

1981

Cinema-novo rico
Cinema novo-rico*

David E. Neves

Lo primeiro parágrafo do seu *Literatura e Sociedade* (Cia. Editora Nacional), Antonio Cândido adverte o leitor coma seguinte explicação: “Nada mais importante para chamar a atenção sobre uma verdade do que exagerá-la. Mas também, nada mais perigoso porque um dia vem a reação indispensável e a relega justamente à categoria do erro, até que efetue a operação difícil de chegar a um ponto de vista objetivo, sem desfigurá-la de um lado nem de outro.” Meu artigo “Visto para o mar” (publicado no *Pasquim* de 22/2/80) continha esse dilema inicial. Escrevo agora sem pretender ser aquela “operação difícil” de que fala o autor de *Tese a anuitese*, mas, ao menos, para tentar esmiucar os temas ali desenvolvidos.

Sendo arte e indústria, o cinema está permanentemente ligado ao dinheiro. O cinema novo também não escapa dessa perspectiva; e o fenómeno do enriquecimento, apesar de longínquo, fez ou faz parte das cogitações de seus membros (produtores e realizadores) desde o seu nascedouro. A palavra enriquecimento, no sentido em que a ela me refiro, é diferente do seu contexto mais ou menos comum. Vi-verde cinema sempre foi o ideal de todos aqueles que re-renovaram definitivamente a arte cinematográfica entre nós.

Por via de comparação, opiniões em tom de *blague* como as de Juca Chaves sobre sus renda pessoa, ou mesmo as de Milior Fernandes, nunca, do meo ponto de vista pelo menos, tinham rondado as cabeças de nossos melhores cineastas.

Vé-se que o cinema novo foi criado e proliferou sob o signo da “economia de guerra” que é o tema básico da política financeira nacional, hoje em dia.

A relação inspiração-enriquecimento esteve ausente das aspirações de nossos cineastas. Pode-se chegar ao extremo de identificar a noção de “cinema de autor” á de “cinema que da para o gasto” (ou para o sustento pessoal), coisa que, mesmo assim, era fenómeno inacessível até, por exemplo, *Macunaíma*, de Joaquim Pedro de Andrade. O mercado cinematográfico, para o cinema brasileiro, não possuía elasticidade bastante

para grandes empreitadas comerciais.

Arte e indústria têm sido sempre uma dobradinha que atrapalhou os homens de cinema no Brasil. O “desempenho industrial” passou a ser arte. A boa arte passou a ser indústria. Conforme Antonio Cândido, a média será feita pela “reação indispensável”, mas como e quando? Ainda estamos na fase de proposta da verdade, cobaias que fomos (e somos) do projeto cinema, teimosos e fiéis.

O cinema, como o avião, nasceu sob controvérsias a respeito da primazia de sua invenção. Entre a França e os Estados Unidos da América deu-se o início de uma disputa baseada em certa propriedade da retina, aproveitada por brilhantes mascates transoceânicos. A partir daí, a intermitência entre sucesso inventivo e sucesso comercial começou a fazer parte intrínseca da história dessa arte-fenômeno criada sob medida para o capitalismo, mas muito bem aproveitada pelos regimes opostos. Estamos, fundo, na premissa de Antonio Cândido. *Greed* de Eric von Stroheim simbolizaria o pragmatismo artístico de Millôr Fernandes arguindo alguns membros do cinema novo sobre seus rendimentos. *Quotidien*, de Sergei Eisenstein estaria entrincheirado no lado oposto.

Mas não é a teoria abstrata a proposta deste texto. O ponto ao qual se quer chegar é o de mostrar como certo cinema novo “malversou” teses político-econômicas sobre cinema ou simplesmente ignorou-as. Pode-se voltar aqui ao tema do jogo, do aleatório, uma vez que um filme quase sempre (mesmo de um diretor veterano) é isso: risco semic calculado. Quando as regras do mercado se tornam mais ou menos conhecidas pode-se vir a ter certo tipo de contravenção (artística).

Se o cinema novo não tivesse sido pobre (leia-se: hermético) este artigo não seria válido. Mas é curioso lembrar aquilo que Joaquim Pedro chamou de “fase Lumière que, em detalhe significa o fascínio pela realidade adjacente. O documental imperou na pobreza e o ficcional (re) descoberto domina a riqueza (a pornochanchada não seria um tipo “delirante” de ficção?). Riqueza? Até certo ponto. Até certos pontos. As cabeças giram em torno de *arte, eficiência, desempenho, conquistas*. Talvez o projeto, alcançado num momento impossível, seja todo ele hoje baseado num esquema reacionário, se comparado a outras cinematografias similares.

Antonio Cândido volta onisciente, apesar de estar radicado numa área onde o custo operacional é proporcionalmente nulo. O cinema-novo rico é um eufemismo machadiano “em ação”, mas é diferente do cinema novo-rico. Os sub-produtos do

nouveau-richisme, no caldeirão mercadológico que se montou entre nós depois de *Dona Flore e seus dois maridos*, são piores que sus carros-chefes, o quais, por sua vez, são conseqüências dos embalos industrio-culturais de seus idealizadores.

O presente artigo foi escrito para tentar ser uma continuação “teórica” do mencionado *Vista para o Mar*, cuja publicação se deu há mais ou menos um ano. A distância que separa, no tempo, os dois textos, me fez considerar de bom alvitre a retomada aqui, á guisa de epílogo, das idéias centrais do primeiro:

“Não é difícil achar afinidades cada dia máiores entre a produção de um filme e uma incorporação imobiliária. Depois do sucesso financeiro de *Dona Flor e seus dois maridos* a produção (entidade abstrata e, no caso presente, restrita a certa faixa entre Rio e São Paulo) começou a vislumbrar e mesmo adotar novos sistemas, talvez numa tentativa extrema de provar o limite da elasticidade do mercado cinematográfico para os filmes brasileiros. El é esse inflacinamiento orçamentário dos novos filmes que nos traz de volta á comparação inicial.

“O desmatamento cultural que a subida dos preços dos filmes provocou é nocivamente proporcional à criação de um novo tipo de *status* entre os cineastas. A desvalorização do cruzeiro provocaría (e provocou) uma alta do custo das produções, mas, esse aumento já havia sido estabelecido como condição *sine qua non* para a existência de um filme, antes da subida do dólar, como num ato profético.

“Mercado imobiliário, produção cinematográfica e *status* são três elementos reunidos como um jogo de bilhar francés, onde a carambola é factor indispensável.

“Voltemos ao mercado imobiliário. Essa idéia, vinculada ao cinema nacional, ainda necessita de um aprofundamento maior. Para começar estamos às voltas com os grandes empreendimentos, os conjuntos arquitetônicos, as áreas virgens como o caminho do mar na direção sul. São pretextos materiais que os movem, sempre: compra e venda; e a despersonalização, com raras exceções, faz parte de sua estrutura íntima. O velho e charmoso cinema artesanal acabou, pelo menos nessa faixa. O *status* decorre desse dado e varia diretamente com o aumento do preço da ‘incorporação’.

“Há tráfego direto entre as sedes desse empreendimento, carteiras ou credenciais estritamente personalizadas, além de certo prestígio sócio-cultural. Resta saber se a aplicação financeira é recuperável, se o investimento vale a pena. Se toda essa comparação é derogatória ou se ela é a saída para nosso cinema.”

NOTAS

* Tomado de *Luz & Acção*, año 1, núm. 0, junio de 1981.