível, a linha narrativa da ficção. Foi nesse domínio que fiz algumas sugestões que a Maria foi tomando na conta que entendeu. Até porque estas histórias de realidade e ficção têm um problema sério em termos de técnica narrativa. É que já sabemos qual o fim. Por isso, é mais complicado criar suspense. Mas acho que o filme mantém a atenção do espectador. A linha narrativa constituirá porventura um factor de surpresa. Outra surpresa será a forma como a realizadora tornou Salgueiro Maia um herói com uma grande densidade humana, raro em qualquer parte. Além disso, é muito fácil e estimulante trabalhar com a Maria de Medeiros. Porque é muito inteligente e sensível e tem uma grande capacidade de absorver qualquer sugestão, que manipula para apresentar novas soluções. É uma mulher muito determinada, embora a sua força pareça não condizer com a figura. Conheço-a desde pequena e sempre tive a certeza que iria fazer um grande filme.

depoimento recolhido oralmente