

**SENADO FEDERAL
COMISSÃO DE EDUCAÇÃO
SUBCOMISSÃO DO CINEMA BRASILEIRO**

AUDIÊNCIA PÚBLICA

**ATA DA 3ª REUNIÃO ORDINÁRIA, DA 2ª SESSÃO LEGISLATIVA
ORDINÁRIA DA 51ª LEGISLATURA, REALIZADA EM 8 DE JUNHO DE 2000.**

Às nove horas e trinta e cinco minutos do dia 8 de junho de dois mil, na sala de reuniões da Comissão, Ala Senador Alexandre Costa, sala 15, sob a Presidência do Senhor Senador José Fogaça, e com a presença dos Senhores Senadores, Roberto Saturnino, Francelino Pereira, Luiz Estevão, Lúcio Alcântara, Luiz Otávio, Leomar Quintanilha e ainda o Senador Artur da Távola (não membro), reúne-se a Subcomissão do Cinema Brasileiro. A Presidência dispensa a leitura da ata da reunião anterior que é dada como aprovada. A presente reunião, convocada na forma de Audiência Pública, é a sétima (7ª) do ciclo denominado “Povo do Cinema” que tem como objetivo ouvir os vários setores do cinema brasileiro e para tal, convidou os seguintes expositores; Sr. Carlos Diegues (Cineasta - RJ), Sr. Rodrigo Saturnino Braga (Gerente Geral da Columbia Pictures - Tristar e Buena Vista, no Brasil) e Sr. Bruno Wainer (Diretor Executivo da Lumière - RJ). A seguir, a Presidência passa a palavra aos convidados. Finda a exposição, o Sr. Presidente abre o debate com os Senhores Senadores. Encerrado o debate, a Presidência agradece a todos pela presença e declara encerrado os trabalhos, determinando que as Notas Taquigráficas sejam anexadas a esta Ata para a devida publicação. Nada mais havendo a tratar, a Presidência encerra a reunião, às doze horas e quarenta minutos determinando que eu, **Júlio Ricardo Borges Linhares, Secretário da Comissão de Educação e da Subcomissão do Cinema Brasileiro**, lavrasse a presente Ata que após lida e aprovada, será assinada pelo Senhor Presidente.

**SENADOR JOSÉ FOGAÇA
PRESIDENTE DA SUBCOMISSÃO DO CINEMA BRASILEIRO**

NOTA TAQUIGRÁFICA

O SR. PRESIDENTE (José Fogaça) – Havendo número regimental, declaro aberta a presente reunião da Subcomissão do Cinema Brasileiro da Comissão de Educação.

Será realizada hoje a sétima audiência pública, com a participação do cineasta do Rio de Janeiro Cacá Diegues; do Gerente-Geral da Columbia Pictures, Tristar e Buena Vista no Brasil, Sr. Rodrigo Saturnino Braga; assim como algumas importantes e expressivas presenças: Steven Solot, Sênior Vice-Presidente da Motion Picture Association; e, como sempre prestigiando esta Subcomissão, Dr. Jarbas Marques, Diretor do Pólo de Cinema de Brasília.

Realizamos um trabalho bastante amadurecido e assimilado por esta Subcomissão no sentido de buscar as causas e os elementos explicativos para a recente crise vivida pelo cinema brasileiro. Nossas permanentes indagações são quais os obstáculos a serem removidos; quais as dificuldades a serem superadas, quais as iniciativas, do ponto de vista de lei, que o Congresso Nacional pode tomar, quais as políticas públicas que o Congresso Nacional pode propor e apoiar junto ao Poder Executivo para criar condições para uma verdadeira e consistente expansão do cinema brasileira nesta nova fase que está sendo vivida, a partir da nova política de estímulos com a Lei do Audiovisual.

Antes de passar a palavra aos convidados, indago ao Sr. Relator se deseja fazer alguma intervenção. (Pausa)

Não havendo necessidade de o Relator, inicialmente, fazer sua intervenção, passarei a palavra ao Sr. Rodrigo Saturnino Braga, que representa as distribuidoras e nos traz a visão da distribuição, que ainda não é uma área densamente investigada por esta Subcomissão. A área de distribuição talvez tenha sido uma das menos ouvidas pela Subcomissão do Cinema. Constatamos que essa área é, estrategicamente, uma das mais importantes e decisivas. Talvez seja tão importante e decisiva quanto à área de produção.

Registramos a presença do Sr. Bruno Wainer, Diretor Executivo da Lumière do Rio de Janeiro, que, em seguida, dará seu depoimento.

Concedo a palavra ao Sr. Rodrigo Saturnino Braga.

O SR. RODRIGO SATURNINO BRAGA – Sr. Presidente, Sr^{as} e Srs. Senadores, sempre gosto de começar qualquer palestra ou conversa a respeito de cinema, dizendo que cinema é um negócio de altíssimo risco. Em toda sua cadeia, a produção, a distribuição e a exibição são de altíssimo risco.

É importante lembrar que o mercado audiovisual, como o definimos, não se restringe unicamente às salas de cinema. Há o mercado de cinema, que é a primeira janela, que traz maior visibilidade para o filme, mas é o que necessita de maior investimento. Um bom lançamento no Brasil hoje, com bom nível de propaganda, não custa menos do que R\$1 milhão. O que, imediatamente, traz a necessidade de capitalização das empresas, tanto produtoras, quanto distribuidoras, para poderem suportar e darem visibilidade a um filme.

Hoje em dia, a competitividade é muito grande, não só entre filme e filme, mas no cinema, no contexto do entretenimento em geral. O público é cada vez

mais seletivo e escolhe com mais cuidado seu entretenimento. No Rio de Janeiro, é muito comum que torçamos para que chova no fim de semana. Para nós, uma chuvinha fina no fim de semana é o que há de melhor. É sinal de que as praias vão esvaziar e os cinemas melhorarão suas **performances**. Trata-se de um mercado que possibilita, para um grande filme, sem dúvida, uma boa remuneração. É um mercado muito seletivo, nem todos os filmes são adequados ao mercado de cinema, exatamente pela competitividade e pela seletividade do público. Nem todo filme é adequado ao mercado do cinema.

O mercado de **home video**, a segunda janela, tem características diferentes: não necessita de tanto investimento no lançamento em propaganda; sua margem é mais segura; é mais fácil haver lucro na atividade de **home video** do que na atividade de distribuição em cinema; ele pede um volume muito maior de filmes do que o cinema; ele absorve muito mais produto do que o cinema; suas margens são muito mais seguras.

Finalmente, a televisão por assinatura e a televisão aberta, como chamamos, suportam um volume de produto maior ainda do que o cinema e o vídeo. Existem filmes feitos diretamente para vídeo, que não vão para cinema e existe mais ainda um volume de produção feito diretamente para a televisão.

No Brasil, o mercado de **home video** está muito centralizado nas classes C e D. Transformou-se numa atividade principalmente de periferia. Para isso, contribui a falta de cinema nessas áreas. Não existem muitos cinemas nas áreas populares, embora esse quadro tenha mudado bastante de alguns anos para cá. O mercado de televisão apresenta um crescimento muito importante com a televisão por assinatura e a capacidade que ela tem de absorver esse produto, não só no Brasil, mas, principalmente, no resto do mundo. Não vou dizer que o Brasil ainda está num estágio inicial, mas temos muito o que percorrer na área de televisão por assinatura.

Quanto à minha atividade – distribuição de cinema do Brasil –, nosso mercado ainda é muito pequeno. O Brasil tem cerca de 1.350 salas de cinema, localizadas em, mais ou menos, 700 a 800 cinemas. Conceituando um cinema, por exemplo, como o do Park Shopping, em Brasília: um cinema com 11 salas. Há alguns dias, fiz um levantamento e verifiquei que há 310 municípios com cinemas no Brasil, considerando Águas de Lindóia, que abrirá o seu amanhã. Portanto, são, hoje, 309. Se tirarmos desse número as capitais e os municípios das regiões metropolitanas, veremos que o quadro é realmente muito complicado. O Brasil tem uma das maiores relações habitante/número de salas do mundo. No ano passado, li um estudo em que o Brasil constava com o segundo nessa área. Quer dizer: a segunda pior situação no mundo inteiro.

Esse quadro afeta, fundamentalmente, a produção brasileira. A produção brasileira é uma das mais baratas do mundo. É praticamente impossível que um filme, com o nível de custo que a produção tem hoje no Brasil, remunere-se nesse mercado do cinema. Não vejo chances de isso acontecer. Evidentemente, hoje em dia, a situação é complicada com o vídeo – que tem sempre uma margem segura, mas que não é suficiente para remunerar essa produção – e com a televisão – que não exhibe muito e não paga valores substanciais. Ficar esperando pelo mercado externo é muito ilusório. Nas outras cinematografias, não existe exportação sem

mercado interno forte. O filme tem de ser bem sucedido no seu país para que ele venha a ser exportado.

É extremamente bem-vinda, por várias razões, a chegada das companhias estrangeiras de cinema, particularmente a Cinemark e a Royalties(?), companhias exibidoras americanas, e o CI, companhia que tem como sócios a Paramount* e a Universal.

Quanto ao aspecto econômico e geral, não é definitivamente um capital volátil, que vem para ficar, com planos de expansão muito definidos e claros. É a atividade hoje que está gerando emprego. Junto com a produção, é uma atividade capaz de gerar muito emprego para jovens. Cada multiplex gera algo em torno de 60 a 70 empregos, numa relação de seis a sete empregos por sala para jovens. Todos em seu primeiro emprego. É muito gratificante ver um jovem começando a trabalhar num cinema e sendo treinado, às vezes, no exterior.

Essas empresas têm acesso a linhas de crédito internacionais, com juros muito menores do que os praticados no Brasil. Tal situação tem 100% a ver com o quadro econômico do Brasil. Como foi veiculado, não é verdade que essas empresas têm juros subsidiados de 2%. Trata-se de lendas, como as que surgem em nosso meio e ficam circulando por aí. Já ouvi falar de várias delas.

Ao ampliar o número de salas e o número de salas por posição – volto ao conceito de um cinema com 8, 9, 10, 11, 12 salas –, o multiplex contribui para melhorar muito um dos principais problemas do cinema brasileiro, que era sua visibilidade. Hoje é muito mais fácil programar um filme brasileiro do que era antes da chegada do multiplex. Posso dizer isso muito tranquilamente porque trabalho na distribuição de filmes brasileiros há 23 anos. Primeiro, na Embrafilme e, depois, na Columbia. Tão longo cheguei lá, em 1988, a Columbia já começou a distribuir seu primeiro filme brasileiro. Portanto, nunca parei de lançar filme brasileiro. Posso assegurar com muita tranquilidade que hoje é muito mais fácil marcar um filme brasileiro do que anos atrás.

Os multiplex foram também extremamente importantes, por exemplo, para o excepcional desempenho do filme Xuxa Requebra, lançado no final do ano passado, e no de filmes lançados recentemente, como Castelo Rá-Tim-Bum e Bossa Nova, lançamentos nossos, da Columbia.

A chegada do multiplex coincidiu com o movimento dos **shopping centers** em direção às áreas populares e às cidades médias. Antes de 94, a crise econômica, de fato, impediu que os **shopping centers** se deslocassem para essas áreas, que eram completamente carentes de cinemas. Como a chegada do multiplex também ocorreu após 1994, passamos a ter áreas importantes, como, por exemplo, a região do ABC, em São Paulo, a Baixada Fluminense, cidades como São José dos Campos, Ribeirão Preto, Aracaju, Campo Grande e Canoas, uma cidade com três pequenas salas de cinema, e que hoje possui multiplex. Em todos os lugares em que o multiplex entrou, a renda da cidade triplicou, quadruplicou - essa é a média. Ou seja, está surgindo um público novo. Como público novo podemos qualificar aquele que não ia ao cinema ou que ia muito pouco, uma vez por ano, uma vez a cada dois anos. Houve a perda do hábito de ir ao cinema. Ir ao cinema é um hábito. Nessas regiões, as pessoas estavam definitivamente perdendo esse hábito. Por exemplo, a Barra da Tijuca, no Rio de Janeiro, atualmente com dois multiplex, é a terceira cidade do País. A Barra da

Tijuca, sozinha, gera uma renda e público maiores do que Brasília, Porto Alegre, Belo Horizonte, Salvador.

Por outro lado, Belo Horizonte é uma cidade que, ainda sem o multiplex, caiu nesse **ranking**. Era a terceira cidade, disputava com Porto Alegre e Brasília, e atualmente encontra-se em sexto lugar, pois não possui multiplex. No passado, os altamente rentáveis cinemas de Belo Horizonte, como o Brasil, o Paládio, o Jackson e a Caiaca, fecharam. E não fecharam porque o multiplex chegou lá. Simplesmente fecharam porque o público hoje não aprecia o antigo cinema, o antigo palácio de cinema que todos frequentamos no passado. Sempre digo isso, porque o cinema de rua fecha por falta de público, e não porque alguém quer fechá-lo.

Eu, particularmente, também não gosto. Vários cinemas fecharam com filmes nossos, porque éramos um dos poucos que insistíamos em continuar fornecendo a cópia, o lançamento, investindo. Vários deles. O de Santo André, eu me lembro bem, fechou e devolveu a cópia. Não conseguiram mais. Isso é algo que precisa estar claro na cabeça da comunidade cinematográfica. O fato de as empresas serem companhias internacionais gerou um pânico, o de que seríamos também dominados pelos americanos na área de exibição. Costumo dizer que não há nada pior para o multiplex, que tem onze salas, do que alguém dizer que não há problema se não quiserem exibir um filme. É muito pior para ele do que para o distribuidor e para o produtor. Ele precisa muito mais daquilo. No caso do cinema brasileiro, ele precisa tanto do cinema brasileiro quanto o cinema brasileiro dele. O melhor quadro seria haver multiplex abertos em todos os lugares, em todas as cidades.

Um ponto muito importante que gostaria de salientar, ainda com relação ao multiplex, é que o Brasil, em função da crise econômica que atravessou no final da década de 80 e início da década 90, foi um dos últimos países aonde os multiplex chegaram. Países como a Austrália, e até mesmo da América Latina, como Argentina, México, e da Europa, como a Inglaterra e Espanha, já haviam vivido essa experiência. Em todos eles, o público cresceu. E essa faixa de crescimento de público foi majoritariamente ocupada pela produção local, onde existia. São dados estatísticos. Acredito que isso ocorre neste momento no Brasil. A Columbia, por exemplo, em janeiro do ano passado, com três filmes brasileiros, ocupou cerca de 40% do mercado, o que não seria possível sem os multiplex, que permitiam e permitem o lançamento de um número muito maior de filmes. E dentre esses, os brasileiros, quando existem.

Os multiplex, ao ocuparem as áreas populares, introduziram uma nova prática de preço, pois dão descontos para crianças, têm preços menores nos horários de matinê, e, com isso, contribuíram para resolver outro problema, que era o preço médio do ingresso excessivamente alto no Brasil. O preço médio do ingresso em 1999 caiu em relação a 1998. E no ano 2000 está abaixo de qualquer índice de inflação, especialmente os que mais afetam nossos negócios, que são o IGP e o IGPM, da Fundação Getúlio Vargas.

O que ocorre no momento...

O SR. – (Fora do microfone.)

O SR. RODRIGO SATURNIO BRAGA – Porque são os índices que reajustam, por exemplo, as tabelas de propaganda, são os índices que reajustam

os laboratórios (que atinge tanto a distribuição como a produção). Com relação às tabelas de propaganda dos grandes veículos ainda não descobri exatamente qual é o índice acima do IGP. Estou sendo, digamos, conservador. É o índice pelo qual, às vezes, as tarifas públicas são reajustadas. As tarifas públicas incidem muito sobre os cinemas. As de luz especialmente.

É verdade que as companhias têm acesso a linhas de crédito com juros menores. E também é verdade que existe o problema da desvalorização, como ocorreu em janeiro do ano passado, que afetou os planos de investimento das companhias. A princípio, estavam, como frisei, se dirigindo também às áreas populares e às cidades médias. Neste momento, estão se retraindo. Estão preferindo disputar áreas mais nobres de classe média alta, onde podem praticar um nível de preço de acordo com a população que ali vive. Por outro lado, acredito que abre uma oportunidade para os exibidores brasileiros de entrarem nessa área. Os **shopping centers** não se retraíram tanto, continuam sendo construídos nessas áreas. E alguns exibidores brasileiros aproveitam a oportunidade e melhoram o nível, não apenas quantitativo mas também qualitativo, dos cinemas nessas áreas.

O público brasileiro, como qualquer outro, quer conforto quando sai de casa. Quer um cinema bem instalado, quer sentar numa poltrona que seja no mínimo tão confortável quanto a de sua casa, quer uma projeção melhor que a da televisão que possui em casa e quer entender o som. Especialmente no caso de filme brasileiro, isso é fundamental. Todos os filmes brasileiros atuais possuem um som tão bom quanto o de qualquer filme estrangeiro. São mixados no exterior – e o Cacá pode falar disso melhor do que eu – com sistema de som digital. Assim, do ponto de vista da distribuição, da produção e da exibição brasileiras, precisamos de cinemas com som digital, que são, todos eles, sistemas de som importados.

A expansão e a diversificação do circuito exibidor em áreas populares e no interior é muito importante. Os **shoppings** estão surgindo em cidades com até 250 a 300 mil habitantes. Não vão muito além disso. O que deixa um enorme número de cidades sem muitas perspectivas. Nesse cenário, a Federação dos Exibidores apresenta ao Fórum de Competitividade, no qual o setor de audiovisual está incluído, um pequeno trabalho – tenho inclusive uma cópia que posso deixar com V. Ex^a - no qual chama a atenção para o fato da dificuldade da abertura de salas nessas cidades menores e sugere algumas medidas de incentivo. Chamo a atenção porque o incentivo para exibição nessas cidades é fundamentalmente municipal.

Nesse sentido até me atrevo a sugerir que a atividade do parlamentar será muito mais eficaz junto à prefeitura do que qualquer setor do Governo Federal ou mesmo de qualquer empresa. Existem algumas prefeituras, e estou incluindo as 1.350 que citei, cujos centros culturais funcionam também como cinema. Mas a maioria, até pelo número, como podemos ver (310 Municípios com cinema), não tem isso. Seria muito importante e útil que as prefeituras atuassem com benefícios locais de ISS e IPTU a fim de que o empresário local pudesse abrir seu cinema ou até mesmo manter o que lá já existe. Ou seja, os cinemas não fecham por falta de cópia ou de produto. Atualmente, os distribuidores já se habituaram a lançar um grande número de cópias. Mesmo uma cidade menor, que não recebe num primeiro momento, recebe rapidamente. Não existe uma defasagem muito grande

entre o lançamento, quando o filme sofre uma exposição maior da mídia e da imprensa, e o momento em que o filme é exibido. A distribuição em cinema evidentemente é um elo de ligação entre a produção e a exibição. Ou seja, depende de uma produção forte e de uma exibição forte.

Como disse há pouco, um bom lançamento no Brasil hoje não custa menos que R\$1 milhão. A meu ver, qualquer coisa abaixo disso faz com que o lançamento sofra em alguma de suas necessidades, seja do número de cópias, seja em propaganda de televisão ou em propaganda de jornal. O Brasil é um dos poucos países do mundo, por sua dimensão geográfica, onde a propaganda é comprada quase de cidade a cidade. Quando se compra uma propaganda para Porto Alegre ela não atinge o público de Caxias do Sul. Quando se compra no Rio de Janeiro, não atinge Petrópolis. Quando se compra em Belo Horizonte não atinge uma cidade próxima. Apenas a Rede Globo possui cerca de 80 emissoras. É necessário comprar cada uma delas, regionalmente, pois não faz muito sentido comprar uma propaganda de televisão nacional para expectadores de uma cidade sem cinema, ou com um cinema pequeno, que exibirá o filme daí três ou quatro semanas. Não adianta anunciar um produto e não tê-lo na prateleira do supermercado.

Não adianta restringir o custo de lançamento de um filme, especialmente em cinema, que é o de maior risco mas é o de maior visibilidade, pois o sucesso no cinema puxa o sucesso nas outras mídias, de vídeo, cinema e televisão, e puxa também o sucesso internacional. Pelo menos é um dos pontos que viabilizam a exportação. Repito, não existem casos de filmes exportados que não tenham sido bem-sucedidos em seu país de origem. Salvo um filme que tenha ganho um festival importante e que tenha caminhado pelo fato de haver ganho o festival. Mas ainda assim é raro. Em geral, é bem-sucedido em seu país de origem.

Um dos pontos que, a meu ver, afetam a produção brasileira, e é uma característica do que se chamou de retomada do cinema brasileiro, é o perfil da sua produção. Nas décadas de 70 e 80, quando o cinema brasileiro chegou a atingir níveis de ocupação de mercado na faixa de 30%, a parte majoritária dessa produção era de filmes eminentemente populares. Foi o período auge dos Trapalhões, filmes do Mazaropi, do Teixeira, de alguns filmes sertanejos, que, hoje, praticamente não existem mais e da chamada comédia picante, um gênero de que o brasileiro gosta muito. Eu francamente não vejo nada de errado nisso. Essa comédia picante está presente hoje na televisão e está ausente do cinema.

Naquela época, havia um mecanismo de fomento estatal, que era o chamado prêmio adicional de renda. Esse prêmio adicional de renda premiava o filme com um piso e um teto e de acordo com o seu desempenho na bilheteria. Ele proporcionou que houvesse toda essa produção de filmes de baixo custo e de gosto popular, distribuídos por empresas brasileiras privadas, ligadas, em geral, a grupos exibidores. A Embrafilme, a maior distribuidora de filmes brasileiros na época e uma das maiores distribuidoras do País, brigava de igual para igual com as companhias americanas, mas só distribuía 35% em média dos filmes naquele período; ou seja, 65% desses filmes eram distribuídos por outras empresas, que não existem mais hoje.

A meu ver, isso foi um equívoco grave, cometido naquela época. Na ocasião, fui um dos poucos a dizer que aquilo não daria certo. Existiram razões

até de ordem política para que esse adicional de renda fosse suprimido, mas o fato é que, depois que ele acabou, a produção que estava concentrada nessa comédia mais picante, nos filmes dos Trapalhões, em Mazaropi - Mazaropi, por exemplo, deixou de fazer filme, Teixeira deixou de fazer filme, os Trapalhões ainda continuaram na Embrafilme - descambou para o filme pornográfico, que durou quatro ou cinco anos e acabou também. Hoje, é um veio que não existe mais. A produção de filme pornográfico não existe mais no Brasil. Os poucos cinemas pornográficos que existem trabalham com produto em vídeo, importado, o mesmo que se encontra nas locadoras.

O SR. ROBERTO SATURNINO - Explique um pouco melhor esse adicional.

O SR. RODRIGO SATURNINO BRAGA - Gostaria, aliás, de complementar. Esse adicional existe, hoje, na Argentina e sustenta basicamente a indústria argentina e, se não me engano, na Alemanha, está começando a existir. Soube isso recentemente da Alemanha, porque a Columbia tem na Alemanha um grupo de produção, como tem aqui no Brasil. A Colúmbia tem isso na Alemanha, na China e no Brasil.

Esse adicional funciona da seguinte forma: na Argentina, para cada ingresso vendido no cinema, o produtor ganha outro ingresso. É o nível mais alto que conheço. No Brasil não era assim. Era uma tabela proporcional. Existe um piso - na Argentina há também um piso e um teto -, sendo que na Argentina há a exigência de que o filme seja lançado também em vídeo e em televisão. Tem de ser lançado em cinema, vídeo e televisão para ter direito ao adicional. É simples: o Instituto Nacional de Cinema Argentino dá um peso para cada peso que o filme tenha na bilheteria, até um teto.

O que isso permite na realidade? Como é que isso funcionava no Brasil? O produtor chegava a um exibidor e dizia que tinha tal filme comercial. O exibidor adiantava o dinheiro para a produção daquele filme e ficava com a garantia do adicional de renda. Então, o adicional de renda permitiu que se formasse uma indústria. Quer dizer, ele movimentava essa indústria.

Francamente, uma das coisas que mais defendo, já há algum tempo, é que precisa voltar o adicional de renda no Brasil, primeiro, porque já existiu; segundo, porque não é algo que estaremos fazendo ao contrário do que fazem em outros lugares do mundo.

Participando da Comissão de Cinema do Ministério da Cultura e conversando com produtores e outras pessoas, pude constatar que não é fácil operar a linha de crédito de R\$ 80 milhões junto ao BNDES decorrente do programa "Mais Cinema" lançado pelo governo - os produtores podem falar muito melhor do que eu sobre o assunto, mas sei que não é fácil porque acompanho os projetos que estão sendo encaminhados e aprovados.

Se existisse um adicional com serviço de garantia desse financiamento, ele seria muito mais acessado. Imagino um adicional que sirva em parte para garantir um financiamento que um produtor vá pegar junto ao BNDES, por exemplo, e, em parte, de garantia para um distribuidor brasileiro poder lançar o filme de forma adequada.

Muitos filmes recentemente têm sido lançados com muito poucas cópias. Eu que sou do ramo, sei exatamente quais os filmes que estão sendo lançados,

mas às vezes abro o jornal e vejo que filmes de que nunca ouvi falar estão sendo lançados. Se eu nunca ouvi falar, com certeza, o público, muito menos. Eu, que estou ali todos os dias, sabendo quais os filmes que entram ou saem, pois temos que tomar cuidado com a concorrência, se abro um jornal na 6ª feira e vejo que há um filme nacional de cujo lançamento eu não havia ouvido falar, com certeza, o público também não sabe desse lançamento. Nunca me engano: na 2ª feira vemos a renda desse filme e já ficamos sabendo que ele estará saindo na 6ª feira; acabou, ele não tem chance de sucesso.

Para mim, há casos emblemáticos, como o filme *Tiradentes*, lançado no dia 21 de abril de 1998 ou 1999, com quatro cópias, uma delas em Belo Horizonte. Até por curiosidade científica, peguei o telefone e comecei a ligar para os exibidores para saber o que estava acontecendo, pois todos queriam o filme e não existia cópia. Aí não tem jeito.

A Lei do Audiovisual previa uma ligação com a distribuição, mas essa ligação acabou não dando certo. Previa-se a ligação com a distribuição pelo art. 3º da Lei, que era a permissão para as empresas abaterem do imposto de renda o que fosse investido em co-produção de filme nacional. Isso não deu certo em função do chamado **tax credit**: não só as companhias estrangeiras, mas também as brasileiras que importam produtos – e existem algumas distribuidoras brasileiras que trabalham com produto importado –, o detentor dos direitos lá fora se beneficia, pois se ele paga o imposto aqui, não paga lá fora.

A única companhia que resolveu atuar nessa área foi a Columbia, por duas razões básicas. A primeira razão, fundamental para mim, é que a Columbia tem essa política há muito tempo. Quer dizer, ela distribui filme brasileiro desde 1953. Resgatei e coloquei em um lugar de destaque lá no escritório o cartaz de “O Cangaceiro”, que foi um filme distribuído pela Columbia, lançado em 1953.

Como disse há pouco, entrei na Columbia em 1998. Antes da Lei do Audiovisual, entre 1988 e 1992, a Columbia lançou mais ou menos quatorze filmes brasileiros com dinheiro bom, quer dizer, não era dinheiro proveniente de incentivo.

Acompanhamos a elaboração da Lei do Audiovisual e, quando ela saiu, imediatamente se tomou a decisão de continuar com esse programa de associação com a produção local. Depois, surgiu essa questão do **tax credit**, que impediu que as outras empresas fizessem também.

Na minha opinião, para que se faça isso, a empresa deve ter política. Como disse há pouco, a Columbia faz isso no Brasil ou na China. No último Festival de Cannes, os dois filmes da Columbia que tiveram visibilidade e destaque foram “Eu, Tu, Eles”, brasileiro, e um filme chinês, feito pela Columbia TriStar da China. A propósito, a Columbia está fazendo isso na Alemanha também e está muito feliz com esse benefício que o adicional de renda lá está trazendo. A Columbia começa a fazer isso também na Argentina, não co-produzindo, mas somente distribuindo os filmes.

Esse adicional permitiria, por exemplo, que uma empresa como a do Cacá Diegues, enquanto preparasse o roteiro e fizesse a captação para um projeto mais ambicioso, produzisse três, quatro ou cinco filmes de outros diretores, de baixo orçamento, com a garantia do adicional de renda e com um programa de financiamento que estivesse ancorado por esse adicional de renda, fazendo a sua

estrutura funcionar. Isso daria a ele mais tranquilidade até para captar o projeto mais ambicioso. Ele poderia fazer isso mais rapidamente, até porque poderia melhor atrair o investidor, porque não estaria oferecendo um só projeto mais ambicioso, mas este juntamente com três ou quatro filmes de consumo mais rápido e de rentabilidade mais segura, porque, por custarem pouco, eles teriam uma rentabilidade mais segura.

Quanto aos contatos feitos na Comissão de Cinema, sei que essa é uma idéia de que os produtores, na sua maioria, gostam muito. Inclusive, existe um projeto da Marisa Leão mais ou menos nessa linha. A posição, como membro da Comissão de Cinema, é que o Governo não vê muitas condições para que isso seja implantado, embora, recentemente, a Secretaria de Audiovisual tenha feito um projeto junto com a Rio Filme, que, na minha opinião, vai um pouco nessa linha. Inclusive, frisei isso para o Secretário.

A Secretaria de Audiovisual fez um convênio com a Rio Filme, dando R\$120 mil para o lançamento dos filmes entre janeiro e agora. O último da lista é exatamente “O Dia da Caça”, que sai amanhã. Desses R\$115 mil, a metade tem que voltar e a outra metade está sendo considerada como um fundo perdido, o que, na prática, é exatamente um adicional, como se fosse um piso no adicional, com a condição que ele seja utilizado exatamente em propaganda de televisão e cópia.

Continuo achando que isso é um caminho. Ontem mesmo, falei com o Secretário que seria por aí o caminho, quer dizer, a despeito de tudo o que se fala e o que se propõe a respeito de mudança de lei. E não faltam propostas, inclusive várias delas com o apoio do setor de distribuição, de produção e também do setor de exibição. Ontem mesmo, estávamos reunidos na Comissão de Cinema, no Ministério da Agricultura, para discutir isso. Entre essas propostas, uma que me chamou a atenção é a possibilidade das empresas produtoras lançarem debêntures incentivadas, que viriam exatamente capitalizá-las.

Uma outra é a possibilidade de um investidor, pessoa física, poder aplicar em um fundo de quotas, como aplica em um fundo de ações, em um fundo de renda fixa, uma parte do seu Imposto de Renda. Enfim, são propostas que estão por aí. Gostaria de citá-las para não parecer que estou só defendendo essa questão do adicional, embora reconheça que seja um pouco isso que esteja fazendo mesmo. Quer dizer, é algo que considero fácil de fazer, democrático, porque está ligado ao desempenho do filme, que vai beneficiar todo mundo, porque tem um piso e, portanto, vai beneficiar também aquele que está mais em busca de um filme autoral, de arte, que trabalha obrigatoriamente em um nicho de mercado.

Também penso que temos uma necessidade urgente de filmes populares. A produção brasileira, por exemplo, lançada – filme para mim, como produtor, tem que ser lançado, senão não conto – tem gerado em torno de 24, 25 filmes. Em 1998, desses 24 filmes, 16 tinham tipicamente um caráter de filme de arte, destinado a esse tipo de público classe A/B, muito bem informado, que gosta de frequentar cinemas como o Espaço de Banco, de São Paulo; Estação Botafogo, no Rio de Janeiro, a Cinemateca Paulo Amorim, o Belas Artes, de Belo Horizonte. Esse é o tipo de público. Um dos meus gerentes de vendas pergunta-me freqüentemente quando é que teremos um filme brasileiro para **shopping**.

Então, nesse quadro, atingir um **marketing share*** com 25 filmes e ter um **marketing share** de 5% foi um belíssimo desempenho.

Em 1999, a participação do percentual do filme brasileiro cresceu 64%. Saiu de pouco mais de 2 milhões para mais de 5 milhões. Ocupou 8,5% do mercado. Não por coincidência, na produção de 1999, destacam-se: um filme dos Trapalhões, lançado por nós - **Simão, o fantasma trapalhão**; **Orfeu**, do Cacá; um filme da Xuxa - **Xuxa Requebra** -; um outro filme dos Trapalhões lançado no final do ano pela Lumière*, do Bruno, e, finalmente, o filme da Angélica. Ou seja, filmes tipicamente populares, que não fizeram dinheiro nas áreas de classes “a” e “b”. Nenhum deles fez dinheiro no Leblon, nem no Iguatemi, de São Paulo, mas fizeram em Guarulhos, na Baixada Fluminense, no ABC, em Tatuapé, em São Paulo, um bairro tipicamente popular. Fizeram dinheiro no Nordeste e fizeram muito dinheiro nos multiplex e cinemas de **shoppings** localizados nessas áreas. Curiosamente, não fizeram tanto dinheiro nos poucos cinemas de rua que ainda têm localizados nessas áreas.

Para mim, termos uma produção de 15 a 20 filmes autorais, intimistas, como temos hoje, é ótimo, porque dessa safra sempre sai um grande filme. Sempre foi assim. Sempre tivemos essa produção mais autoral e, às vezes, um filme ganha um prêmio num festival “a”, tem destaque num festival “c”, consegue ser importado, ganhar visibilidade, ter prestígio.

Precisamos de uns 30 a 35 filmes com perfil eminentemente popular. Estou falando no sentido de termos uma indústria, de podermos atingir um percentual de ocupação de mercado de 20%, que é uma meta que todos assumimos. Para alcançarmos esse percentual – e acho perfeitamente possível –, vamos precisar desses filmes, os quais o público brasileiro gosta. Para mim, é muito fácil dizer isso. Vejo todo dia as regras.

O público brasileiro gosta de filme brasileiro, mas não de todo e qualquer filme brasileiro. Isso é normal. Como não gosta de todo e qualquer programa de televisão e de teatro ou de qualquer livro. Quer dizer, existe o público que gosta mais de um filme popular, que gosta mais de um filme sertanejo, que não é mais feito, que gosta de uma comédia picante, que não está sendo feita, que gosta de filmes dos Trapalhões, da Xuxa.

É incrível a quantidade de gente que foi mobilizada – já falei isso para o Cacá – somente porque o Antonio Garrido, do Grupo Cidade Negra, estava fazendo o seu primeiro filme. Isso era visível. Onde o Cidade Negra não agrada muito - nas áreas mais finas -, o filme também não agradou muito. O filme agradou na área popular, no que chamamos de povão mesmo. Xuxa é um filme típico. Inclusive, a Xuxa atraiu um público adulto, saindo do seu perfil infantil, porque o Daniel, que é um cantor importante, participava do filme. E como era o primeiro filme dele, muita gente foi vê-lo.

Então, para mim, isso é uma coisa muito clara. Precisamos desses filmes e precisamos encarar essa questão de frente. É a produção, efetivamente, que tem que comandar esse processo, porque é ela que vai produzir esses filmes.

Enfim, era basicamente isso que gostaria de dizer. Penso que extrapolei um pouco o tempo.

O SR. PRESIDENTE (José Fogaça) – Na verdade, não temos um tempo limite, mas trabalhamos com restrições porque, na manhã de quinta-feira, temos sessão plenária do Senado.

Agradecemos muito a contribuição do Senador Roberto Saturnino Braga. A participação de V. Ex^a foi extraordinária pelos detalhes, pelos dados e pelas novidades que trouxe a esta Comissão.

Tem a palavra o Sr. Rodrigo Saturnino Braga.

O SR. RODRIGO SATURNINO BRAGA – V. Ex^a não é o único que faz essa confusão.

O SR. PRESIDENTE (José Fogaça) – Quem fazia esse tipo de confusão era o falecido ex-Governador Franco Montoro. Se eu continuar fazendo isso, sou capaz de chegar a Governador do Rio Grande do Sul.

O SR. ARTUR DA TÁVOLA – Peço a palavra para uma questão de ordem.

O SR. PRESIDENTE (José Fogaça) – Pois não, Senador.

O SR. ARTUR DA TÁVOLA – O Rodrigo é uma contribuição magnífica do Roberto.

O SR. PRESIDENTE (José Fogaça) – Sem dúvida.

Tem a palavra o Relator.

O SR. FRANCELINO PEREIRA – Sr. Presidente, primeiro quero manifestar nossa satisfação pela exposição do Senador Roberto Saturnino.

Como conversamos antes, havíamos imaginado estabelecer um tempo para cada expositor, para que os Deputados permanecessem ouvindo porque querem participar também. Sugiro que, de agora em diante, cada produtor tenha um tempo. Os produtores voltarão a falar, mas com a participação dos Senadores.

O SR. PRESIDENTE (José Fogaça) – Os Senadores estão liberados inclusive para intervir e fazer perguntas quando quiserem.

Imaginamos um tempo de quinze minutos, mas é claro que essa é mais uma sugestão do que propriamente uma restrição.

Passo a palavra ao Sr. Bruno Wainer*, também dispondo do mesmo tempo.

É claro que os Srs. Senadores podem fazer intervenções. De qualquer maneira, há uma certa liberalidade quanto ao tempo.

O SR. BRUNO WAINER – Bom-dia. Vou começar minha exposição falando sobre a transformação por que passa a indústria audiovisual no mundo e no Brasil.

Para acompanhar as profundas transformações por que passa essa indústria, é preciso estar se atualizando permanentemente. Os argumentos, os problemas de ontem não são mais os problemas de hoje e, certamente, não serão os problemas de amanhã. Essa indústria está se transformando muito rapidamente, em uma velocidade espantosa. Todos os dias estamos sendo apresentados a novidades.

Entre as principais transformações, em primeiro lugar, houve o aparecimento dos novos suportes para difusão: durante a década de 80, o vídeo; durante a década de 90, a **pay TV**; atualmente, estamos vendo o nascimento de um novo suporte, o DVD, que se trata de uma modernização do suporte vídeo, e a

Internet, que está chegando a qualquer momento. Enfim, com isso o cinema passou a ser apenas uma das inúmeras opções de difusão.

Antigamente, como todos sabem, a difusão era no cinema. Depois, cinema e televisão eram as duas difusões possíveis de um filme. Hoje em dia, essa difusão é espalhada por várias mídias novas.

Dessa forma, as transformações no cinema foram as seguintes. Durante a década de 80, assistimos à mudança do perfil do consumidor do cinema por causa do aumento do preço do ingresso. O preço do ingresso, na década de 70 até o início da década de 80, custava 50 centavos. Hoje em dia, o ingresso custa, em média, R\$5,00.

Por outro lado, houve a chegada – como o Rodrigo Saturnino Braga citou – dos novos exibidores – os Multiplex –, que teve como consequência a modificação na relação entre os distribuidores americanos e os exibidores. Isso é muito importante. Ocorreu, ainda, o aparecimento dos distribuidores independentes, que tiveram participação cada vez maior como opção de fornecimento de filmes para os exibidores.

Com o surgimento dos Multiplex e o aumento do preço dos ingressos, o perfil do espectador no Brasil mudou. Na Década de 70, vendiam-se 150 milhões de tíquetes e, hoje, vendem-se em torno de 60 milhões de tíquetes por ano. Destes, podemos pensar nos 15 a 20 milhões de brasileiros que, anualmente, vão ao cinema três a quatro vezes.

O cinema passou a ser um lazer da classe média. As classes B e C afastaram-se e, atualmente, consomem muito mais vídeo e televisão. Na verdade, todos esses novos suportes de difusão começam pelas classes altas e depois vão popularizando-se. Assim ocorreu no caso do vídeo, que, no início, custava uma fortuna, era de acesso restrito e, hoje em dia, como o Sr. Rodrigo falou, está muito difundido nas classes B e C.

Essa questão da mudança da relação entre os exibidores tradicionais e os distribuidores foi muito benéfica para todos e sobretudo para o cinema brasileiro. V. Ex^{as} devem saber que, até a década de 70 ou de 80, havia uma relação de exclusividade entre os distribuidores americanos e os exibidores instalados no Brasil. Por exemplo, no Rio de Janeiro, a Arte Filmes só exibia filmes da Colúmbia e o Sr. Luiz Severiano Ribeiro mostrava os filmes das outras companhias americanas. Não havia possibilidade de um filme da Colúmbia ser exibido pela empresa do Sr. Luiz Severiano Ribeiro ou vice-versa. Destarte, na minha opinião, os exibidores estavam presos a uma camisa-de-força, não tinham liberdade de movimentação para escolher o filme mais adequado para o seu circuito em virtude de acordos que vigoravam há décadas no mercado brasileiro.

Essa situação mudou com a chegada dos Multiplex, porque estes exibem filmes de qualquer companhia. Conseqüentemente, desfez-se esse pacto de sangue, isto é, de exclusividade, que existia entre os distribuidores americanos e os exibidores brasileiros. Atualmente, vê-se pelo jornal que todos os filmes são mostrados num circuito misto. Desse modo, o cinema brasileiro, desde a sua retomada, beneficiou-se bastante, pois o exibidor está livre para optar pelo melhor filme para ser exibido em seu cinema.

Fiz um pequeno levantamento. Na verdade, desde 1995, que é o ano da retomada do cinema brasileiro, soube-se, mediante informações do Sindicato dos

Distribuidores, que foram lançados 84 filmes brasileiros, 46 deles pela Riofilme – que seriam os filmes de perfil comercialmente mais difícil – e 38 por companhias de distribuição privada. Na verdade, analisando a lista dos 84 filmes produzidos, discordo de uma opinião do Sr. Rodrigo: se agirmos com frieza e tratarmos o assunto de modo não-passional, verificaremos que todos os filmes brasileiros tiveram o circuito e as condições comerciais adequadas ao seu perfil.

O Sr. Rodrigo citou o filme *Tiradentes*. Convido todos, numa oportunidade, a assistir, a fim de que possam fazer a sua própria avaliação. O filme não teve o circuito que o tema merecia, mas a que o filme fazia jus. Na realidade, todo filme de perfil comercial foi distribuído por alguma companhia privada, seja a Colúmbia, seja a Distribuidora Severiano Ribeiro, da qual fui diretor durante um ano, seja a Lumière, empresa da qual sou sócio e diretor.

O SR. RODRIGO SATURNINO BRAGA – Não discordo dessa posição.

O SR. BRUNO WAINER –Hoje em dia, com as leis de incentivo, há, na verdade, uma grande harmonia entre produtores brasileiros, distribuidores privados e exibidores. Não existe mais o que houve durante bastante tempo, isto é, aquele antagonismo entre os produtores brasileiros, que não encontravam espaço para exhibir seus filmes nos cinemas, e os exibidores. Hoje há, como o Sr. Rodrigo falou, muito mais oferta de cinema. Dos 36 filmes avaliados com possibilidades comerciais que citei, tive a oportunidade de participar de 15 desses lançamentos. Em nenhum deles tive problemas com os exibidores para obter o circuito adequado. Esse argumento, essa briga, portanto, não se encontra mais no âmbito do cinema – como exemplo desse fato, cito um acordo histórico que acabou de ocorrer, que foi o de cota de tela. Não foi um acordo imposto; ao contrário, houve consenso entre as partes, isto é, entre os produtores brasileiros e os exibidores.

Na verdade, os filmes brasileiros com possibilidades comerciais interessaram aos distribuidores privados – seja a Colúmbia, a **Lumière** ou qualquer outro –, e os filmes de perfil não-comercial mas autoral tiveram guarida na Rio Filmes, que é uma iniciativa muito positiva da Prefeitura do Rio de Janeiro e que existe como entidade de fomento. É muito importante que o cinema tenha a possibilidade de escoar e de tratar os filmes que aparentemente não tenham perfil comercial, mas que produzem novos talentos. É bem relevante a existência desse espaço.

Na minha opinião, neste momento, o problema reside na produção. É preciso que os produtores tenham condições de criar com mais tranquilidade. Cito um exemplo: há quatro anos, a **Lumière** foi co-produtora do “Pequeno dicionário amoroso”, filme de orçamento baixo e que obteve ótimo sucesso nos cinemas, resultando em grande repercussão no Brasil. Foi um filme altamente bem-sucedido, mas a sua diretora, Suzana Werneck, está há quatro anos tentando acabar o seu próximo filme.

Esta é a questão: por que o produtor bem-sucedido não pode produzir com tranquilidade?

Na minha opinião, é preciso ter coragem de tocar na ferida. O problema encontra-se fora dos agentes que lidam com cinema – distribuidores, produtores e exibidores. A questão reside na televisão. É preciso ter coragem de admitir: a televisão no Brasil não participa do processo de consolidação de produção dos

filmes brasileiros, ou seja, não os financia, não os exhibe – e quando os mostra, paga por eles um preço vil.

A televisão, por ser uma concessão do Estado, deveria dar uma contrapartida para os produtores. Talvez os exibidores, produtores e distribuidores, em virtude dos anos de convivência, já se entendem atualmente. A propósito, todos os filmes brasileiros com bom potencial comercial tiveram data e circuito assegurados. Tive a oportunidade de participar do lançamento de “Central do Brasil”, que teve exatamente o que deveria ter como circuito. Durante determinado tempo, entretanto, apareceram nos jornais notícias de que o filme não teve espaço para ser exibido e que ele poderia ter angariado muito mais espectadores e acesso a muito mais salas. Evidentemente, há alguns problemas. Especialmente, no ano em que se lançou “Central do Brasil”, estava sendo mostrado no Brasil “Titanic”, um fenômeno mundial que, de certa forma, comprimiu o mercado. Mas isso é totalmente circunstancial. Em vez das 80, poderia ter havido 100 cópias, fato que, na minha opinião, não teria feito diferença no seu resultado final.

Entendo que é preciso focar de modo correto para saber como ajudar o cinema brasileiro a ser produzido mais tranqüilamente. O problema está na televisão, que necessita contribuir, dar a sua contrapartida por ser concessão. A televisão tem que pagar bem ao produtor no momento em que compra o filme. Não sou especialista em leis, mas sei que, em vários países da Europa, a televisão é parceira, sendo obrigada a destinar pequena parte do seu faturamento à produção de filmes. A televisão no Brasil – sobretudo a **TV Globo** – cria 70% do que exhibe, procedimento que não é permitido nem nos Estados Unidos. Neste País, as redes de televisão só podem produzir 30% do que apresentam.

Então, para ser breve, estas são as considerações que desejava fazer.

O SR. PRESIDENTE (José Fogaça) – Agradeço ao Sr. Bruno Wainer. Estão presentes o Sr. Augusto Cevada, da Albatroz Cinematográfica, o Dr. Eduardo Napoleão Richard, da **Lumière** e o Sr. Mark Bochant, que é o **chairman** da EBA (Empresa Brasileira de Audiovisual).

Antes de qualquer intervenção dos Srs. Senadores, peço que o Sr. Cacá Diegues encerre esta primeira parte da reunião com a sua exposição, também nessa mesma perspectiva. Não há limite rígido, mas sugiro um tempo de 15 minutos para essa explanação.

Concedo a palavra ao Sr. Cacá Diegues.

O SR. CACÁ DIEGUES – Serei breve não apenas em razão dos 15 minutos que me franquearam, mas também pelo fato de entender que meus dois colegas já levantaram grande parte da questão. Não entediarei V. Ex^{as} com um longo histórico sobre as circunstâncias em que o cinema brasileiro foi criado, fundado e inventado e a respeito de tudo que ocorreu em todos esses anos. Mas não posso deixar de dar um depoimento pessoal acerca do tema.

Estamos vivendo, desde 1994, o que chamamos de retomada, que é o período da história do cinema brasileiro ocasionado pela criação de uma lei do audiovisual que, atendendo a certos aspectos da produção, permitiu que se retomasse a produção de longa-metragem no Brasil. Sou relativamente jovem e comecei a atuar muito cedo no cinema, mas já tenho 40 anos de prática cinematográfica. Ao longo de todo esse tempo, na história do cinema brasileiro,

assisti a pelo menos seis ou sete retomadas, que são ciclos que se abrem com enorme euforia e se fecham subitamente, às vezes de modo até melancólico, em virtude de crises quase sempre econômicas e – prestem atenção ao que direi – quase nunca ou talvez jamais pela falta de qualidade dos filmes.

Desde que acompanho a história do cinema brasileiro e depois participando dela, assisti à Vera Cruz e à chanchada carioca, vivi o cinema novo, a Embrafilme, o surto de cinema paulista nos Anos 80, enfim, diversos ciclos de cinema brasileiro – uns mais longos, outros menos –, que sempre se encerraram de maneira às vezes até inesperada. Mas penso que esses fatos são fáceis de entender. Nesse ponto, faço inclusive uma correção, porque, em geral, quando se fala de indústria cinematográfica no Brasil, se alega ser preciso ajudar essa indústria nova, isto é, essa atividade recente, pois, por ter pouco tempo, é, portanto, muito frágil.

O motivo, no entanto, não é esse. A atividade cinematográfica brasileira existe há mais de 100 anos. Na primeira década do século passado, o Brasil era um dos principais produtores de filmes de duas ou três bobinas, já que, naquela época, ainda não havia a convenção do longa-metragem no mundo inteiro. Essa história de ciclos e crises sucede há mais de um século. Então, é frágil, porque se trata de economia extremamente sofisticada e complexa e frágil em relação à realidade do país em que existe. Não existe nada mais parecido com o Brasil do que a economia do cinema brasileiro. Não existe nada mais parecido do que acontece com o Brasil como aquilo que acontece com o cinema brasileiro. O cinema é uma atividade economicamente, politicamente, institucionalmente muito sensível à realidade do País e para onde ele vai o cinema vai junto.

A exposição que meus colegas fizeram mostra plenamente algumas características em que podemos identificar a razão da fragilidade da economia cinematográfica e porque estamos, há décadas e décadas, discutindo a possibilidade da existência do cinema brasileiro.

Para não nos restringirmos muito ao histórico e, sim, ao que está acontecendo atualmente, precisamos analisar que nenhum país do mundo, à exceção, talvez, em certas circunstâncias, dos Estados Unidos, existe um cinema que seja rentável ou que exista a partir somente dos recursos do seu mercado interno de salas de exibição. Isso não existe em lugar nenhum do mundo.

As salas de exibição, na atualidade, nos cinemas europeus, americanos e mesmo nos asiáticos, representam apenas cerca de 25% a 30% da receita total de um filme, ou seja, os 70% ou 5% vêm dos mercados chamados oscilares, os outros meios de difusão como a televisão, o videocassete, o DVD e a Internet.

Não acho, ao contrário do Bruno, que os 25% dos mercados de sala, que os 65 ou 70 milhões de ingressos/ano no Brasil, representem 15 ou 20 milhões de pessoas, de brasileiros que vão ao cinema. Para mim, esse número não ultrapassa os 10 milhões, mas se ficarmos com o número dele, 20 milhões, corresponderá a 12% da população do país. Se ficarmos com o meu, seriam 6%. Vamos ficar com 10% para fazermos uma média. Assim, somente 10% de brasileiros vão ao cinema. Por quê? Dadas as circunstâncias da crise econômica que o país viveu nos anos 80, a recessão e a extrema concentração de renda que existe hoje.

Nenhum brasileiro é mais capaz de se permitir a audiência desse lazer que custa quatro dólares por pessoa. Qualquer casal brasileiro que vai ao cinema gasta seguramente trinta reais, o que significa mais ou menos 20% do salário mínimo atual. É simplesmente um lazer que não está mais ao alcance da maioria da população do país e não por culpa dos cineastas, mas pela situação concreta da economia do país que começou por uma grande recessão e pela extraordinária concentração de renda que impede as pessoas de consumirem ou o consumo restringir-se a 10% da população do país.

Vimos rapidamente que estamos, os produtores de cinema, reduzindo um mercado de 10% da nossa população e, dentro dele, estamos condenados a apenas 25% dele porque os outros 75% que abrangem a televisão, videocassete, DVD e a televisão aberta ou fechada, não temos acesso a ele ou temos de uma maneira absolutamente minguada e, às vezes, humilhante, o que é verdade. Os preços pagos a filmes brasileiros para a exibição em televisão são simplesmente humilhantes. Em certas circunstâncias, é melhor não vender para não gastar a matriz do seu filme, o negativo que vai ter que usar para fazer as cópias para passar nas mídias.

Isso tudo é resultado de uma distorção muito grande em toda a estrutura em que a economia de produção do cinema brasileiro se fundou.

O cinema é muito sensível à realidade. Na época do Governo Geisel, a Embrafilme surgiu representando o momento áureo de encontro entre o cinema brasileiro e seu público. Foi aquele momento de pico de ocupação do cinema brasileiro em seu próprio mercado. Chegamos a ocupar 30% a 35% do mercado de uma maneira regular e, em alguns anos, chegamos a 45%, como parece que aconteceu em 1976 ou 1978. Se levarmos em consideração que hoje, no mundo todo, o cinema nacional que melhor ocupa seu próprio mercado é o cinema francês, com 25%, vemos que o cinema brasileiro teve, historicamente, performances altamente consideradas.

Por que esse quadro não ocorre mais? Na época da Embrafilme, no período Geisel, o Brasil tinha uma política econômica baseada – não utilizarei os termos corretos por não ser economista – na idéia de empresa estatal, de um órgão regulador do mercado e de uma certa reserva de mercado para o produto nacional, por quota de telas ou pela sobretaxa aos produtos estrangeiros.

O Brasil teria uma indústria automobilística se, no momento em que foi instalada no País, não houvesse uma reserva de mercado que permitisse que o carro brasileiro fosse extremamente mais barato que o estrangeiro e que estivesse ao alcance de pelo menos 80% a 90% da população? Foi o que ocorreu na época da Embrafilme e que permitiu a existência do cinema brasileiro de certa repercussão cultural, econômica, nacional e industrial.

A questão básica da economia cinematográfica – esta é a grande descoberta do cineasta brasileiro, feita um pouco tarde, a partir dos anos noventa –, o seu nó não está na produção ou na exibição, mas na distribuição.

A lei do audiovisual foi benéfica por ter permitido a retomada da produção do cinema no Brasil, mas se encontra em crise e não consegue resolver a questão do cinema brasileiro simplesmente porque não contempla a distribuição, mas somente a produção, criando meios, por intermédio de incentivos fiscais, para que os filmes sejam feitos. Ela pode, ao mesmo tempo, estar sendo um instrumento de

criação da maior indústria de filmes inéditos na história da humanidade. Não há nada que garanta que os filmes produzidos pela lei do audiovisual passarão no mercado.

Ora, não estamos mais – e não tenho nostalgia – no regime Geisel nem num regime de reserva de mercado ou de empresa estatal. Estamos num regime competitivo em que o Estado aparece na forma de um mediador e nunca na forma de um interventor ou de um investidor de qualquer tipo de economia muito menos a de cinema.

Não há outra perspectiva. Precisamos ser muito sinceros. Sou um produtor de cinema, vivo disso e estaria sendo hipócrita se comesse a rodear o problema ou tocasse em suas arestas sem abordar o principal.

Vou até dar um exemplo muito importante: quando a Lei Antitruste, nos Estados Unidos, foi aplicada aos grandes estúdios, depois da guerra, por volta dos anos 50, esses estúdios eram produtores, distribuidores e exibidores, mas tiveram que escolher entre ser exibidor e distribuidor. Então, preferiram ser distribuidores. Abriram mão das salas de cinema e continuaram a ser distribuidores.

Dei esse exemplo só para reiterar o que estou dizendo sobre a importância da distribuição, da distribuição como o nó da questão cinematográfica. E não vejo outra maneira de encarar a distribuição a não ser de uma maneira muito simples: tem-se poder político ou poder econômico.

A grande questão da distribuição, no Brasil, dos filmes brasileiros é que os produtores brasileiros não se capitalizam - é um ciclo vicioso -, por motivos óbvios. O produtor mais eficiente, mais aguerrido, o maior produtor, talvez até da América Latina, é o Luiz Carlos Barreto. Ele não produz mais do que um filme por ano, quando consegue. Quando tem uma performance extraordinária, ele produz um filme a cada ano e meio, dois anos. Isso não significa nada num mercado exibidor que precisa, para cada tela, de, pelo menos, 35, 40 filmes por ano, para poder permanecer aberto.

O SR. ARTUR DA TÁVOLA – Cacá, você estava indo, na sua magnífica exposição, num caminho. Você ameaçou uma conclusão que considero decisiva, e, de repente, um outro argumento o levou para longe.

Você diz que o nó da questão é o seguinte: se a questão é o mercado... Nesse momento, ...

O SR. CACÁ DIEGUES - Falei sobre isso, mas creio que falei de outra maneira e V. Ex^a não percebeu.

O nó da questão é o mercado e, para entrar no mercado, para controlar o mercado, para ter uma presença no mercado, você só tem duas possibilidades: ou você tem o poder político e você impõe o seu produto, por meio dele, ou você tem poder econômico. Era isso que queria dizer.

É fácil entender isso, Senador Artur da Távola, muito fácil. Imagine- se, por exemplo, dono de um supermercado e tem dois fornecedores de sabonetes. Um lhe fornece uma caixa de sabonete por semestre e outro lhe fornece uma caixa de sabonete por semana. O senhor não só tem a garantia de que terá o fornecimento regular como também o seu público saberá que vai encontrar o sabonete todo dia, se o senhor for cliente daquele que lhe dá uma caixa de sabonete por semana. Se eu lhe der uma caixa de sabonete por semestre, por melhor que seja o meu sabonete, não só o seu público não se acostumará a ele

como o senhor não terá a garantia de que o seu supermercado terá sempre um sabonete na prateleira. A primeira consequência disso é que o meu sabonete nunca estará na melhor prateleira, enquanto que o sabonete do fornecedor mais regular estará.

Quando falo em poder econômico, falo exatamente nisso. Eu estava citando o exemplo do Luiz Carlos Barreto e repito: o Luiz Carlos Barreto pode fazer 50 milhões de espectadores com “Bossa Nova”, e ele jamais será um bom cliente do mercado distribuidor, porque o próximo filme dele só virá daqui a um ou dois anos. Os exibidores, para atender à sua casa, para ter suas casas permanentemente abertas, ter-se-ão que se socorrer daqueles fornecedores que lhe passam 30, 40, 50 filmes por ano, os chamados **majors**, as grandes companhias, as companhias como a do Rodrigo Saturnino, a Columbia, a UIP, a Warner etc.

Então, não adianta ficarmos falando em mercado, em intervenção, para contarmos com a presença do cinema brasileiro no mercado se não contarmos com o poder político ou com o poder econômico. O produto em que se pretende intervir no mercado tem que estar protegido por algum tipo de poder político ou econômico.

Penso que podemos conseguir o poder político por meio de algumas leis. Também sou favorável à adicional sobre a qual o Rodrigo falou. Essa é uma medida que foi muito salutar no Brasil, está sendo salutar na Argentina e pode voltar a ser importante no Brasil, mas, evidentemente, esse poder político não ultrapassará os limites das leis que o Congresso Nacional, que o Parlamento, poderá fazer em relação à questão. O Estado jamais intervirá novamente no cinema como um distribuidor, como uma empresa estatal no mercado, nem isso é desejável, creio, neste momento.

É preciso parar com esta hipocrisia. Num país, cujo mercado interno não é suficiente para pagar os seus produtos audiovisuais, não há solução, se não houver qualquer tipo de mediação superior. A única mediação superior capaz de fazer um entendimento entre os diversos agentes do mercado é o Estado.

Essa intervenção pode ser feita por meio de algumas leis, de algumas medidas, não sei se leis ou medidas, não sei de que tipo seria.

A primeira é evidentemente a tentativa de alargar, de ampliar, o mercado das salas cinematográficas. Essa medida não pode ser tomada, senão por meio de um crescimento das casas populares. Penso que o mercado de cinema para as classes A e B já está atendido pela multiplex. A chegada dos multiplex ao Brasil é um feito extraordinário que veio não só alargar, aumentar, o mercado de cinema nessas classes A e B como também criar condições para que se vissem, finalmente, no Brasil, boas projeções, bom som, porque não estávamos acostumados com isso.

O Brasil sempre foi historicamente, tradicionalmente, um país de péssimas condições de projeção e exibição cinematográfica, coisa que está sendo modificada, graças aos multiplex. É preciso reconhecer isso.

Alguém perguntou ao Bruno ou ao Rodrigo quando vamos ter um filme brasileiro para shopping? Essa pergunta não me é estranha, porque o shopping é, hoje, uma forma cultural. Hoje, o shopping representa um determinado comportamento, um determinado modo de ver, de viver, de consumir, de se vestir,

de conversar, a que, muitas vezes, o cinema brasileiro, ou aquele filme brasileiro não se encaixa.

Tenho uma experiência nisso, em relação aos meus dois últimos filmes, por exemplo, “Tieta do Agreste” e “Orfeu”, ambos distribuídos por **majors**, que foram parcialmente responsáveis pelo sucesso deles, não tenho queixa alguma, pelo contrário, penso que tanto a **Columbia**, no “Tieta”, quanto a **Warner**, no “Orfeu” se empenharam, deram o máximo que um filme poderia obter no mercado, mas é esse mercado que está estrito. A culpa não é das companhias. O meu filme, “Orfeu”, por exemplo, que é um filme que se passa numa favela carioca, que trata de uma questão de favelados, que fala da violência, da miséria, da exclusão social neste País, é um filme para o qual os espectadores que têm a ver com isso dificilmente têm acesso, ou seja, um favelado dificilmente foi ver o “Orfeu”, que fez cerca de um milhão de espectadores. Tenho absoluta convicção, e isso me deixa extremamente triste, que não há, desse um milhão de espectadores, nem mesmo cem mil que vivam as circunstâncias e a vida que o filme tentava retratar. Isso é simplesmente desesperante para um cineasta e para uma pessoa que faz filme pelas razões que fazemos.

Então, penso que não há o que fazer, quer dizer, não há muito o que acrescentar ao que os multiplex estão fazendo em benefício da exibição brasileira, mas há muito a acrescentar numa área que eu chamaria de exibição popular. É claro que se podem criar linhas de financiamento, linhas de investimento, não sei como se faz isso, não sou um especialista em lei, nem em economia, mas penso que seja possível perfeitamente se criarem linhas de financiamento, por meio do BNDES, Banco do Brasil, ou o que seja, para que sejam feitos cinemas populares em áreas populares, junto às favelas cariocas, nas periferias de São Paulo, no Recife, nas pequenas cidades.

Existe até aqui, creio que o Rodrigo falou sobre isto, vou passar ao senhor, um programa da Federação Nacional das Empresas Exibidoras Cinematográficas – FENEC - exatamente neste sentido: ela pede um fundo de financiamento, no âmbito estadual e federal, atuação junto aos município, com o fim de se estabelecerem políticas de redução de ISS e IPTU, permissão de aplicação de recursos incentivados por meio da Lei do Audiovisual etc, no sentido de que se possam ser abertos cinemas populares no Brasil. Ou seja, que os cinemas que se encontrem nessas áreas populares tenham um ingresso mais barato, possam custar R\$ 2,00, R\$ 3,00 a entrada. Porque é impossível, para um homem que vive de dois, três salários mínimos, ir ao cinema. Nem uma vez por ano ele vai ao cinema; não pode ir ao cinema. Aliás, nem entra em shopping, quanto mais em um cinema.

É preciso que isso seja feito de uma maneira muito sincera, porque não adianta falarmos num cinema nacional, num cinema representativo do que é o Brasil, se fazemos um cinema representativo do que é o Brasil para ser visto por um público que não vive na real de seu país. Aí vamos ser sinceros: esses seis, dez por cento da população brasileira que vão ao cinema estão com a cabeça no primeiro mundo de ficção e de sonho que eles encontram nos filmes de Hollywood. É uma população que está sonhando em ir para Miami, em ter uma vida diferente da que tem hoje e que rigorosamente nada tem a ver com os filmes

brasileiros, pelo contrário, até reagem diante de um filme brasileiro como um aleijado reage diante do espelho, quer dizer, diante das suas deficiências.

A classe média média e a classe média alta brasileiras, que fazem hoje 80% do resultado das salas de cinema, é uma parte da população que se autoflagela, que não tem mais auto-estima em relação ao Brasil, que nos ironiza, quando tentamos comemorar os 500 anos de Descobrimento, que nos ironiza como nação, que não nos reconhece como um passado histórico do qual devemos ter orgulho, que não se interessa pela solução de alguns problemas básicos da sociedade brasileira que nossos filmes mostram e assim por diante.

É preciso que, de qualquer maneira, se encontre um jeito de fazer com que os filmes brasileiros não fiquem mais condenados a esses 25% do seu resultado potencial, que são as salas; que existam condições para que também tenhamos acesso aos outros 75% da renda potencial do filme, que vêm da televisão, do Homevideo, do DVD e, em breve, da Internet.

Esse é um problema mais delicado e muito mais difícil que o Bruno abordou, aliás, com muita razão. As televisões, no mundo todo, são as principais produtoras de cinema, não só na Europa, como também nos Estados Unidos, por razões as mais diferentes possíveis, mas sempre como as principais produtoras de cinema no mundo todo.

Nos Estados Unidos, a televisão consome produtos de primeira mão. O Bruno citou aí, não sei exatamente qual é essa percentagem, mas é verdade, a lei antitruste americana não permite que a televisão, que as redes americanas produzam mais do que um determinado percentual do material que é exibido. Isso implica que a televisão tem que comprar produto de Hollywood, tem que comprar produto dos produtores independentes, ou não. Isso faz com que os filmes americanos feitos para a televisão – ou mesmo os filmes que não são feitos para a televisão, mas passam, numa segunda janela, na televisão – sejam produtos de primeira mão, produtos que são mostrados em primeiro lugar na televisão e que obtêm o seu resultado principal na televisão.

Na Europa isso aconteceu também, mas por outros motivos, por motivos históricos. A partir dos anos 70, as televisões européias, que eram todas estatizadas, foram privatizadas. Nesse momento de privatização, o que eles chamam **carnets de charge**, quer dizer, os compromissos que as televisões privatizadas assumiram, foram grandes em relação ao cinema, graças a esse momento histórico. A condição para privatizá-las incluía o financiamento de filmes, como é o caso da maioria dos países europeus ou a cota de tela, como é o caso, hoje, também, de todos os países ligados à Comunidade Européia. Cada país encontrou a sua fórmula de participação da televisão no cinema.

Na França, ela se dá de várias maneiras. Ela se dá por meio de cota de tela, de financiamento. Para cada filme estrangeiro comprado, a televisão que o comprou precisa dar o dólar equivalente para a produção de um filme francês. E também agora uma percentagem grande para filme europeu.

Na Alemanha, as televisões são obrigadas a investir uma parte do seu faturamento em publicidade na produção de filmes.

Aqui na Argentina, essa regra começou a funcionar também, se não me engano é um percentual do **break** comercial da televisão que deve ser investido no cinema. No Brasil, não existe nada disso. A televisão não só nunca colaborou

com o cinema, como também, no momento de comprar os nossos filmes, coisa que raramente acontece, oferecem-nos preços absolutamente humilhantes. Por quê? Porque aquele filme americano ou europeu que, nas televisões deles, são produtos de primeira mão, quando chegam ao nosso mercado, já viraram sucata, são objeto de brechós, são quase antiguidades, as quais compramos a qualquer preço, porque somos um mercado de televisão de quinta importância para esses produtores europeus ou americanos.

Então, os preços dos nossos filmes são equivalentes e diminuídos se comparados aos filmes americanos. As televisões brasileiras querem comprar os filmes brasileiros pelo mesmo preço que eles compram a sucata americana ou européia. Ora, para nós, a televisão é o nosso primeiro mercado – e isso deve ter um valor que não é aquele do mercado de segunda mão dos produtos europeus ou americanos.

Por outro lado, essa intervenção na televisão será muito difícil, porque não temos aquele momento histórico que tivemos, seja nos Estados Unidos, seja na Europa. O grande paradoxo da televisão brasileira reside no fato de que ela é, ao mesmo tempo, tecnicamente adiantadíssima, uma das melhores televisões do mundo, tecnologicamente uma das melhores, eu diria até, dramaticamente, uma das melhores televisões do mundo, enquanto que, institucionalmente, está montada num esquema muito parecido com o dos engenhos de açúcar do Nordeste feudal, em que uma meia dúzia de famílias decide o destino das nossas mentes conversando na varanda da Casa Grande. Então, é muito difícil mudar esse sistema. Não sei como se muda esse sistema. Os Srs. Senadores e demais políticos aqui presentes devem saber melhor do que eu o porquê de ser assim tão difícil mudar esse sistema. Não acho que nada deva ser imposto.

Uma outra coisa que eu gostaria de falar aqui é que, durante muitos anos, fizemos muitas leis que proíbem, punem, obrigam. Devemos passar a fazer leis que premiam, estimulem, incentivem. Em relação à televisão deve ser assim também. O Estado, o Congresso, o Executivo, não sei qual instância, deve ser um mediador nessa conversa entre televisão e cinema, até porque não se estupra um Mike Tyson. Tem que se dizer a ele que é bacana. Então, chama-se o Mike Tyson, senta-se a uma mesa, conversa-se e se media. Qual é a melhor maneira de a televisão participar da produção do cinema brasileiro e, sobretudo, aliar-se ao destino dos filmes? E é de se frisar que também não adianta só produzir e deixar o filme. Há que se aliar ao destino do filme. No campo da televisão...

Aliás, eu queria abrir aqui um parêntese para fazer uma crítica. Há um projeto, se não me engano da Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura, que pretende abrir os recursos da Lei do Audiovisual para as televisões. Ou seja: as televisões passariam a poder captar os recursos da Lei do Audiovisual. Essa lei simplesmente vai acabar com a produção independente no Brasil, porque, no dia em que as televisões brasileiras passarem a captar no mercado recursos para a produção de filmes, ninguém mais vai dar dinheiro para Luiz Carlos Barreto, Cacá Diegues ou qualquer outro produtor independente brasileiro; vai se resguardar na confiança e na garantia de uma superempresa que protegerá os recursos que estão sendo investidos.

Uma iniciativa dessa natureza, definitivamente, além de entregar à televisão o destino do cinema brasileiro, coisa que até hoje ninguém conseguiu me

explicar as vantagens... Uma das razões apontadas para isso é a competência das empresas de televisão, que, segundo se diz, empresarialmente são mais competentes do que as empresas de cinema. Vejo por aí pessoas como Luiz Carlos Barreto, Nelson Pereira do Santo, a família do Nelson, os Faria, os Massaini, que estão há quarenta anos fazendo filmes, apesar de todas as dificuldades de que estamos falando. Todavia, não sei onde está a **TV Tupi**, a **Rio**, a **Excelsior**, a **Manchete**, a **Continental**, a **Gazeta**; não vejo onde está a segurança de um **SBT**, que procura desesperadamente um sócio estrangeiro para poder sobreviver. Onde está a vantagem de se associar à **Rede TV**, que está devendo, segundo leio nos jornais, aos funcionários os compromissos assumidos da antiga **TV Manchete**? Ou ao bispo? Não vejo essa vantagem. Evidentemente, existe uma empresa brasileira muito bem-sucedida, a **TV Globo**, que admiro e respeito. Todos nós, brasileiros, temos orgulho do sucesso da **Globo**. Mas, se é só a **Globo**, qual a razão para que a produção de audiovisual no Brasil se transforme numa hegemonia ou num monopólio das imagens que a **Globo** deseja fabricar? Não encontro razão para que isso se dê dessa maneira. Com tudo o que estou dizendo aqui, há de se perguntar: será que é possível fazer cinema no Brasil? Temos 10% do mercado potencial, 25% da renda potencial. Estamos reduzidos a muito menos da metade do potencial que os nossos filmes têm de renda. E estamos vendo diante de nós um quadro que aparentemente não tem solução a curto prazo ou num horizonte muito curto.

A pergunta que fica no ar é esta: será possível fazer cinema no Brasil? Todavia, penso que a pergunta não é essa, mas sim: será que se deve fazer cinema no Brasil? Será que é desejável que o Brasil tenha cinema?

Vou lembrar uma pequena história muito rapidamente. Há 500 anos, em nome de um dos momentos áureos da História da Humanidade, o Renascimento, quando o homem descobriu alguns dos seus valores mais eternos e universais, quando nunca tantos artistas superiores se juntaram em um só momento; quando uma religião de igualdade, compaixão e tolerância praticamente se impunha a toda a humanidade então conhecida, em nome de todos esses belos pensamentos e idéias florescentes que fundaram a humanidade como ela é hoje, alguns guerreiros e navegadores invadiram o Novo Mundo e simplesmente praticaram o maior genocídio da História, só comparável ao das duas Guerras Mundiais do século passado. Em nome do Renascimento, em nome dessa beleza toda, não sabemos hoje quem foram os maias, os incas, verdadeiros mistérios arqueológicos, muito mais do que os egípcios, os fenícios de cinco mil anos atrás.

Estou dizendo isso, porque todos nós adoramos ver filmes americanos. Eu adoro os filmes de Hollywood, todos nós gostamos de vê-los. Mas ter 95% das telas do mundo ocupadas por filmes americanos não será um genocídio tão grave quanto o dos conquistadores? Será que vamos nos contentar em ser mistérios arqueológicos vivos, como o são, para nós, os povos indonésios, búlgaros, nigerianos, paraguaios, pelos quais nunca provavelmente vamos ver uma imagem fabricada? A pergunta – deve haver cinema brasileiro? – deve ser respondida com um sonoro “sim”. Não quero ser um mistério arqueológico vivo. Gostaria muito que o cinema brasileiro cumprisse o papel de ser um espelho do País e, mais do que isso, como o cinema americano muito bem tem feito, de não só ser o espelho do País, mas também construir um país ética e socialmente específico, que foi

fundado em Hollywood, a palavra mais importante do século XX. Ninguém vai entender este século daqui a 200 anos se não vir os filmes hollywoodianos, se não estudar o que foi Hollywood. Eu quero essa mesma performance para o cinema brasileiro. E, para tanto, temos de agir em várias direções e imediatamente.

Como sei que já estou falando demais e que sou prolixo, peço desculpas. Mas encerro com algumas sugerindo algumas medidas sintéticas gerais que devem ser tomadas para que o Senado brasileiro possa, em vez de viver mais uma crise que, daqui a pouco, se encerra, transformar-se em uma atividade permanente, como acontece em todos os países do mundo, ainda que estejam em crise. A primeira refere-se à expansão desse circuito popular, para aumentar o potencial de renda dos filmes e possibilitar acesso dos nossos filmes à população para a qual são produzidos. A segunda é estimular a aliança com distribuidoras estrangeiras, os chamados meios internacionais. Sem diálogo com esses meios internacionais, o cinema brasileiro não vai expor-se nunca. É necessário entender também que elas também estão interessadas nessa questão, porque também precisam disso.

Convém lembrar que, depois da 2ª Guerra Mundial, somente 14% da renda de um filme americano vinha do exterior; hoje esse percentual é de 65% da renda de um filme americano vem do exterior, se não estou enganado. Ora, isso é a prova de que eles sabem que existe um mercado externo, que existe um mercado fora dos Estados Unidos que pode ser apropriado com produtos locais. Acredito nisso. A minha experiência com Tietá e Orfeu provaram que isso é possível. Ao mesmo tempo, estimular a criação de **majors** brasileiras. Estou falando sempre em distribuição. **Majors** brasileiras através de fundos de investimentos. O grande problema do produtor brasileiro é que para ele fazer um filme ele tem que procurar recursos para fazer um filme que ele vai fazer hoje e daqui a dois anos vai fazer o próximo. É preciso que esses recursos não sejam mais para projetos, mas sim para programas de filmes, para que através desses programas de filmes possa-se criar grandes companhias brasileiras, como existe hoje na França. O cinema francês exibe essa vitalidade hoje, não é só porque existe uma lei que permite a produção de filmes franceses. Aliás, vou até citar os números porque é uma vergonha. A França, com 50 milhões de habitantes, vende 155 milhões de ingressos por ano e produz 130 filmes por ano, enquanto que nós, brasileiros, com 160 milhões de habitantes, vendemos 60 milhões de ingressos ao ano e produzimos 25 filmes ao ano. Isso é uma vergonha. A vitalidade do cinema francês não é devida somente às leis que permitem e protegem a produção de filmes, mas é também devida à existência de **majors** francesas, que protegem a exibição desses filmes com aquele poder econômico que eu falava há pouco. Na França, existem quatro grandes empresas de distribuição: a Gaumont, a UGC, a PATHÉ e a BAC, que reúnem quase todos os filmes franceses, e essas companhias, aliás, diga-se de passagem, não todas mas pelo menos duas delas, a Gaumont com a Buena Vista e a UGC com a Fox são associadas de **majors** americanas também. Então, é preciso estimular a criação dessas grandes companhias de distribuição brasileiras através de fundos de investimentos, através dos agentes financeiros do mercado, os bancos e as corretoras, que controlarão esse programa de filmes. Então, amanhã, o Luiz Carlos Barreto, ao invés de fazer um filme a cada dois anos, terá uma carteira de filmes anual, de tantos filmes, dez,

doze filmes, que vão atender o mercado exibidor. Manter e prorrogar e ampliar os recursos do art. 1º da Lei do Audiovisual, que é aquele que permite a produção de filmes. Essa tradição do cinema brasileiro, que é a tradição do cinema de autor, do cinema da produção independente, não pode ser perdida. A necessária concentração na distribuição não exclui a independência na produção. É preciso manter, através da Lei do Audiovisual e a prorrogação dela, a independência e o caráter autoral da produção cinematográfica brasileira, que foi o que fez os momentos grandiosos do cinema neste País. Uma outra coisa. Não se pode mais tratar com hipocrisia isso. É claro que o Estado tem que intervir diretamente na produção de filmes estreantes, de filmes experimentais, de filmes independentes, que o mercado não vai atender, filmes que possivelmente terão dificuldades de passagem pelo mercado, mas que precisam ser feitos, não só como um sinal de liberdade de criação artística neste País, mas como também um laboratório de oxigenação das idéias cinematográficas. Então, é preciso que o Estado financie. Ou com orçamentos baixos, ou com controle de orçamento, com o que seja, mas, a fundo perdido e com a idéia de investimento direto, filmes experimentais, filmes de estreantes, filmes que não têm passagem necessariamente pelo mercado. Finalmente, essa questão fundamental da integração das economias do cinema e da televisão. Sem isso não vamos completar a quota de receita potencial de nossos filmes. Ficaremos eternamente condenados aos 25% que representam as salas de cinema. É preciso que o Estado medeie um diálogo entre o cinema e a televisão para que se encontre as melhores formas de fazer essa adequação, de fazer essa associação. A televisão tem que abrir mão de alguma coisa para participar disso. Agora, ela também pode decidir e discutir sobre o que ela vai abrir mão, se é sobre o faturamento, se é do **break** comercial. Sei lá do que é, mas de alguma coisa a televisão tem de abrir mão para que essa associação inevitável e indispensável aconteça. Essa agenda pode ser em parte executada pelo MIC, mas eu acho que o MIC tem determinados limites para executar essa agenda. Não digo hoje, pois o Ministro Francisco Weffort, ao contrário, tem avançado muito em vários pontos relativos à Lei do Audiovisual e à questão do cinema.

A própria estrutura do Ministério não permite que exista a agilidade, a velocidade que a agenda cinematográfica obrigaria a ter. A médio prazo, em um horizonte relativamente curto, vamos precisar ter um agência ou uma secretaria de audiovisual ligada à Presidência da República de administração horizontal. Não falo daquela velha forma de administração vertical, daquela grande empresa, de uma autarquia. Falo de administração horizontal – como a da Agência Nacional de Energia, a da Agência Nacional de Petróleo –, capaz de articular as necessidades do cinema em diversos setores do Executivo: na Receita Federal, no Ministério das Relações Exteriores, no BNDES, no Banco do Brasil e também no Ministério da Cultura, que deve continuar sendo o responsável pela política cultural do cinema, pelo financiamento de filmes a fundo perdido, etc.

Quero lembrar que essa retomada, infelizmente, não me parece muito sólida. Se não tomarmos algumas medidas graves e imediatas ela tornar-se-á apenas mais um ciclo na história do cinema brasileiro. Ela não só trouxe de volta veteranos realizadores, que voltaram a fazer filmes, mas também revelou toda uma jovem geração de cineastas que nem sabíamos que existiam. São meninos de vinte, de trinta anos que começaram a fazer filmes, no mínimo, interessantes.

Alguns são verdadeiras obras-primas. Não sei explicar o fenômeno. Cada vez que um ciclo se fecha é muito triste. Mas cada vez que um ciclo se abre, como o da Lei do Audiovisual, vemos chegar, não sabemos de onde, uma porção de jovens realizadores cheios de talento, fazendo filmes que não só nos impressionam, mas ao mundo inteiro. Só posso atribuir isso a uma enorme vocação que este País tem para o cinema. Não tenho a menor dúvida. Eu poderia passar mais duas horas falando dessa vocação, de onde ela vem. Não se assustem porque não vou fazê-lo.

Mas essa vocação pode ser estimulada ou não por nós. Podemos simplesmente transformá-la em um grande desperdício de talentos. É o que está acontecendo. Estamos deixando, com nossa inércia, com nossa inação diante de mais uma crise no cinema brasileiro, que os talentos desapareçam pelo ralo.

Eles são absorvidos por outras atividades ou simplesmente porque pegam aviões e vão embora do País. Não sei se o Brasil merece isso, creio que merece mais. O País merece um cinema que seja não somente espelho do que ele é, mas também estimulador do Brasil com que sonhamos. Um filme não é só um registro da realidade, mas um agente transformador da realidade. É no que temos que pensar sempre. Não creio que a corporação cinematográfica seja perfeita, creio que ela tem vários defeitos. Somos vítimas, somos chorões, lamentamos muito. Muitas vezes não somos precisos em nossas reivindicações. Mas algo é verdadeiro: demos um cinema a este País em diversas situações, algumas até muito difíceis, e sem que tivéssemos a metade ou 30% do auxílio e da ajuda que outras atividades econômicas, menos bem sucedidas, tiveram. Portanto, creio que podemos nos orgulhar. Junto com parte da corporação cinematográfica, orgulho-me de ter dado um cinema a este País. Ao País cabe, agora, dizer se quer ter esse cinema.

O SR. PRESIDENTE (José Fogaça) – Agradecemos ao Cacá Diegues por sua análise abrangente e pela dissecação contundente dos problemas do cinema brasileiro, bem como ao Bruno Wainer e ao Rodrigo Saturnino Braga, que trouxeram detalhamentos e principalmente souberam elencar, com muita precisão, quais são as suas propostas. S. S^{as} mostraram o diagnóstico e as propostas que propõem. Consideramos que essa contribuição foi, realmente, marcante na manhã de hoje.

Concedo a palavra ao primeiro inscrito, Senador Lúcio Alcântara.

O SR. LÚCIO ALCÂNTARA - Sr. Presidente, minha intervenção ficará prejudicada porque um avião me espera. Tenho um compromisso assumido há muito tempo.

Creio que o prejuízo foi em favor da sociedade. A exposição de Cacá Diegues foi muito extensiva, profunda e importante para os trabalhos da Comissão.

Se fosse fazer alguma pergunta, teria o dever de ficar para ouvir a resposta. No entanto, não posso fazê-lo. Em todo o caso, farei um pequeno comentário. Peço desculpas, justamente, por não poder ficar em função desse compromisso.

Gostaria de comentar o problema da distribuição. Li, em algum lugar a respeito dos filmes de Woody Allen. O custo de distribuição subiu muito e que não sabemos quando poderemos ver os seus filmes. Não sei até que ponto é verdade,

mas li no jornal. Esse problema também deve afetar a produção brasileira. Enfim, o que mudou na distribuição que fará com que não tenhamos acesso a filmes estrangeiros?

Outro ponto é sobre o público de cinema no Brasil. Cacá Diegues fez uma correlação com a crise econômica, com a perda de renda. Em outros países, o público tem se mantido ou tem aumentado? Fala-se muito da TV, da comodidade, da violência, que faz com que as pessoas tenham medo de sair de casa à noite, da falta de tempo em função do excesso de trabalho, da dificuldade de deixar as crianças. São esses os empecilhos ou a questão é de renda mesmo. O povo quer ir, mas não tem como pagar o cinema. Está claro, desde o primeiro dia, a relação existente entre o cinema e a televisão. Se pudermos dar uma contribuição, tentando fazer um casamento entre Mike Tyson e Popó, a Comissão já terá justificado sua existência. É claro que não é somente a lei, pois há o poder político e poder econômico.

Outro problema é a co-produção. Se não posso brigar com Mike Tyson me alio a este. Vale para fora, para Hollywood etc. Talvez seja uma maneira, falo da parceria.

O grande problema do sabonete do supermercado é que, depois, vem a venda casada. No meio vai o sabonete que não perfuma. Temos que procurar uma forma de fazer com que o sabonete, de seis em seis meses, encontre um lugarzinho.

Lamento e peço desculpas por não poder ficar. Creio que foi uma excelente contribuição, como todas têm sido, aliás.

Muito obrigado.

O SR. PRESIDENTE (José Fogaça) – Antes que os convidados comentem as observações do Senador Lúcio Alcântara e como S. Ex^a não fez propriamente perguntas, passo a palavra ao Senador Artur da Távola.

O SR. LÚCIO ALCÂNTARA – Sr. Presidente, estou curioso para saber algo sobre o custo de distribuição.

O SR. PRESIDENTE(José Fogaça) – Então S. Ex^a ainda poderá permanecer, o que muito me agrada.

O SR. CARLOS DIEGUES – Com licença, Senador. Gostaria de falar algo para que V. Ex^a não misturasse os assuntos.

Com relação aos filmes do Woody Allen - por acaso a Lumière distribuiu dois de seus filmes com bastante sucesso – o problema não é o custo de distribuição no Brasil, mas o preço que as distribuidoras americanas, detentoras de direitos, estão cobrando para trazer os filmes de Woody Allen para o Brasil. Mesmo que esses novos filmes de Woody Allen tenham a boa performance que os últimos dois, ainda assim não se faturará o suficiente para poder remunerar os detentores dos direitos dos filmes lá fora.

São duas questões separadas. Nada têm a ver com o custo de comercialização propriamente dito, com cópia, publicidade, etc.

O SR. LÚCIO ALCÂNTARA – Não só os filmes de Woody Allen, como também outros filmes passarão a ser inacessíveis ao mercado brasileiro.

O SR. CARLOS DIEGUES – É Claro. Mas essa é uma questão dos distribuidores independentes. Quem compra filmes fora para trazê-los ao Brasil

são os distribuidores independentes. As **majors** recebem os filmes de suas matrizes sem precisar desembolsar.

Valerá a lei da oferta e da procura. Se os filmes do Woody Allen que estão sendo ofertados por um preço muito alto não encontrarem compradores no Brasil, fatalmente o seu preço acabará baixando. É uma típica questão de oferta e procura.

Responderei à segunda pergunta de V. Ex^a sobre a co-produção. Por acaso, nesta mesa, estão as duas companhias que estão buscando esse caminho: a Columbia, que já é co-produtora de vários filmes, e a própria Lumière, que, por distribuir no Brasil uma companhia americana independente, também está desenvolvendo ações nesse sentido.

O SR. PRESIDENTE (José Fogaça) – Senador Artur da Távola, V. Ex^a pode usar da palavra. Depois, os demais convidados também poderão fazer observações a respeito dos comentários do Senador Lúcio Alcântara.

O SR. LEOMAR QUINTANILHA – Sr. Presidente, peço a palavra pela ordem.

O SR. PRESIDENTE (José Fogaça) – Pois não.

O SR. LEOMAR QUINTANILHA – Sr. Presidente, se, entre as perguntas que serão feitas pelo nobre Colega Artur da Távola, não constar uma questão, eu gostaria de me inscrever para abordá-la.

O SR. PRESIDENTE (José Fogaça) – V. Ex^a está inscrito.

Concedo a palavra ao Senador Artur da Távola.

O SR. ARTUR DA TÁVOLA – Sr. Presidente, no Congresso há situações muito interessantes. Existem reuniões perdidas nas salas das Comissões que deveriam estar presentes em todos os lares do País. Em geral, o que se passa acerca do Parlamento é seu aspecto negativo. O Parlamento é um pouco parecido com o cinema brasileiro.

A manhã de hoje foi absolutamente primorosa. Não sou uma pessoa de elogios fáceis, não vivo a fazê-los. Quem me conhece sabe disso. A nossa manhã foi primorosa, e, felizmente, a **TV Senado** levará a muitos lugares o que se passou aqui. Creio que foi um momento muito importante de reflexão.

O nosso amigo Leonardo Boff fala do que ele chama de “momentos sacramentais”. A palavra sagrado tem a mesma origem etimológica de secreto. **Sacratu** é secreto. Disse o Frei Leonardo Boff que há certos momentos em que algo misterioso e sagrado - ou seja, secreto - se estabelece entre as pessoas. E esses seriam momentos sacramentais, segundo Leonardo Boff. Aliás, esse foi um dos pontos de conflito entre ele e a Igreja, porque a Igreja classifica os sacramentos, e Leonardo Boff abre essa idéia.

Acredito que, hoje, pela manhã, houve um momento dessa natureza. Foram feitas três maravilhosas exposições que mostraram que o cinema brasileiro é feito por gente muito consciente, de cultura, que está trabalhando temas contemporâneos. Não estão mais com aquelas velhas idéias xenófobas de nossa geração, de nossa formação.

Isso posto, com toda a franqueza, eu gostaria de fazer algumas perguntas sobre o que se depreendeu da fala de todos eles. Falarei de forma bem esquemática.

Como obter, para o cinema brasileiro, o poder político citado por Carlos Diegues, nessa estrutura de sociedade de mercado? Ele citou o caso da Embrafilme, onde havia o poder político direto. Não há mais a Embrafilme. Seria o caso de se conseguir esse poder? Como o Parlamento poderia agir? Disse ele: ou o poder político ou o poder econômico, porque a questão central está na distribuição. A distribuição, hoje, é aliada à produção. Assim, a nossa situação é diferente da de anos atrás. Deixo a pergunta: como ter poder político na sociedade de mercado sem a Embrafilme?

Foi comentada a questão decisiva das salas de exibição e não mais da distribuição, até dando razão a certos comportamentos do exibidor que eram muito criticados no passado, mas que têm a ver com a realidade de mercado, etc.

Pareceria aos três que o Estado, na sua ação, poderia garantir salas de exibição, sejam as salas populares, citadas por Cacá Diegues, sejam outras - há inúmeros cinemas fechados no Brasil - , e isso, num entrosamento de produção e distribuição, seria efetivo para o cinema nacional? Essa é uma segunda pergunta.

Finalmente, a terceira pergunta baseia-se numa afirmação feita aqui. A Lei do Audiovisual não contempla a distribuição. Ficou patente, na exposição de todos, inclusive dos distribuidores – o Rodrigo Braga foi muito claro –, que o que importa é o número de filmes exibidos e não o número de filmes produzidos. Já que a Lei do Audiovisual não defere algo na direção da distribuição e só da produção - disse Cacá Diegues que estamos correndo o risco de nos transformarmos num grande cemitério de filmes não-distribuídos -, pergunto: que contribuição poderiam os três nos dar no sentido de que possamos, eventualmente, por meio de alguma modificação na Lei do Audiovisual, passar a também englobar a questão da distribuição?

São essas as perguntas. Cumprimento, efusivamente, os três pela magnífica manhã de trabalho que nos deram nesta Comissão.

O SR. PRESIDENTE (José Fogaça) – Solicito ao Sr. Rodrigo Saturnino Braga que comece a responder às indagações do Senador Artur da Távola.

O SR. LEOMAR QUINTANILHA – Sr. Presidente, peço a palavra pela ordem.

O SR. PRESIDENTE (José Fogaça) – Tem a palavra V. Ex^a.

O SR. LEOMAR QUINTANILHA – Sr. Presidente, eu gostaria de fazer um questionamento cuja resposta talvez sirva aos Senadores Lúcio Alcântara e Artur da Távola.

Cumprimento os expositores. Considero extremamente significativa suas presenças nesta Comissão nesta manhã. Certamente, como a grande maioria dos brasileiros, conheço muito pouco o que está por trás das telas, mas, também como a grande maioria dos brasileiros, me sinto fascinado pelo cinema, pelo que tem de informativo e pela satisfação pessoal que traz, principalmente as boas produções. Não tenho conhecimento algum do que está por trás da produção e da distribuição. Eu ficava até sem compreender as razões por que a televisão brasileira faz tanto sucesso não só no mercado nacional, mas no mercado internacional. Essa dificuldade era mais acentuada no cinema brasileiro do que na televisão. Ouvi atentamente algumas explicações que elucidaram essa minha dúvida. Mas não compreendi uma das questões: o que significa **major**? O que

seria uma **major** brasileira? É uma empresa ou um esquema de distribuição das produções brasileiras?

De resto, reitero meus cumprimentos pelas colocações extremamente ilustrativas feitas pelos expositores.

O SR. ARTUR DA TÁVOLA – Sr. Presidente, já que estamos nas traduções, eu gostaria de saber o que é multiplex. (Risos.)

O SR. PRESIDENTE (José Fogaça) – Concedo a palavra ao Sr. Rodrigo Saturnino Braga, para que dê uma resposta geral a essas perguntas, tratando de todos esses assuntos. Depois, seguiremos a mesma seqüência com relação aos demais convidados.

O SR. RODRIGO SATURNINO BRAGA – Iniciarei pela primeira pergunta do Senador Artur da Távola. Antes de a reunião começar, eu, Cacá Diegues e o Senador Francelino Pereira conversávamos. Conteí-lhes o que aconteceu ontem na reunião da Comissão de Cinema, no Ministério da Cultura. Disse-lhes que meu diagnóstico é o de que a matéria venha para o Congresso Nacional e, aqui, será resolvido qual vai ser o novo perfil da Lei do Audiovisual. O Senador Francelino Pereira fez a seguinte observação: “- Precisamos fazer uma política pública”. Isso não me saiu da cabeça.

Comecei na Embrafilme em 1976, no Governo Geisel, que defendia uma política nacionalista sobre substituição de importação. O que os cineastas do Cinema Novo queriam se encaixava perfeitamente dentro disso. Aí, se criou a Embrafilme – foi o seu auge – e o Conselho Nacional de Cinema. Acho que foi uma coincidência. Houve mudança de Governo, entrou o Governo Figueiredo e essa política continuou até o momento em que a Embrafilme participou da co-produção e distribuição de um filme chamado **Prá Frente Brasil**, em 1982, ano em que o País entrou na crise econômica. A partir dali, para mim, não houve mais política de governo para o cinema. Continuei na Embrafilme até 1988. O Governo Collor, sim, teve uma política muito clara de acabar com tudo – o que não deixa de ser uma política.

A Lei do Audiovisual foi gerida em várias conversas das quais tomei parte. Houve um Comitê de Entendimento da Classe Cinematográfica, que reunia produtores, distribuidores e exibidores que se reuniam uma vez por mês para discutir como seria a lei.

O Congresso Nacional terá oportunidade de dar uma grande contribuição muito em breve, não só porque quer, mas porque precisa. Mais uma vez, não virá para o Congresso um projeto de lei que tenha unanimidade, que seja bem aceito por Governo e comunidade. Aqui as coisas serão decididas.

A questão é: devemos ter um cinema brasileiro? Também acho que sim. Sou até mais otimista do que o Cacá: a classe média gosta de filme brasileiro, sim. Todavia, ela tem a cabeça fora daqui e gosta dos padrões de fora. Gostou muito do **Bossa Nova**, assim como a classe popular gostou muito da Xuxa. O interessante é que este teve o preço médio de R\$3,80 e o **Bossa Nova** teve o preço médio de R\$6,00. Eu gostaria de ver filmes para todos, seja para quem tem R\$3,80 para pagar – o preço médio dos Trapalhões ainda é um pouco menor -, seja para aquele que tem R\$6,00 para pagar por um filme como o **Bossa Nova**.

Isso passa por toda a cadeia: produção, distribuição, exibição. Deve haver atividade parlamentar de conscientização da prefeitura sobre a importância de

incentivar a exibição de filme brasileiro local. Estou absolutamente convencido de que os Parlamentares podem fazer isso melhor do que ninguém.

Respondendo: multiplex é o cinema que tem um conjunto de salas e que oferece uma variedade de filmes. Por ter um conjunto de salas, em geral, tem um filme novo por semana. Sua programação está sempre variando, o que permite que o público freqüente mais aquele conjunto, numa semana para ver um filme, na outra, para ver outro filme.

Majors é uma conceituação americana de uma empresa que produz e distribui, que participa dessa cadeia, como bem lembrou Cacá Diegues. Na década de 40 ou 50, quando a Lei Antitruste* impediu que os estúdios também fossem exibidores ou que optassem, eles ficaram com a distribuição.

Passarei a palavra ao Cacá Diegues, que tem sempre mais a dizer, especialmente a respeito de políticas públicas.

O SR. PRESIDENTE (José Fogaça) – Perdoe-me, Sr. Rodrigo, mas seguiremos à mesma ordem que observamos no início das exposições.

Concedo a palavra ao Sr. Bruno Wainer, que também responderá a todas as perguntas, tentando sintetizar as respostas.

O SR. BRUNO WAINER – O aumento do poder público passa pelo aumento da informação. Quanto mais o Congresso for informado e estiver contemporâneo aos problemas atuais, mais consciente e organizado vai poder ficar para, dessa forma, contribuir de mais objetivamente.

Como foi mencionado aqui por nós três, insisto em que os senhores possam refletir a respeito do maior problema, que é a relação com a televisão. Se avançarmos em direção a uma conscientização, acho que conseqüentemente o poder político vai se fazer presente. Quanto à sua pergunta sobre como o Poder Público pode estimular a criação de uma das salas, vou deixar o Cacá responder. No entanto, claro, novas salas são sempre bem-vindas não só para o cinema brasileiro, mas para o cinema em geral.

Evidentemente, é uma loucura imaginar que há municípios com 30, 40 mil habitantes, que não dispõem de um cinema. Qualquer medida, qualquer lei que estimule a criação de cinemas tendo em troca isenções, ou linhas de créditos subsidiários serão bem-vindos.

O SR. ARTUR DA TÁVOLA - Por exemplo, poderia o Governo incentivar salas de exibição com reserva de mercado?

O SR. RODRIGO SATURNINO BRAGA - Eu acho muito válido. A reserva de mercado é necessária, existe em todos os países do mundo, a começar pelos Estados Unidos. Inclusive, a reserva de mercado, a chamada cota de tela já é uma idéia aceita por todos os setores que lidam com o cinema. Como citei aqui houve acordo de cota de tela consensual entre produtores brasileiros, exibidores e distribuidores. Então, esse tipo de conflito não existe mais. É totalmente aceito pela comunidade.

Outro ponto que o senhor levantou é a questão da distribuição. Peço ao Cacá para esclarecer. A questão da distribuição se espalha por todas as mídias, não fica restrita à área do cinema, à exibição em salas de cinema. Sobre a criação de **majors** brasileiras, pergunto ao Cacá, se ele imagina que as **majors** seriam distribuidoras privadas brasileiras ou distribuidoras públicas brasileiras.

Se a idéia for distribuidoras privadas, desde já a Lumier, que é uma empresa brasileira, se coloca à disposição para receber esses recursos e, dessa forma, lançar melhor ainda os filmes brasileiros. É isso aí!

O SR. - Intervindo e tentando ajustar um pouco a compreensão das coisas, ficou claro que processo de distribuição, centro nevrálgico de tudo, necessita de investimentos. Ouvi o Rodrigo falar que o custo, no Brasil, para uma obra cinematográfica ter uma dimensão nacional é de R\$ 1 milhão.

Um milhão de reais seria um custo. Essa é uma realidade nova, uma informação absolutamente nova, uma novidade para Congresso Nacional. Quer dizer, a etapa de produção tem sido sempre o foco único das nossas preocupações. Quer dizer, como produzir cinema? Agora nos surge a informação nova de que a distribuição é tão importante e tão essencial quanto a produção. Que tratamento deveria ser dado, do ponto de vista do Poder Público, do ponto de vista da Lei, do ponto de vista do benefício via subsídio, via financiamento, via incentivo fiscal?

É fácil entender o seguinte: para produzir um filme, basta haver um projeto, uma proposta. Um filme é um roteiro, uma idéia. Leva-se isso à Comissão Nacional do Cinema, ela aprova, e o produtor e diretor ou os dois, separadamente, saem em busca da captação dos recursos. Como se faria, isso, por exemplo, em relação a financiar a distribuição? É possível? Tem como? É necessário? Já se faz isso? Então, esse é um ajuste de compreensão.

O SR. CARLOS DIEGUES – Deixe-me começar pelo fim, a respeito do que o Senador José Fogaça está falando. Para entendermos a importância da distribuição, basta fazer a seguinte análise: a produção não gera necessariamente distribuição, mas a distribuição sempre gera produção.

Ou seja, pode-se produzir o filme, e este ficar parado, nunca sendo exibido, vai ficar na prateleira para sempre, mas uma distribuidora gera produção. Ela precisa produzir para poder existir. Não estou dizendo nenhuma novidade. Os americanos sabem disso há muito mais tempo do que nós. Eles já fazem isso há muito mais anos, até décadas, exatamente dessa maneira.

Quando falei em poder político ou poder econômico para poder entrar na distribuição, e citei o exemplo do supermercado e do sabonete, o que queria dizer é que nós sempre seremos um cliente de quinta importância no mercado, se cada um de nós aparecer com o nosso filminho a cada dois anos, porque estamos lutando contra companhias que estão no mercado há muito mais tempo que nós, com um volume de produtos muito maior e muito mais regular que o nosso.

Então, enquanto cada um de nós, produtores, na melhor das hipóteses, oferece um filme a cada dois anos, todas as companhias razoavelmente instaladas estão oferecendo ao mercado exibidor 15, 20, 30, às vezes até 45 títulos por ano, o que é suficiente para manter a sala aberta durante todo o ano.

É claro que o exibidor tem que preferir; o negócio dele é este. Ele tem que manter a sala dele aberta. É claro que ele deve preferir este cliente, este fornecedor que lhe dá mais produtos.

Então, quando me referia a poder político ou a poder econômico, eu dizia que era preciso intervir nesse mercado de uma maneira tão poderosa quanto. Na época da Embrafilme, havia as duas coisas: o poder político e o econômico. A Embrafilme era avalizada pelo Estado, mas ela também tinha um grande poder

econômico. Ela produzia – corrijam-se se estou errado – uns 30, 35 filmes por ano.

Ora, já ouvi de exibidores brasileiros, extremamente importantes, que a Embrafilme os havia livrado da pressão das companhias estrangeiras e que eles, agora, poderiam enfrentá-las, porque têm como alternativa a Embrafilme. Era mais uma fornecedora importante de produto regular e variado.

É preciso reconhecer isso. Muitas vezes, os Trapalhões ajudaram na exibição de Memórias do Cárcere, ou filmes parecidos, como esse. Havendo um pacote de 35 filmes dos Trapalhões e de um experimental de um rapaz que está começando, passa-se tudo, nas melhores condições.

É preciso entender que, com o negócio das novas mídias - que o Bruno explicou tão bem na primeira apresentação dele -, as salas viraram vitrine. Hoje, há um problema gravíssimo no cinema, que se constitui num paradoxo: enquanto existe inflação de títulos para as salas de exibição, existe uma demanda muito maior do que a oferta para as mídias axilares, para as mídias alternativas. Ou seja, há muito filme que vai direto para a **home vídeo**, para a televisão, para vídeo-cassete, que nem passa pelas salas de cinema, porque estas se transformaram na vitrine, na exibição nobre do produto audiovisual.

De tal maneira que, só para dar um número recente, o canal **Plus**, na França, de televisão, compra filmes com o seguinte critério: se o filme já passou nas salas de exibição, ele paga até 3 milhões de francos; se o filme não passou, ele paga somente até 800 mil francos. Quer dizer, a sala de exibição virou uma vitrine. Por isso mesmo, é uma inflação de títulos.

Eu estava lendo um relatório do cinema francês, mês passado, que demonstra que 40% da renda de um filme francês vem da primeira semana de exibição. No Brasil, já deve estar mais ou menos isso. Os filmes não ficam em cartaz mais do que três, quatro semanas, porque já tem um ouro empurrando atrás. A renda média das salas subiu assustadoramente, porque existe uma inflação de títulos, havendo, portanto, a possibilidade de crescer, um potencial de crescimento do mercado muito grande.

Não precisa ser um economista. Não precisa ser um Milton Friedman para entender isso, meus Deus do Céu.

Quando falo do poder econômico, falo da entrada. Poder político não vamos ter nunca, Senador Artur da Távola, como empresa de Estado. Não vai haver nunca empresa pública intervindo nisso. O poder político de que falo é exatamente aquele que este Parlamento tem de fazer leis, de impor regras, de mediar relações. A isso chamamos de poder político numa democracia como a nossa.

O SR. ARTUR DA TÁVOLA – Uma nova Embrafilme?

O SR. CARLOS DIEGUES – Nem pensar. Não há a menor possibilidade. Acho que nenhum louco está pensando nisso. Isso não cabe na economia do País.

Comecei a minha intervenção dizendo que o cinema vai para onde o País for. Não há a menor dúvida disso. Poder econômico significa ter grandes companhias capazes de oferecer ao mercado um grande número de produtos, de impor uma determinada política de distribuição.

Em vez de apresentar a um exibidor um filme a cada dois anos, faço parte, de uma maneira ou de outra, direta ou indiretamente, de uma instituição, de uma empresa, que oferece a esse mesmo circuito exibidor trinta, quarenta filmes por ano. O meu poder vai ser outro. Isso não exclui a nossa aliança com as companhias americanas, com os distribuidores de filmes estrangeiros, americanos ou não, como a **Lumière**.

Sabemos do efeito positivo que já teve a participação da **Columbia**, da **Warner Bros** e da própria **Lumière** em filmes brasileiros. Isso deve ser estimulado. É uma bobagem essa história de se acabar com o art. 3º. Deixem as empresas que já estão produzindo e distribuindo. “Tieta” e “Orfeu” foram beneficiados pelo fato de terem sido distribuídos pela **Warner**. Estou dando um testemunho pessoal.

Mas essa não pode ser a única solução. Há que se criar companhias brasileiras, poderosas. Como? Dando dinheiro para o cara que tiver os olhos mais bonitos? Não! Na Inglaterra, por exemplo, existe um sistema de uso do dinheiro da loteria, em que uma percentagem X, que não me recordo qual é, vai para o cinema inglês; só que não é para financiamento de projeto a projeto, ou de filme a filme, é para financiamento de programa de empresas com, no mínimo, dois anos de atividade. Ou seja, há um compromisso de, nos próximos dois anos, fazer 12, 15, 20 filmes. Entra-se no mercado com outro poder, com outro significado. Não se é o dono do sabonete que dá uma caixa a cada semestre; a toda semana, oferece-se uma.

Essas empresas podem ser criadas por meio de fundos de investimentos, controlados por agentes financeiros do mercado, como bancos, o BNDES. O Banco do Brasil não quer saber da gente, não sei por quê. Mas há agentes financeiros do mercado que podem fazer isso perfeitamente.

Então, o Senador se associa com alguém e monta uma empresa. Alguém pode dizer que há o BNDES Mais Cinema. O Mais Cinema exige dos cineastas aval, garantia.

Ora, se precisamos de dinheiro para capitalização, como podemos dar garantias de capitalização? Isso é um absurdo, é um contra-senso. Isso não existe.

Quando falo na questão das salas, outra pergunta que foi colocada, digo que o fato de termos 6%, 10% ou 12%, como quer o Bruno, da população brasileira indo ao cinema significa que temos um potencial de crescimento do mercado muito grande. Nas classes A e B, na população que já consome, que frequenta shopping, que vai a Miami todo ano, esse problema não existe mais, porque os multiplex, graças a Deus, estão resolvendo.

Mais uma vez, o cinema não é uma coisa só. Faz-se e exhibe-se cinema de várias maneiras: no multiplex, na televisão, no vídeo-cassete e nas salas populares. Todos os países do mundo têm essas salas populares. Há o **one-dollar-movie**, nos Estados Unidos, nas cidades pequenas, em que se paga um dólar para ver dois filmes por dia.

Como podem ser abertas essas salas populares? Estou me adiantando em relação a um ponto que a Federação Nacional das Empresas Exibidoras Cinematográficas do Brasil já apresentou. Está aqui. Como essas salas seriam? São salas em cidades pequenas, em favelas, em áreas de periferia, para cobrar

R\$2,00, R\$3,00 por ingresso, porque é possível. É preciso compreender que o cassete, por exemplo, é baratíssimo. Só no Morro da Mangueira, no Rio de Janeiro, hoje há oito lojas de aluguel de cassetes, porque o custo é de US\$1,00 ou US\$2,00 a fita. Na Rocinha, há mais tantas – não sei quantas. Então, abra-se um cinema nesses lugares, para cobrar R\$1,00 ou R\$2,00 ou R\$3,00. Um cinema com um conforto mínimo, sem precisar ser luxuoso.

A Fenec, a Federação Nacional das Empresas Exibidoras Cinematográficas, está dizendo como se fazer isso: por meio de fundos de financiamento estadual ou federal; atuação junto a Municípios com fim de estabelecer políticas de redução de ISS e IPTU; permissão de aplicação de recursos incentivados por meio da Lei do Audiovisual; abertura de linhas de crédito, via Sebrae, para capital de giro, que não temos; além de outros benefícios para importação de equipamentos técnicos e redução de incidência de alíquotas tributárias. Está explicado como fazer as salas. Garanto que todos os distribuidores brasileiros vão se interessar por isso, da Rio Filme à Columbia, da Lumière a outra qualquer, enfim todos, porque vão ter mais um espaço para mostrar seus filmes, num mercado que hoje não existe e que pode existir, um mercado de grande potencial.

Para nós, é fundamental, Senador Artur da Távola, porque, tradicional e historicamente, quem sempre fez o sucesso do filme brasileiro foi a população de baixa renda. O público do cinema brasileiro sempre foi, tradicionalmente, a população de baixa renda, uma população que não vai mais ao cinema - olha a tragédia – e que, portanto, não se vê mais na tela. Aí, retomo aquilo tudo que eu disse antes. Não vou repetir, mas é importante, porque é uma população que se vê e se transforma, por meio dos nossos filmes.

Em relação à questão de como se exerce o poder político, é por meio das leis, das regras. É preciso entender o seguinte: o cinema brasileiro nunca será uma atividade permanente, nunca será uma atividade tranqüila e serena, se não for um bom negócio para todos os agentes cinematográficos do mercado. É preciso que o exibidor, o distribuidor, os produtores e a televisão estejam contentes. É preciso um grande entendimento, um grande concerto. Esse concerto só pode ser mediado pelo Estado - não sei se o Executivo ou o Legislativo -, que é o único que tem poder para sentar com o Mike Tyson e dizer: “Não dá mais pancada no pobre do Popó”. Ninguém mais tem essa autoridade. Essa mediação não implica – disse e repito – proibir, impor, punir, essa coisa muito chata, mas criar condições de incentivo, de estimular, de premiar aqueles que se associam com o cinema brasileiro. Assim, vai ser um bom negócio para todo mundo.

Por exemplo, acabar com o art. 3º é um absurdo. Algumas empresas – aliás, duas delas estão aqui presentes, a Lumière e a Columbia – estão usando o art. 3º e, porque as outras não usam, querem acabar com esse artigo. É um absurdo! O art. 3º é aquele que permite que as distribuidoras de filmes estrangeiros usem parte do seu imposto de renda na produção de filmes brasileiros. Algumas empresas não usam, porque existe algo chamado **tax credit**, nos Estados Unidos, em que, se se paga um imposto no país onde se está atuando, se é isento no país de origem. Ora, se o imposto for isento no país em que se está atuando, perde-se esse crédito de imposto no país de origem. Mas

não faz mal. Deixem as empresas que já estão usando continuarem a usar e o resto vai para um fundo compulsório qualquer, de qualquer natureza.

Por último, repito, pois é fundamental e muito importante, que a tradição do cinema brasileiro, a glória do cinema brasileiro, os melhores momentos do cinema brasileiro, incluindo o momento de maior ocupação das nossas salas, que foi o período da Embrafilme, deram-se graças à tradição de um cinema independente e autoral. Estou falando de concentração de distribuição e de expansão das salas, mas insisto que é necessário garantir a independência da produção, para que o resultado disso não seja um grande engarrafamento e um grande estrangulamento da cultura cinematográfica. Como se faz isso? Primeiro, com um Estado atento - para isso, o Ministério da Cultura existe, para impedir os exageros - e com a criação indispensável de um fundo a fundo perdido do próprio Ministério da Cultura para produzir filmes de estreantes, filmes experimentais, filmes que não sejam facilmente absorvidos pelo mercado. Esses filmes não só servem para manter a democracia artística neste País, como também para oxigenar o cinema hegemônico que está passando nas salas. Eu sei que isto é uma utopia. Estou falando de uma coisa muito grande, de um painel muito extenso e de uma agenda muito delicada, porque envolve muitas coisas, mas é preciso que haja primeiro uma vontade política para que isso exista. Eu não tenho a menor dúvida de que esta iniciativa só pode ser feita pelo Congresso; não é o Executivo que vai fazer isso.

O SR. ARTUR DA TÁVOLA – As bibliotecas escolares comprem livros em grande quantidade. A compra de vídeos de filmes nacionais, que têm o mesmo significado literário e cultural do livro, por bibliotecas, chega a ser significativo?

O SR. CARLOS DIEGUES – Não, isso praticamente não existe.

O SR. ARTUR DA TÁVOLA – Poderia ser?

O SR. CARLOS DIEGUES – Poderia ser, claro! Até ajudaria a difundir, a mostrar.

O SR. ARTUR DA TÁVOLA – A formar público.

O SR. CARLOS DIEGUES – Exatamente!

O SR. PRESIDENTE (José Fogaça) – Chegamos a um ponto quase conclusivo dos trabalhos. O relator ainda não usou da palavra. Sempre costumamos, antes de encerrar, ouvir a palavra do relator, para ver se S. Ex^a tem algum ponto a esclarecer, alguma questão a examinar ainda. De parte dos Senadores, ainda há alguma pergunta?

O SR. ARTUR DA TÁVOLA – É uma pequena questão de ordem. Notei que o Carlos Diegues trouxe um texto escrito. Ele se baseou e improvisou sobre um texto seu, não é? Se não fosse nada particular, seria interessante à Comissão tê-lo.

O SR. CARLOS DIEGUES – Não tem o menor problema, mas são notas. Se interessar, eu posso emprestar.

O SR. PRESIDENTE (José Fogaça) – Se estiver disponível, a Secretaria da Comissão pode fazer cópias e distribuí-los.

O SR. FRANCELINO PEREIRA – Aliás, eu já tinha anotado aqui, Cacá, que o Itamaraty usa e eu também uso as chamadas notas verbais. Não são assinadas nem o papel é timbrado. Aqui estava anotado para solicitar ao Cacá

Diegues exatamente uma cópia, a menos que haja alguma coisa que não seja desejável.

O SR. CARLOS DIEGUES – Não, tudo bem.

O SR. PRESIDENTE (José Fogaça) – Concedo a palavra ao Senador Francelino Pereira.

O SR. FRANCELINO PEREIRA – Sr. Presidente, a função do relator é a de ouvir, até porque temos uma função que é “desateadora”.

Nossos trabalhos deverão ser encerrados às 13 horas, o tempo está se esgotando, mesmo porque temos de ir para a televisão exatamente a essa hora.

Como os expositores de hoje pouco ouviram a respeito da razão dos nossos trabalhos e do fundamento desta Comissão Especial, eu gostaria de dizer alguma coisa. Primeiro, quero dizer que – isso já é corrente no Brasil – praticamente não nos dirigimos a esse cineasta, a esse documentarista ou a esse distribuidor. Implantamos e divulgamos – e isso pegou – que nos dirigimos ao chamado povo do cinema. Com isso, colocamos a um só plano ricos e pobres, velhos e novos e os novatos também. Consequentemente, estamos aqui numa sala em que todos somos do povo do cinema; quem não se interessar pelo cinema não é povo, principalmente povo do cinema.

Qual a razão disso? Em nossa longa experiência de vida parlamentar, quer como Vereador em Belo Horizonte, quer como Deputado Federal por dezesseis anos, quer como presidente de partido, quer como Governador de um continente chamado Minas Gerais e, agora, como Senador da República, nunca havia percebido que o Congresso Nacional não trata de cinema. E também não percebia que os cineastas, os documentaristas, o chamado povo do cinema não se dirigia ao Congresso Nacional, como se o Congresso Nacional fosse destinado apenas a legislar – o que, aliás, devia ser a menor função do Congresso, porque, geralmente, legislamos para restringir, para condenar, inclusive eliminando leis que eventualmente possam até favorecer o próprio prolongamento da vida pública dos que estão ou estiveram aqui. Assim, essa idéia surgiu exatamente no momento em que percebemos que não há uma interlocução entre a sociedade e o Congresso Nacional. O chamado povo do cinema, principalmente os exibidores, produtores, cineastas, documentaristas, distribuidores, dirigem-se geralmente ao Ministério da Cultura, que, antes, era o Ministério da Educação e Cultura. E se limita a isso. O Congresso Nacional não debate esse assunto, talvez porque considera isso um lazer, não sendo tão importante. Os próprios Parlamentares freqüentam quase que imperceptivelmente o cinema, o filme brasileiro.

Então, esta comissão foi criada exatamente para estabelecer um convívio, um debate, uma polêmica dentro de uma Casa que vive, alimenta-se, sonha e, às vezes, vai até ao desespero na busca de soluções consensuais.

Conversando com o Ministro da Cultura, Francisco Weffort – temos um convívio positivo, com poucas divergências –, S. Ex^a aplaudiu imediatamente a nossa iniciativa e disse o porquê: porque o Ministério da Cultura tem uma comissão especial, tem um Ministro vivamente interessado na cultura cinematográfica, tem um Secretário de Audiovisual que também é interessado nesse assunto, mas a verdade é que eles ficam numa redoma, dentro de um círculo, porque não podem estabelecer um debate que possa provocar um atrito dentro da própria estrutura de Governo. Ele disse assim: criem a comissão

imediatamente, porque o Congresso é uma Casa aberta, em que todos entram, divergem, discutem, até que, afinal, terminemos com uma solução consensual, que são as leis ou as decisões tomadas pelo Congresso, no voto secreto ou não.

Esta é a razão pela qual estamos aqui – não sei se na 8ª ou 9ª ou 10ª reunião, estamos chegando quase ao fim dos nossos trabalhos -, exatamente para que se estabeleça esse debate, essa controvérsia, essa polêmica, para chegarmos a uma conclusão. É uma utopia? Estamos diante de um enigma? Sim, um enigma é um desafio, a utopia também é um desafio. Por isso mesmo – desde logo, quero dizer -, estamos aqui satisfeitos. A exposição de Cacá Diegues foi magnífica, bastante clara e deu uma contribuição excelente, sobretudo porque, ao lado dele, estão dois, Bruno e Rodrigo, que trouxeram uma contribuição importante para uma lacuna que ainda existia na estrutura do nosso trabalho, que era um debate mais aprofundado no plano da distribuição.

Na próxima semana, vamos ouvir aqui dois cineastas, duas personalidades do mundo do cinema. Naturalmente, vamos chegar a uma conclusão.

Eu queria apenas fazer algumas perguntas rapidamente. Primeiro, quero dizer que não deu para entender bem quando Cacá Diegues fala que a produção não gera distribuição, a distribuição é que pode gerar a produção. Isso deve ser uma afirmação que se faz e é bom situarmos as coisas, para que exista objetividade, porque, sem objetividade, a solidão toma lugar, até pelo afastamento das coisas.

Quero dizer também que a concentração de renda no Brasil é realmente perversa - digo sempre que ela é sinistra. Isso não pode continuar assim, mas continuará por muito tempo. E, conseqüentemente, a sociedade brasileira tem de buscar a sua auto-estima.

A palavra espelho é sempre citada aqui, até porque faz parte de uma frase da estrutura verbal do mundo do cinema. Conheço uma moça que não se olhava no espelho, porque, à medida que crescia, o nariz também crescia, e não queria saber de espelho de jeito nenhum. Até que um dia, conversando comigo, sugeri que ela fizesse uma plástica. E fez a plástica aos 17 anos.

Meu caro Cacá Diegues, essa menina, por onde passa, olha-se no espelho. Se está no elevador e não tem um espelho, ela fica incomodada; se há um espelho, ela não ouve ninguém, porque fica se olhando permanentemente. É algo fantástico. Se eu voltasse ao Governo de Minas,... Ah, se eu voltasse... Quem não deseja voltar? O caminho de volta é sempre agradável, sobretudo para quem fez um governo considerado como um dos melhores de Minas Gerais, até porque cuidamos da política social.

Por outro lado, tenho algumas amigas ainda relativamente novas e outras relativamente velhas, que já não querem saber de espelhos. Há uma que diz: "Tirei todos os espelhos da minha casa. Não entro em elevador que tem espelho". É uma palavrinha mágica, enigmática ou emblemática, utópica – não sei; é a própria auto-estima. É preciso buscar a auto-estima da sociedade brasileira. Somos cento e sessenta milhões de brasileiros. Somos o último País em concentração de renda. Estamos na ponta final. Éramos a 48ª Nação em indicadores sociais negativos e hoje somos a última. É uma construção. Na medida em que colocarmos na cabeça de cada brasileiro, por meio da busca da

auto-estima, que cada um está construindo uma Nação, pobre ou rico, homem rural ou urbano, a partir desse momento, todos, na desigualdade evidentemente, estarão conscientes de que estamos construindo uma Nação que já está merecendo o olhar do mundo inteiro.

Qual a nossa preocupação? Deveríamos realmente buscar o que o Rodrigo falou: o apoio local, o apoio da cidade. Darei um exemplo. Ninguém ia ao cinema em Ouro Preto, até que apareceu a Universidade, e uma ou duas pessoas começaram a tratar do cinema, aparecendo também uma pessoa para liderar isso; e o cinema de Ouro Preto é lotado todos os dias. Parece-me que o Luís Inácio e a sua esposa estão hoje em Ouro Preto, porque foram convidados para explicar o filme “Atrás do Pano”. Essa auto-estima estende-se também à própria comunidade, buscando o apoio local.

Com essa preocupação, faço uma pergunta final ao Cacá Diegues. Afinal, Deus é brasileiro? O título do seu novo filme, baseado no conto de João Ubaldo Ribeiro, esse baiano de bigode, está baseado em um conto sobre um santo que não acredita em Deus? Cacá acredita em Deus? Deus é brasileiro? Esse filme servirá para levantar a auto-estima do brasileiro ou para buscá-la, por intermédio da sedução do desvendar do enigma, colocando a mão na utopia e tentando colocar a mão no horizonte da vida? Ou esse filme servirá para filmar o Morro Dona Marta? Esse filme é algo semelhante ou usa uma técnica, um modelo, um sistema, uma formatação da notícia de uma guerra particular do meu amigo João Moreira Salles?

Esse filme que Cacá Diegues está fazendo é parecido com o chinês que passou agora, “Nenhum a menos”, um filme de uma simplicidade até agradabilíssima? Esse filme é como “O Primeiro Dia”, do Walter Salles, que participará desta Comissão na próxima semana para dar o seu depoimento e o seu testemunho? Ou esse filme tem a dimensão de “Villa Lobos”, do nosso Zelito?

Queremos, na verdade, procurar uma forma de filmar com menos recursos. Se fizermos um filme americano, poderemos efetivamente investir dinheiro, mas não temos esse dinheiro. Às vezes, filmando a própria realidade brasileira e juntando as imagens, cria-se um grande filme que mostra o Brasil para todos.

Esse filme, como o do João Moreira Salles, aumenta essa estima brasileira ou é um instrumento para convocar a sociedade, o Governo e todos para melhorarem as condições econômicas e sociais brasileiras?

Afinal, Cacá, Deus é brasileiro?

O SR. PRESIENTE (José Fogaça) – Só não responda como o Fernando Henrique. De resto, tudo bem.

O SR. CARLOS DIEGUES – Em que buraco V. Ex^a está me metendo, Senador?

Não estou caindo fora, mas é difícil falar de um filme que não existe ainda. É como um filho na barriga: não se sabe a cor do olho nem o sexo direito. É muito difícil falar sobre isso. O filme será, necessariamente, uma continuação do meu trabalho.

Senador, pertenço a uma geração que tem uma relação muito apaixonada com o Brasil, uma relação de mulher traída. Amamos aquela mulher, mas sabemos que não é muito direita. Mesmo assim, continuamos a amá-la e

sofremos por causa disso. Dessa forma, não sei se isso aumenta ou diminui a auto-estima.

Gostaria de fazer filmes que fossem sempre motivo de discussão do meu País.

O SR. PRESIDENTE (José Fogaça) – Muito obrigado.

Chegamos ao momento da conclusão. Agradeço a presença do Bruno Wainer, do Rodrigo Braga e do cineasta Carlos Diegues.

Tenho a impressão de que podemos fixar alguns pontos importantes nesta manhã. Primeiro: o papel do Congresso é muito importante, mas não é absoluto nem onipotente; há limitações. Há um papel de articulação do Estado que tem de ser feito pela iniciativa política de quem estiver no controle do Poder Executivo. Ou seja: hoje, há um novo papel do Estado, o papel de articular as diversas forças que atuam até no ambiente privado, para que todas sejam favorecidas.

No caso do cinema, há aquela imagem trazida pelo Carlos Diegues de que todo mundo tem de gostar do que foi feito: a televisão, o distribuidor, o produtor e o exibidor. Se não for bom para todo mundo, é porque o processo de articulação está equivocado ou, pelo menos, não está caminhando na direção certa.

Parece-me que a necessidade de se incentivar a expansão de salas, por meio de uma combinação de políticas entre Governos Federal, Estaduais e Municipais, também ficou bem patente aqui nas diversas exposições.

O aspecto mais claro para nós, sobre tudo que foi dito – e já estava caminhando nessa direção –, é a importância que tem a televisão, quer dizer, o papel da televisão. Não só o quanto ela pode ajudar, mas também o quanto ela tem prejudicado, na medida em que ela se evade, em que ela se exclui desse processo. Não se considera partícipe do processo produtivo de cinema. Quer dizer, há muito tempo, eu mesmo tenho levantado essa questão de transmitir e produzir.

Qual a concessão pública que deve ser dada a um grupo empresarial que detém o poder de transmissão? A meu ver, o poder que se dá é o de transmitir, que não necessariamente está associado ao que chamamos de conteúdo, ou seja, a produção do material que será transmitido. Se conseguíssemos dissociar isso, senão vinte e quatro horas do dia pelo menos uma parte do dia, talvez ampliássemos as possibilidades de casar mais o cinema com a televisão.

De qualquer forma, tivemos um momento extraordinário, como acentuou o Senador Artur da Távola; um momento realmente edificante e estimulante para esta Comissão.

Agradecemos a presença dos convidados e consideramos encerrados os trabalhos nesta manhã.

Muito obrigado a todos.

(Levanta-se a reunião às 12h32min.)