

Resgatar a relação fundamental

Levi Martins

O distanciamento

A 26 DE FEVEREIRO DE 2011, o Diário de Notícias publicou um extenso artigo sobre o cinema português em que se desenvolve um raciocínio que analisa os resultados de bilheteira de alguns filmes portugueses e os relaciona com os valores de financiamento público que lhes tinham sido atribuídos. Não nos interessa avaliar o rigor ou justiça do artigo em causa, mas sim associar à sua existência um sintoma preocupante: discussões e debates em torno do financiamento e dos resultados comerciais do cinema português são mais frequentes do que um pensamento crítico estruturado sobre os filmes que, todos os anos, são produzidos e estreados. Este artigo, em conjunto com a resposta de Pedro Borges publicada cerca de uma semana mais tarde, é revelador de um mal-estar que é dominante no cinema português. Entre os ataques pouco informados da opinião pública e a postura defensiva de uma parte significativa dos realizadores e produtores portugueses, assim se consolida uma sensação de distanciamento que tem origem na frágil relação entre o espectador médio e a produção cinematográfica portuguesa.

Contexto de mercado

Segundo os dados estatísticos publicados pelo ICA relativos ao período compreendido entre 2004 e 2011, apenas seis filmes portugueses fizeram mais de 100.000 espectadores. O filme que consta na quadragésima posição da lista fez 9.364 espectadores. O filme mais visto conseguiu um número que parece elevado, 380.671, mas que é imediatamente colocado em perspectiva ao verificarmos que na lista dos quarenta filmes internacionais mais vistos em Portugal no mesmo período, ao filme que ocupa a quadragésima posição vemos associado o número de 421.410 espectadores.

Sérgio Saruga, responsável pela exibição na cadeia Cinema City é bastante claro em relação à postura possível num território agressivamente competitivo: “Sem fugir ao que o mercado oferece, o cinema é transversal e vive de várias susceptibilidades. No entanto, no caso dos exibidores, que é o nosso caso nos Cinema City, a primeira escolha é o *mainstream*. Não podemos fugir a isso porque é aquilo que faz mover o negócio do cinema”.

Ainda que não seja possível generalizar apenas a partir deste caso, a verdade é que os resultados mais sustentáveis provêm dos *multiplexes* e não de salas mais pequenas com uma programação menos orientada para o *mainstream*. Se adicionarmos a estes dados a ideia de que, à escala global, o cinema (sobretudo de produção norte-americana) tem sido ao longo dos anos, um negócio com alguma vitalidade, conseguimos compreender qual é o contexto da actividade cinematográfica. Talvez fosse desejável que fosse diferente, mas dificilmente conseguiremos pensar o cinema português se não aceitarmos as condicionantes da sua existência.

Se é o *mainstream* que move o negócio do cinema, torna-se então relativamente simples compreender que todo o sistema de distribuição e exibição está pensado e funciona para o servir. A escolha de distribuir e exhibir um filme é feita a partir dos critérios de mercado e, nesta lógica é, naturalmente, a ideia de lucro que motiva toda e qualquer escolha. A grande maioria dos filmes estreados em Portugal tem origem nos Estados Unidos da América. Estes filmes têm

em média orçamentos dezenas de vezes superiores aos orçamentos possíveis no cinema português, e conseguem investir na promoção à escala mundial, com visibilidade em todos os meios à disposição – desde cartazes em estações de metro e *spots* televisivos a pequenas imagens publicitárias na multiplicidade de plataformas que a internet disponibiliza.

Basta traçar estas linhas mínimas de contextualização para compreender que, em geral, a realidade se encontra a uma enorme distância daquilo que é o potencial de mercado do cinema português. Os baixos orçamentos em Portugal não só condicionam significativamente as possibilidades de conceber um objecto que possa competir, em termos de valores de produção, aspectos técnicos, actores, etc, com qualquer filme de estúdio norte-americano (ou até com filmes europeus – França, Itália, Alemanha, Reino Unido), como também impossibilitam quase sempre a tiragem de cópias em número elevado, ou a aposta numa campanha promocional com boa visibilidade. Pensar, portanto, que o cinema português poderá alguma vez concorrer com a produção média norte-americana, pelo menos em condições que possamos considerar competitivas, é um pensamento ingénuo.

Esta impossibilidade é um argumento frequente para justificar as práticas de produção do cinema português, que claramente se orientam para uma ideia de cinema de autor, de cinema como arte, e para criticar o financiamento de obras que desejam, umas vezes mais ingenuamente do que outras, criar uma espécie de *mainstream* português¹. A criação desse binómio (mainstream/cinema de autor) pode ter efeitos perniciosos: pode levar à conclusão – errada – de que o afastamento relativamente a um dos tipos de linguagem conduz necessariamente ao outro. O que leva à predisposição para a utilização de um certo tipo de abordagem formal consoante o objectivo seja comercial ou de reconhecimento. Aquilo que poderá definir um determinado objecto cinematográfico como artístico ou de autor, se preferimos aproximar-nos dos *Cahiers du Cinéma*, tem a ver com factores que transcendem o seu mero posicionamento à parte da lógica competitiva do *mainstream* global. De facto, parece-nos que o cinema português se direccionou para outras formas de competição: a dos festivais de cinema, nacionais e internacionais. E é importante sublinhar este desejo, porque nos parece ter uma influência na concepção dos objectos cinematográficos numa medida semelhante à influência inevitável do contexto de mercado como pano de fundo da actividade cinematográfica global. E, em ambos os casos, tem o potencial de afastar os objectos daquilo que são os contornos da produção artística desinteressada – que implica, no seu sentido mais simples, partilhar com o outro a expressão de uma percepção particular da realidade.

O problema ideológico

“Chegamos assim ao paradoxo seguinte. Qualquer que seja o valor que um autor atribua à sua singularidade, à sua autonomia em relação à sua cultura nacional, interessa-lhe ter um produto nacional interessante para vender no mercado internacional: a melancolia escandinava, o burlesco irlandês, a tradição popular sul-americana. Ou, melhor ainda, a opressão política, sob qualquer forma. Longe de nos libertar, o processo de internacionalização da literatura reforça os estereótipos porque, confrontados com a necessidade de conhecer numerosos países, utilizamos um sistema de rotulagem rápido para os arrumar na nossa cabeça. O aplanamento e a normalização a que induz inevitavelmente a tradução reforçam ainda o processo. (...) É necessário realizar esse antigo gesto que é o recuo, a fim de nos desligarmos, não da cena nacional com o objectivo de procurar deixar boquiaberta a cena internacional mas da obsessão da celebridade. Em suma, afastarmo-nos um pouco das ambições grotescas que nos levaram a criar o fantástico reino da literatura mundial, na esperança de ser galardoado, num belo dia de Outubro, com o Prémio Nobel.”

¹ Não nos dedicaremos a analisar os objectos que tentam ter as características indicadas a que crie este *mainstream*, tal como não analisaremos objectos de autor, por desejarmos que o raciocínio que aqui se desenha viva o mais longe possível de uma lógica destrutiva em relação aos objectos concretos.

Citamos o escritor Tim Parks², porque partilhamos das suas preocupações, embora as aplique ao caso da literatura. Mais do que nos posicionarmos a favor do desejo de *mainstream* ou a favor dos desejos de cinema de autor, dentro do contexto do cinema português, importa compreender que existe um pensamento dominante, e que esta forma de pensar tem o mesmo grau de influência em lados que, à primeira vista, pareciam opostos. Se os realizadores e produtores que ambicionam um *mainstream* português parecem partir para os objectos condicionados pela ideia de resultado de bilheteira (e para isso muitas vezes considerem que têm de criar uma relação facilitada com o espectador), os que consideram que fazem cinema de autor partem com o objectivo de posicionar os filmes em festivais e mostras de cinema, que em geral funcionam com secções competitivas (e para tal terão de ter em linha de conta aquilo que são as linhas editoriais gerais dos festivais de cinema). Se no primeiro caso o resultado obtido pelos filmes será aferido pelo número de espectadores que forem às salas, no segundo o resultado será medido pelo número de vezes que o filme for seleccionado e premiado em festivais. Embora admitamos que a forma como estes factores condicionam os realizadores, produtores, etc, pode não ser consciente, a verdade é que ao não existir uma ideia clara de que se está, em última instância, a ceder à ideia de que um objecto artístico terá de cumprir um determinado objectivo material, esse objectivo acaba por limitar significativamente o campo de acção do criador. Em ambas as situações, o resultado (e, por sua vez, o objectivo ao partir para o objecto) estará mais relacionado com uma lógica de metas medidas quantitativamente, do que propriamente com a eficácia do objecto do ponto de vista da relação fundamental que o deve sustentar – a relação com o espectador.

Resgatar a relação fundamental

Se nos parece necessário relevar a relação com o espectador enquanto relação fundamental, é porque nos parece ser a única resposta possível para o distanciamento que se cimentou entre o cinema português e o seu público potencial interno³.

Peter Brook no seu livro “O Espaço Vazio” começa por definir o teatro através de um raciocínio de exclusão do que é acessório – cenário, guarda-roupa, música, palco, etc. Só é absolutamente necessário um espaço vazio, um actor e um espectador. Brook conclui que o teatro é, em última instância, aquilo que se passa entre o actor e o espectador. Se quisermos fazer o mesmo tipo de raciocínio no cinema, depressa ficamos com uma proposta simples – o cinema é a relação que é criada quando um espectador está diante de uma projecção de imagens e sons. Tanto no caso do teatro, como no caso do cinema, são afirmações problemáticas, porque poderão ser encaradas como simplistas ou redutoras. Servem-nos, no entanto, para enfatizar que é realmente entre a tela (ou outros ecrãs) e o espectador que se passa o que é fundamental para considerarmos que estamos perante a existência de cinema. Se Peter Brook sentiu necessidade de estabelecer esta relação mínima, foi justamente por ter percebido que a grande maioria das produções teatrais a que assistia subvertiam esta lógica essencial. A arte tem uma tendência para se fixar em formas mais ou menos incontestadas, a partir do momento em que existem lógicas radicadas em sistemas de pensamento que privilegiam os resultados materiais – sejam de que natureza forem – em detrimento de uma liberdade que implica riscos impossíveis de calcular. À primeira vista este pensamento poderá parecer pouco aplicável ao caso do cinema português, porque aparentemente os objectos diferem muito uns dos outros, mas a verdade é que apesar das diferenças de forma, sofrem de um problema comum: a dificuldade em criarem, em média, uma verdadeira relação com o espectador.

Não se trata de ignorar que o contexto em que se desenvolve a actividade cinematográfica é o contexto de mercado, altamente competitivo como já referimos, e de que os festivais de cinema são dos poucos espaços em que é possível exhibir cinema que não seja construído com as regras do *mainstream*. O que se torna necessário é compreender que estes factores não devem

² Cfr. Publicado em Courrier International número 186, Agosto de 2011

³ Parece-nos que a justificação de que o cinema português não se pode medir apenas pelos espectadores que faz em Portugal, mas sim pelos espectadores que faz no mundo, nos distrai de uma verdadeira compreensão do distanciamento que, facilmente suportado por dados objectivos, existe.

condicionar, a montante, a produção de um objecto artístico. O objecto deve, pelo contrário, ser concebido tendo como centro de gravidade a sua relação com o espectador, porque a sua eficácia depende muito mais dessa relação do que de resultados de bilheteira ou selecções em festivais.

Eficácia cultural

Já não é possível pensar um objecto artístico sem ter em conta o seu potencial de utilidade. Essa utilidade é, no entanto, ditada pelo próprio objecto, pela proposta que faz, e pelo resultado que ambiciona. O que criticamos não é a ambição de um determinado resultado, uma ambição que é inevitável dentro do sistema de valores em que estamos inseridos, mas sim a falta de consciência de qual é exactamente o resultado que se procura. O que poderá por sua vez dar origem à procura de um resultado que pouco tem a ver com os possíveis e desejáveis resultados da produção artística.

Se pensarmos por um momento em Brecht e na quebra que representa ao retirar ao teatro o sentido de “empatia” que Aristóteles considerava o centro da relação entre o espectador e a ficção, não podemos ignorar que este seu movimento de renovação tinha como objectivo fundamental tornar o teatro eficaz – eficaz do ponto de vista social e educativo. A sua ideia foi sempre a de defender a criação de um teatro que possibilitasse ao espectador exercitar e estimular o seu sentido crítico, tendo como base a ideia de que este teatro trabalharia com e para as massas, e nunca para uma elite específica. Ou seja, independentemente dos contornos das suas propostas estéticas, estas assentavam sempre na sua crença na possibilidade de eficácia do teatro para um público constituído por todos os elementos possíveis da sociedade.

Se nos focarmos na ideia de eficácia que Brecht defendia, verificamos que os seus contornos eram maioritariamente políticos – a eficácia do teatro estaria sobretudo em conseguir devolver aos indivíduos e, conseqüentemente, à sua inserção na vida colectiva um sentido crítico que continua a ser difícil manter. Ainda que nos pareça um objectivo louvável, talvez os propósitos de Brecht sejam baseados em elementos que hoje consideramos secundários, por se basearem num objectivo a jusante da recepção - enquanto nos parece que as condicionantes de construção do objecto se devem focar sobretudo no momento de recepção.

A eficácia cultural de um determinado objecto terá de ser medida pela qualidade da relação que consegue estabelecer com o espectador. Esta relação, que se deseja plena, incluirá os diferentes aspectos contidos numa determinada obra artística e que se relacionam com o espectador através de diferentes canais - os sentidos, o intelecto, a razão e a emoção. E será no equilíbrio variável dos elementos constitutivos da obra de arte (conteúdo e forma), que se construirá a sua relação com o espectador. Esta proposta de pensamento eleva aquilo que exigimos ao artista, mas também o que exigimos ao espectador, ainda que em medidas diferentes, já que o artista é responsável pela sua obra de uma forma que o espectador nunca será por a receber.

Este conceito de eficácia não ambiciona ser uma proposta com aplicações práticas; seria, aliás, impossível tentar medir a eficácia de cada objecto. No entanto, parece-nos uma ideia fundamental como linha orientadora da acção que leva à obra de arte – por mais abstracta que pareça, poderá ajudar a recuperar a ideia perdida de hierarquia na construção de um objecto cinematográfico.

Em 1921 Adolphe Appia publica “A Obra de Arte Viva”, em que se dedica inicialmente a refutar a ideia de Wagner de que o teatro (ou a ópera) seria capaz de integrar todas as artes. Appia defende que, ainda que possam existir elementos de todas as artes no teatro, estes elementos estarão sempre subordinados ao que é característico e fundamental na arte dramática. Cada arte tem, portanto, a sua essência, os seus limites de acção, as suas condicionantes próprias, e partir para um objecto sem conhecer estas condicionantes é o primeiro passo para construir objectos inúteis, que não conseguirão criar uma relação efectiva e plena com o espectador.

Este sentido de hierarquia parece-nos fundamental num momento em que o cinema se abre a todo o tipo de imagens, em que a interpenetração de linguagens é inevitável. Não se trata de defender uma postura de conservadorismo ou purismo, ou de pensarmos que o cinema se terá de defender da influência externa, mas sim de compreender como poderá integrar outras linguagens sem perder alguns traços identitários fundamentais.

Centros de gravidade

O sentido de hierarquia, em conjunto com a consciência de que a condicionante fundamental na criação de uma obra cinematográfica deve ser a relação com o espectador, serão os pilares de uma emancipação do cinema português relativamente a uma ideologia que só contribuirá para a manutenção do distanciamento, distanciamento este que poderá até pôr em causa a própria sustentabilidade da actividade cinematográfica (não do ponto de vista económico, mas sim do ponto de vista de eficácia cultural).

Estas duas ideias, a relação com o espectador como centro de gravidade e a necessidade de um sentido de hierarquia na construção de uma obra cinematográfica, deverão ser lidas no contexto de uma forma de pensamento a que João Aguiar se refere no seu livro “O Jardim das Delícias”, mas que não desenvolve plenamente:

“O equilíbrio dinâmico há-de ser capaz de gerir conflitos, de mudar, de transmutar, até; o indivíduo e a sociedade. Há um equilíbrio dinâmico para todos nós, um para cada indivíduo, um para cada povo, por isso dificilmente haverá duas soluções políticas, económicas, etc, completamente iguais”.⁴

A ideia de equilíbrio dinâmico assenta na necessidade de, a cada momento, tentar compreender quais são os factores que estão em jogo e geri-los da forma mais eficiente e eficaz. Não se trata de defender qualquer tipo de relativismo, porque esta ideia encontra as suas fundações na compreensão de que existem regras estruturais que devemos ter em conta, e que as variáveis que controlamos devem encontrar o seu equilíbrio a partir desses centros de gravidade.

Se os centros de gravidade na construção de uma obra são (consciente ou inconscientemente) os das ambições pessoais de reconhecimento do seu autor, por oposição à ideia de partilha com o outro, de relação, é fácil compreender que estas variáveis serão ordenadas, bem ou mal, a partir desses centros, e que os objectos criados servirão principalmente estes objectivos – tal como a gravidade nos puxa para o centro da terra, também estes centros puxam os objectos para si.

Consciência

O artigo do Diário de Notícias referido no início do nosso texto poderia levar-nos a crer que o problema do cinema português é um problema de bilheteira, um problema de falta de capacidade de gerar espectadores, e que este problema talvez pusesse em causa a existência de financiamento público, pelo menos nos termos em que tem sido atribuído. O que o artigo parece sugerir é uma nova forma de financiamento público que tenha em linha de conta o número de espectadores de obras anteriores, para que a relação entre número de espectadores e valor atribuído pelo ICA a fundo perdido não seja, em média, tão ostensivamente desproporcional. O que gostaríamos de deixar claro é que este tipo de sugestões são supérfluas e, se fossem aplicadas, dariam provavelmente origem a uma resposta mais uma vez baseada num centro de gravidade errado.

Se consideramos que o cinema português faz parte de um conjunto de expressões culturais que o Estado deve apoiar e defender, então não faz sentido tentar minimizar os riscos através de

tentativas de tornar rentável o que nunca será rentável⁵, só para se apaziguar uma ideia muito superficial, em geral fundada em ignorância, de que o sector da cultura é um mau investimento do ponto de vista económico (e, conseqüentemente, de todos os pontos de vista). Ao deslocarmos a ideia de que a cultura deve privilegiar uma relação efectiva e plena com o espectador, teremos de assumir que o investimento em objectos com essa lógica de construção não deve ter de garantir, à partida, qualquer tipo de benefício que não seja de carácter cultural. Mas se essa deslocação for conseguida, e estes benefícios forem uma realidade, estamos certos de que se multiplicarão em benefícios económicos, políticos e sociais, num novo mundo de arte viva. ■

⁵ “(...)um filme de um milhão de euros para ser rentável ao produtor na sala, sendo que o produtor terá de ter um distribuidor, e acima do distribuidor terá de haver um exibidor, faz as contas: se em média um bilhete custa seis euros, e isto já é um bocadinho por cima, e há que descontar impostos, etc, normalmente um filme que tenha grande tempo de sala, para o distribuidor fica 40% de cada bilhete. Vamos por até que é 50%, e desses três euros o distribuidor vai ter de amortizar custos com a distribuição do filme; digamos que ele consegue ter uma receita líquida de um euro e meio por bilhete, dos quais vai dar metade ao produtor, ou seja, setenta e cinco cêntimos. Um milhão de euros, que foi o que filme custou, a dividir por 0,75 vai ter de fazer um milhão e trezentos e trinta e três mil espectadores pagos. E nem o Titanic fez isso. Nem o Avatar, que fez um milhão e cem mil ou o que é que foi, portanto esta é a lógica”. Conforme diz Luís Urbano em entrevista incluída in *Novas e Velhas Tendências no Cinema Português Contemporâneo*.