

Cinema e Estado na economia audiovisual brasileira

Experiências populares na Bahia¹

Claudio Cledson Novaes

Universidade Estadual de Feira de Santana Bahia/Brésil

Aspectos históricos do cinema popular e o papel do Estado nacional

As políticas culturais no campo audiovisual brasileiro dos anos 2003 e 2016² podem ser lidas pelo viés do discurso nacional-popular³ em contraponto com a indústria de massa. Isto serve para avaliarmos o grau de repetição contemporânea desta problemática nacionalista que marcou as discussões sobre o cinema brasileiro nos anos 1950-1960, sendo tais questões retomadas pelos cineastas aos escritores modernistas dos anos 1920-1930.

O nacional popular é uma política cultural que formula os ideais de nação a partir da cultura popular. Nos anos 1960, os intelectuais e artistas reivindicavam o popular como forma de resistência às transformações capitalistas, mas, como afirma Tânia da Costa Garcia⁴, esta atitude não se opõe necessariamente ao progresso industrial. Os autores engajados ocupavam os meios de comunicação contra a hegemonia dos produtos estrangeiros, principalmente na música, no cinema e na publicidade. Quanto ao cinema, este problema repercute na crítica dos cinemanovistas contra o cinema clássico, tanto no sentido do conteúdo melodramático dos filmes padrões da indústria de massa, quanto pelas questões econômicas que dificultavam a presença

¹ Publicamos sobre o mesmo tema: *Políticas audiovisuais no Brasil contemporâneo. Experiências populares de produção de cinema na Bahia*, REVISTA O OLHO DA HISTÓRIA, UFBA, n° 23, 2016.

² Neste período exerceram os mandatos de presidentes do Brasil pelo Partido dos Trabalhadores Luiz Inácio Lula da Silva (2003 a 2010) e Dilma Rousseff (2011 a 2016), e os Ministros da Cultura foram o músico Gilberto Gil (2003 a 2008) e o sociólogo Juca Ferreira (2008 a 2011).

³ Para uma introdução ao tema do nacional-popular no cinema brasileiro: Maria Rita GALVÃO; Jean-Claude BERNARDET, *Cinema - O Nacional e o popular na cultura brasileira*, São Paulo, Embrafilme/Brasiliense, 1980; Jean-Claude BERNARDET, *Cineastas e imagens do povo*, São Paulo, Companhia da Letras, 2014; Ismail XAVIER, *O cinema brasileiro moderno*, Rio de Janeiro, Paz e Terra, 2001.

⁴ Tânia da Costa GARCIA, “Tudo Bem e o nacional-popular no Brasil dos anos 70”, *História*, São Paulo, v. 26, n°2, 2007, p. 182-200.

do filme brasileiro no circuito exibidor, desde a produção até a distribuição dos filmes.

Neste contexto, entra em cena a geração de cineastas dos anos 1950-1960, que busca estratégias para a concorrência do filme nacional com o estrangeiro, demarcando o papel ideológico da produção local e a necessidade de regulação do mercado audiovisual pelo Estado. Os mecanismos protecionistas do cinema de conteúdo nacional, conforme pesquisa de Karine Santos Ruy⁵, foram fundamentais para a realização dos cinemas de baixo orçamento no Brasil, sendo esta a marca dos debates sobre cinema nacional-popular que permanece até hoje como alternativa para o audiovisual.

A partir de 2003 retornam alguns mecanismos estatais para o fortalecimento do setor de audiovisual de conteúdo brasileiro, culminando com a retomada do cinema nacional após a paralisação quase total de produções de filmes durante os anos 1990. Os incentivos contemplam o cinema com estética desenvolvida pela industrial global, mas também com o conteúdo nacional-popular como característica ética nas realizações locais voltadas para a diversidade cultural do país⁶.

É neste ambiente de retomada do papel protetor do Estado que surgem alguns manifestos de intelectuais e artistas sobre os avanços e impasses no campo das políticas para o audiovisual brasileiro, como a *Carta de Tiradentes*⁷, em 2011 e 2015, documento divulgado no festival de cinema da cidade mineira homônima⁸.

Os manifestos contemporâneos retomam questões dos primórdios da polêmica do cinema popular *versus* o cinema de massa; e os estudos clássicos de Alex Viany e de

⁵ Karine Santos RUY, “Os espaços do cinema de baixo orçamento no Brasil”, *REBECA Revista Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual*, v. 5, n°1, 2016, consultado em 2 de novembro de 2016, <http://rebeca.socine.org.br/1/article/view/2011>.

⁶ A partir de 2003 surgiram os editais da Secretaria do Audiovisual-SAV, do Ministério da Cultura, visando à formação profissional, à produção inclusiva, à regionalização, à difusão não-comercial e à democratização do acesso e preservação dos audiovisuais brasileiros pelo Plano Nacional de Cultura.

⁷ Irandhir Santos PINTO; João Miguel Serrano LEONELLI, *Carta de Tiradentes*, Boletim. Cinema. Wiki.br, consultado em 17 de novembro de 2017, <http://boletim.cinema.wiki.br/2011/01/29/carta-de-tiradentes/>.

⁸ Mostra Tiradentes de Cinema teve em 2017 a XVIII edição.

Paulo Emílio Salles, que são os primeiros críticos mais sistemáticos sobre esta questão na história do cinema brasileiro, ainda interessam como interpretações das políticas culturais para o campo audiovisual. O emblemático discurso que opõe a grande indústria do audiovisual às produções alternativas coloca a indústria cultural de massa como máquina hegemônica e articula estratégias para mobilizar o Estado nacional e o público em resistência ao modelo audiovisual dominante. Alex Viany, mesmo concordando com tais reivindicações nacionalistas, propõe rediscutir o sucesso do cinema clássico representado nas chanchadas brasileiras dos anos 1950.

O desafio de pensar sobre a contribuição do cinema de massa, apesar de condenado pelo Cinema Novo, significava compreender a recepção do cinema clássico pelo público, pois, segundo Viany, o cinema brasileiro teria na precariedade econômica do país o espelho da sua identidade, mas a sofisticação técnica poderia ser aliada na representação audiovisual que não estigmatizasse a pobreza. Conforme ele afirma:

[...] não será demais dizer que mesmo nos mais despreziosos e desleixados film musicais e chanchadas musicais poderão ser encontrados elementos valiosos para a formação do núcleo de um gênero popular-brasileiro capaz de agradar tanto aqui como no estrangeiro⁹.

Paulo Emílio Salles Gomes enfrenta o mesmo problema ao analisar o nacionalismo popular da esquerda. Ele afirma a necessidade de aliança com indústria do cinema, para articular a técnica com a economia precária do país, considerando que a precariedade econômica e social brasileira pode passar por uma transcendência fílmica e criar as condições materiais e existências do cinema nacional. Para isto, é necessário convencer o público para a visibilidade de elementos da pobreza local recalcados na estética clássica. Para ele isto não implica opor cinema de arte à

⁹ Alex VIANY, *Introdução ao cinema brasileiro*, Rio de Janeiro, Revan, 1993, p. 121-122.

indústria de massa, pois o cinema requer condições materiais para se realizar como popular para além do estigma da pobreza. Como ele afirma:

Em cinema o subdesenvolvimento não é uma etapa, um estágio, mas um estado: os filmes dos países desenvolvidos nunca passaram por esta situação, enquanto os outros tendem a se instalar nela. O cinema é incapaz de encontrar dentro de si próprio energias que lhe permitam escapar à condição de subdesenvolvimento, mesmo quando uma conjuntura particularmente favorável suscita uma expansão na fabricação de filmes¹⁰.

Estas duas referências críticas sobre a história do cinema brasileiro são pontos de apoio para pensarmos como os dilemas da indústria audiovisual do país foram retomados no projeto político-cultural do período de Governo do Partido dos Trabalhadores, de 2003 a 2016, quando o campo da cultura ganhou dimensão estratégica para a inclusão da diversidade cultural brasileira.

O que se observa é que a história do cinema brasileiro é marcada pela dependência da estrutura estatal, como afirma Anita Simis, em seu livro *Estado e Cinema no Brasil*¹¹. As agências estatais sempre estiveram presentes na organização da arte cinematográfica no país, o que não é diferente em outros países, porque a potência pedagógica e de propaganda imaginária através do cinema é importante para as políticas públicas. Segundo a autora, o cinema brasileiro é organizado pelo Estado desde o primeiro governo de Getúlio Vargas, nos anos 1930, passando pela criação das agências financiadoras pelo governo militar nos anos 1960, o que demonstra sempre ter havido interesse estatal pelo cinema. Com a falência das grandes indústrias cinematográficas nacionais nos anos 1950, o Estado assume o incentivo da força cultural e intelectual do cinema, visando criar um mercado cinematográfico e o desenvolvimento da produção de filmes nacionais com as concessões feitas aos

¹⁰ Paulo Emílio Salles GOMES, *Cinema: trajetória no subdesenvolvimento*, Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1980, p. 85.

¹¹ Anita SIMIS, *Estado e cinema no Brasil*, São Paulo, Annablume, 1996.

produtores, o que legitimou as agências estatais como a Embrafilme¹², que atuava da produção até a distribuição de filmes nacionais antes de ser extinta na década de 1990.

Os críticos identificam nos anos 1950-1960 as bases do cinema moderno brasileiro e os modelos das políticas culturais para o setor. Os produtores e realizadores da atualidade dialogam com este passado quanto ao olhar sobre a identidade popular do país. Como diz Jean-Claude Bernardet, a tendência histórica e cultural no cinema moderno dos anos 1960 não é apenas a identificação pessoal dos cineastas com a situação política do país no período da ditadura, mas, como ele diz, “[...] é um movimento geral do cinema brasileiro”¹³.

É necessário este contraponto crítico com o passado para compreendermos a necessidade de novas alternativas no presente. Conforme ainda Jean-Claude Bernardet:

O recuo no passado também permite uma visão global de certos fenômenos e uma compreensão do seu mecanismo, e possibilita que se recorra a uma certa elaboração prévia, por mais precária que seja, dessa matéria histórica; por isso, uma certa tranquilidade estética era possível¹⁴.

Com algumas variações, ainda é a mesma polêmica que alimenta a relação entre Estado e cinema no Brasil, surgindo ações políticas que se modificam nos variados contextos para enfrentarem o mesmo problema: a dependência dos setores culturais dos mecanismos de apoio patrocinados pelo Estado nacional.

¹² A Empresa Brasileira de Cinema S/A-Embrafilme foi criada por decreto-lei Nº 862, de 12/09/1969, para a produção e distribuição de filmes brasileiros; extinta em 16/03/ 1990, somente foram recuperadas as suas funções na Agência Nacional de Cinema/Ancine, criada em 2001. Foi regulamentada em 2002 e vinculada ao Ministério da Cultura em 2003.

¹³ Jean-Claude BERNARDET, *Brasil em tempo de cinema – ensaio sobre o cinema brasileiro de 1958 a 1966*, São Paulo, Companhia das Letras, 2007, p. 105.

¹⁴ *Ibid.*

Carta de Tiradentes: cinema nacional e políticas culturais contemporâneas

Algumas estratégias de popularização do audiovisual com o apoio do Estado são discutidas na *Carta de Tiradentes*, de 2011 e 2015, manifesto lançado no festival de cinema realizado na cidade homônima de Minas Gerais. O documento é assinado por artistas da área audiovisual, que avaliam as políticas contemporâneas dos organismos de Estado, apresentando uma visão dos autores e dos produtores independentes da grande indústria do cinema nacional.

A *Carta de Tiradentes* identifica nos incentivos estatais para a produção audiovisual no Brasil as potências e as fragilidades do sistema audiovisual brasileiro, ampliando a luta de cineastas e intelectuais para garantir o fomento pelo Estado, que sempre foi alternativa para o desenvolvimento do setor frente ao domínio do filme estrangeiro e o impacto da indústria cultural na frágil economia da cultura brasileira. O apoio estatal teve variadas naturezas ideológicas e foi reformulado em vários momentos da história política e cultural do país, mas nunca deixou de existir como interferência na economia simbólica. O projeto de identidade nacional-popular dos anos 1950-60 ainda hoje baliza as reivindicações dos intelectuais e cineastas envolvidos nas campanhas pelo financiamento público, principalmente no campo audiovisual. Os produtores, realizadores e atores responsáveis pelo documento consideram estratégico para o país que as produções audiovisuais privilegiem a autoimagem dos territórios de identidades afinadas com o discurso popular.

A primeira *Carta de Tiradentes*, de 2011, foi apresentada ao público pelos atores e cineastas Irandhir Santos e João Miguel, tendo repercussão nacional e reprodução em vários jornais do país, principalmente por sugerir ao Ministério da Cultura modelos de políticas públicas para o setor. O texto da primeira carta apresenta a expectativa quanto ao plano de desenvolvimento do audiovisual proposto pelo Governo Federal, que é avaliado na prática pelo grau de diversidade da programação de filmes da Mostra de Cinema de Tiradentes, em Minas Gerais. Segundo os cineastas, surge um novo tempo, novas paisagens e novas questões, assim como

novos agentes, imagens e sons que se multiplicam por todas as regiões do país, refletindo a diversidade cultural do Brasil⁵.

A expectativa positiva dos cineastas em 2011 se baseia principalmente nas iniciativas do setor público e na democratização dos materiais e meios para a produção audiovisual, além da perspectiva da inclusão social com os novos sujeitos realizando seus próprios filmes e fazendo de grande parcela da sociedade brasileira um potencial de espectadores para o cinema nacional. O principal exemplo de política estatal destacada na *Carta de Tiradentes* 2011 é o programa de editais *Revelando os Brasis*⁶, do Ministério da Cultura-Minc, que neste ano tinha a sua terceira edição.

Na *Carta de Tiradentes* de 2015 os autores ainda não tinham sofrido o impacto da crise política iniciada naquele ano que levaria o país ao golpe político-jurídico-parlamentar em 2016⁷. A força do campo audiovisual é destacada após quatro anos da primeira carta, em 2011, pois o país conseguia, segundo eles, ter uma das políticas setoriais mais robustas do mundo, com recursos para a produção em diversas linhas de fomento, e avanços na economia de produção, incorporando arranjos em novos formatos de mídias e de estéticas. A carta afirmava em 2015 que o Brasil estava pronto para o salto de qualidade e para radicalizar na democratização do acesso dos brasileiros à produção audiovisual financiada pelo Estado⁸.

Em dezembro de 2016 já não é mais certa a nova aurora anunciada pela *Carta de Tiradentes*, pois o Estado democrático e os mecanismos de acesso à produção de imagens populares nos conteúdos audiovisuais estão ameaçados com as mudanças políticas, principalmente com o esvaziamento político e financeiro do Ministério da Cultura. A política audiovisual brasileira tinha-se fortalecido entre 2003 e 2014 com

⁵ I. S. PINTO; J. M. S. LEONNELLI, “Carta de Tiradentes”, *op. cit.*

⁶ *Edital Revelando os Brasis*, consultado em 17 de novembro de 2017, http://www.cultura.gov.br/noticias-destaques//asset_publisher/OiKX3xlRqiTn/content/revelando-os-brasis/10901.

⁷ Um processo jurídico/parlamentar fraudulento iniciado em Dezembro de 2015 na Câmara dos Deputados afastou provisoriamente a Presidenta Dilma Rousseff (PT), em Maio de 2016, culminando com o seu afastamento definitivo em Dezembro de 2016, após um traumático processo de julgamento forjado pelas elites financeiras em colaboração com a justiça partidarizada e deputados e senadores cooptados.

⁸ I. S. PINTO; J. M. S. LEONNELLI, “Carta de Tiradentes”, *op. cit.*

os novos instrumentos de financiamento, de formação de público e de produção audiovisual de interesse coletivo, destacando-se neste período os programas da Agência Nacional do Cinema (Ancine), do Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) e do Programa Brasil de Todas as Telas, além da Lei 12.485/2011, que regula os mecanismos de regionalização de conteúdos da Televisão paga no Brasil⁹.

As iniciativas de grupos comunitários, associações de cultura e parcerias entre os produtores e os realizadores de audiovisual prosperaram com os instrumentos oficiais que potencializam o caráter comunitário e popular do audiovisual brasileiro nos últimos 15 anos. Por exemplo, o estímulo do Ministério da Cultura (Minc) para a criação dos *Pontos de Cultura* espalhados por todo o país, bem como o incentivo às políticas locais voltadas para o audiovisual, através de editais públicos com recursos de empresas estatais e privadas e dos fundos de culturas dos Estados e Municípios brasileiros.

O ex-ministro de Estado da cultura, Juca Ferreira, que participou da construção de muitos dos mecanismos da retomada do audiovisual brasileiro, inicialmente como auxiliar do Ministro Gilberto Gil, no governo Lula, entre 2003 e 2006, e depois ele mesmo como dirigente do Ministério da Cultura, afirma no Festival de Cinema de Tiradentes, em 2015, que é preciso maior aproximação entre a secretaria de Audiovisual do Ministério da Cultura e a Ancine/Agência Nacional do Cinema para que se tracem políticas que tornem o audiovisual nacional mais popular e acessível aos brasileiros. Segundo ele, a comunicação deve ser um direito essencial para a realização plena dos direitos culturais.

Algumas estratégias para a retomada da imagem do popular foram postas em prática por produtores de audiovisual no Brasil nos últimos 15 anos, como reflexo deste contexto de euforia da *Carta de Tiradentes*. Ao mesmo tempo são produções que

⁹ Para introdução ao tema das políticas audiovisuais: Marcelo IKEDA, *O cinema brasileiro a partir da retomada – aspectos econômicos e políticos*, São Paulo, Summus, 2015; Antônio A. C. RUBIM, *Cultura e políticas culturais*, São Paulo, Azougue, 2011.

buscam se infiltrar na estrutura econômica de massa e exercitam o olhar sobre conteúdos locais com o apoio de políticas de Estado.

Produções experimentais de audiovisuais populares na Bahia

Dentro desta perspectiva apresentamos brevemente o histórico de três experiências de produção audiovisual amparadas no contexto de reformulação de políticas culturais dos últimos 15 anos: a escola comunitária de audiovisual *Pensar Filmes*, organismo não governamental fundado pelo grupo cultural *Rheluz*, um projeto cultural comunitário estruturado por jovens do município de Pintadas-Ba no sertão central do semiárido baiano; o filme *Cangaceiro Gato – um rastro de ódio e de sangue*, um filme do gênero docodrama rural sobre o cangaço sertanejo, idealizado e filmado de forma coletiva por um grupo de cultura popular sediado na cidade de Paulo Afonso-Ba no sertão norte da Bahia; o filme *Cuíca de Santo Amaro*, projeto fílmico de excelente finalização técnica financiado de forma colaborativa e por editais públicos; este filme é documento histórico filmado em Salvador e no recôncavo baiano. A narrativa mostra a vida e a obra literária-popular do mais conhecido cordelista brasileiro do século XX, Cuíca de Santo Amaro.

O *Ponto de Cultura Pensar Filmes*²⁰ é dirigido pela Rede Pintadas em parceria com a Companhia de Artes Cênicas Rheluz. Foi estruturado financeiramente através de Editais da Secretaria de Cultura do Estado da Bahia, a partir de 2008, com o intuito de montar um curso para formar na comunidade os produtores e os realizadores de obras audiovisuais. A proposta inicial envolveu 40 participantes, entre jovens e adultos dos 14 municípios, que à época perfaziam a comunidade identitária da Bacia do Jacuípe. A primeira turma durou três anos e com o êxito do projeto aumentou a demanda por vagas, o que causou a ampliação do projeto que chegou à terceira turma com 50 vagas distribuídas para todo o Estado da Bahia.

²⁰ *Ponto de Cultura Pensar Filmes*, consultado em 2 novembro de 2016 e 17 de novembro de 2017, www.pensarfilmes.com.

As principais ações do grupo são as oficinas de formação audiovisual que já possibilitaram diversas produções de filmes e a realização do I Festival Nacional de Curtas Pensar Filmes, em 2014²¹, com a exibição, votação e premiação dos filmes. O festival foi um evento de amplo painel de produções cinematográficas brasileiras, a partir das experiências de produtores independentes e dos Pontos de Cultura de todo território nacional, visando incentivar e difundir o cinema e propiciando encontro do público com as produções, para estimular novas ideias e intercâmbios e gerar reflexões sobre cinema de arte numa perspectiva de identidade cultural.

Segundo os organizadores do Pensar Filmes, o potencial do evento provou que é possível vencer as adversidades de um território marcado pelos estereótipos da pobreza e do atraso disseminados sobre essa região do país. O evento foi divulgado em diversas matérias jornalísticas, mostrando curtas metragens com conteúdos cinematográficos sobre as potencialidades da região, ressaltando aspectos da cultura, da economia e as particularidades dos Territórios Identitários da Bahia e do Brasil, como o Samba de Roda, os festejos juninos, o esporte, o artesanato e as iniciativas populares para a geração de emprego e renda.

O curso de cinema *Pensar Filmes* também firmou parceria com a TV Educativa da Bahia (TVE), o que possibilitou a transmissão de diversos conteúdos do Ponto de Cultura na programação da televisão aberta estatal. O resultado desta iniciativa reflete o horizonte de expectativas da *Carta de Tiradentes*. Os jovens do Curso de Cinema Pensar Filmes trilham novos caminhos, como é o caso de Jorge Henrique Macedo de Almeida, 20 anos, morador de pequena comunidade rural que participou da primeira turma de produção audiovisual do Pensar Filmes e já trabalhou na cobertura do São João da Bacia do Jacuípe na parceria do Pensar Filmes com a TVE. Segundo ele, quando tinha 16 anos e cursava o 3º ano de ensino médio imaginava que para trabalhar com comunicação era necessário ir para capital e cursar a faculdade, e que

²¹ *Festival Pensar Filmes*, consultado em 4 de novembro de 2016 e 17 de novembro de 2017, <http://www.festivalpensarfilmes.com.br/>.

só poderia atuar neste setor numa cidade grande. Depois do curso percebeu que podiam produzir conteúdo de qualidade sem sair da região, sendo eles mesmos os autores das narrativas sobre suas vidas. Este jovem virou produtor audiovisual e realizou diversos trabalhos, confirmando a potência da política pública de inclusão social e econômica pela indústria audiovisual.

A meta deste e de outros jovens é obter o registro profissional e ingressar no curso superior em comunicação social, a partir dos dispositivos promovidos pelo curso do Ponto de Cultura Pensar Filmes. Assim já fizeram as jovens Lanna Kelly dos Santos e Marta Mendes, ex-alunas do Pensar Filmes, que, após participarem da formação em audiovisual no projeto, fizeram a seleção para o Curso de Comunicação e Produção Cultural, da Universidade Federal da Bahia e cursaram a graduação.

A história do movimento audiovisual em Pintadas começou no ano 2000 com o Cine Móvel Rheluz, um projeto financiado pelo Pró-Renda Rural com apoio da entidade alemã DED (Serviço Alemão de Cooperação Técnica): um equipamento foi instalado numa Kombi que percorria as comunidades rurais e a área urbana do município, registrando o cotidiano da população, exibindo filmes e promovendo debates sobre os filmes exibidos. Posteriormente, o cinema móvel também começou a circular nos municípios circunvizinhos, a partir do Projeto de Semanas Culturais.

Em 15 anos de ação o movimento se fortaleceu, iniciando de forma mambembe com a exibição de obras audiovisuais para as comunidades, para passar à realização e exibição de filmes sobre a própria comunidade. Os documentários e ficções produzidos sobre as identidades locais são discutidos como parte do imaginário popular do cinema nacional brasileiro. O projeto alçou a comunidade para um protagonismo nacional, mostrando a potencialidade da cultura popular, além de apresentar estratégias econômicas de autogestão com prioridade para a independência do discurso audiovisual de jovens cineastas formados pelo projeto.

Cangaceiro Gato – um rastro de ódio e de sangue é uma produção que antecede muitos dos editais estruturados pelo Ministério da Cultura do Governo do Partido dos Trabalhadores, mas se insere na mesma expectativa da nova aurora audiovisual da

Carta de Tiradentes. O programa de apoio estatal deste período aponta para a superação da dicotomia entre filme comercial e autoral. Segundo os autores da carta-manifesto, parte das dificuldades enfrentadas pela indústria audiovisual brasileira são as dicotomias artificiais, como essa do filme de mercado *versus* o filme de arte.

O filme *Gato*, apesar de ser uma realização artesanal e local, busca os veículos de comunicação e divulgação como obra comercial. Ele explora o tema clássico do cinema brasileiro com o olhar autoral protagonizado por diretores e atores pertencentes ao grupo de cultura local. Esta é uma estratégia discursiva bastante definida dentro do espectro intelectual nacionalista. Conforme os anúncios publicados sobre o filme em jornais eletrônicos, os produtores querem atrair o público pelas características ao mesmo tempo comercial e experimental da obra.

Notícias divulgadas por meio da *internet* demonstram a estratégia dos produtores de usar a dicotomia arte *versus* indústria de massa a favor da atração de espectadores. O filme é anunciado na mídia como um dos mais esperados do ano no circuito local do cinema comercial, salientando que a obra é realização do Núcleo Experimental de Cinema, de Paulo Afonso, com destaque para a direção do pesquisador e escritor pauloafonsino, João de Souza Lima. A narrativa traz a lendária história popular do cangaceiro Gato, encenando fatos históricos da década de 1930 ocorridos na região Norte da Bahia, envolvendo a violência do cangaceiro descendente de índios *Pankararés* e nascido no Raso da Catarina, que é uma região mítica do cangaço localizada nas proximidades de Paulo Afonso.

O documentário dramatizado inclui na performance teatral falas e depoimentos de pessoas que viveram na época da narrativa, construindo uma encenação fílmica intercalada por depoimentos e dramatizações, o que contempla a definição de ducodrama dada por Gilles Marsolais, filme que “*vise à illustrer une situation donnée, un fait vécu antérieurement, ses sources de documentation peuvent être diverses. Selon les cas, il peut s’apparenter davantage au documentaire qu’au cinéma de fiction*”²².

²² Gilles MARSOLAIS, *L’Aventure du cinéma direct revisitée*, Laval/Québec-Canada, Université Laval,

O documentário *Gato* é o primeiro filme do grupo e foi filmado em Maio de 2009, narrando a história da participação de jovens sertanejos que entraram para o grupo do famoso cangaceiro Lampião em 1900. Segundo os produtores da obra, o objetivo principal é contribuir com o desenvolvimento da cultura local, colaborando com a formação e a educação dos jovens, e preservar a memória histórica local para as gerações futuras. Neste sentido, o papel de fortalecimento identitário das regiões do país discutido na *Carta de Tiradentes* é reforçado com a interlocução simbólica com os jovens cineastas enraizados nas tradições do imaginário popular. Neste período novos autores se lançaram na realização de obras cinematográficas para retomar politicamente suas identidades silenciadas em representações exteriores e, deste modo, se lançar no mercado cultural.

O vasto cenário de apoio público e privado para viabilizar a realização do filme *Gato* encena o enfrentamento dos produtores às condições adversas da produção regional de bens culturais, e comprova o potencial simbólico e material da cultura local. São os obstáculos que a *Carta de Tiradentes* ainda aponta como entrave da produção audiovisual brasileira para a inclusão do popular em contraponto ao produto estrangeiro de massa. Para os autores do manifesto *Carta de Tiradentes*, o cinema nacional precisa ser entendido em sua importância simbólica, ultrapassando o bloqueio imposto por estruturas historicamente consagradas, como a manutenção de privilégios regionalizados quanto ao acesso à produção e ao consumo de bens culturais. Os novos filmes funcionam como farol da cultura para o intercâmbio simbólico entre os povos. Para isto, segundo os autores do manifesto discutido na Mostra de Cinema de Tiradentes, existem modelos de produção alternativos até mais baratos e inovadores que não podem ser ignorados pelo Estado.

Cuíca de Santo Amaro é um filme dirigido por Josias Pires e Joel de Almeida e narra vida e obra do poeta popular homônimo²³ no período entre 1930 e 1964. Apresenta a

Collection Les 400 coups, 1997, p. 303.

²³ *Cuíca de Santo Amaro* é como ficou conhecido José Gomes (1907-1964), poeta cordelista e trovador brasileiro nomeado por Jorge Amado como o Trovador da Bahia. Conhecido por escrever sobre

irreverência do cordelista baiano que teria produzido cerca de 100.000 folhetos de cordel, quase todos ilustrados pelo gravurista Sinésio Alves. Nos textos de Cuíca são abordados temas locais diversificados, desde o custo de vida aos crimes noticiados nas páginas policiais dos jornais, até problemas internacionais, como as manobras dos líderes envolvidos na Segunda Guerra Mundial, como Hitler e Stálin. Seus cordéis atraíam os leitores pelo tom grotesco e picante da linguagem e vendiam facilmente nas feiras de Salvador.

O poeta popular Cuíca de Santo Amaro tem como nome civil José Gomes, nascido no dia 19 de Março de 1907, no bairro da Mouraria, em Salvador da Bahia, segundo o registro feito por ele mesmo já com 50 anos de idade. Mas ficou conhecido com o nome do trovador maldito da poesia popular e personagem controverso que produz sua obra entre os anos de 1930 e 1963. Cuíca morreu em 23 de janeiro de 1964.

Por sua popularidade, o poeta popular Cuíca de Santo Amaro foi transformado em personagem literário de vários escritores nacionais, como Dias Gomes e Jorge Amado, e também aparece em filmes dos anos 1950-60, como nos dirigidos por Roberto Pires e Anselmo Duarte. Jorge Amado o considerava o maior trovador da Bahia e o inclui diretamente, ou através de outros personagens, em quatro de suas obras literárias: *Bahia de Todos os Santos* (1945), *A morte e a morte de Quincas Berro d'Água* (1961), *Os Pastores da Noite* (1964) e *Tereza Batista Cansada de Guerra* (1972). Cuíca também inspira Dias Gomes a criar o personagem Dedé Cospe-Rima na peça de teatro *O Pagador de Promessas* (1962), que é adaptada para o cinema por Anselmo Duarte e ganha a Palma de Ouro em Cannes, em 1962. No filme de Anselmo Duarte, Cuíca é representado pelo ator Roberto Ferreira; já no filme *A Grande Feira* (1961), de Roberto Pires, o próprio Cuíca de Santo Amaro em pessoa faz a abertura e a cena final.

O estilo do documentário *Cuíca de Santo Amaro* amalgama contemporaneamente todas as facetas do poeta, a partir do diálogo com a literatura popular e com o cinema

assuntos como sexo, morte e política, virou figura de grande destaque na cultura nordestina.

moderno no cenário baiano dos anos 1950-1960. Os diretores do filme se lançam numa arqueologia das imagens e registros sobre o poeta andarilho, compondo uma narrativa fílmica sofisticada que reconstrói a memória local pelo viés da figura mítica do cordelista lendário na capital baiana. O filme espelha o jogo estilístico dos seus poemas de cordel com discursos contra a hipocrisia das classes dominantes, em pastiche do modo como o poeta ameaçava revelar em versos e na praça pública os segredos de alcova e as trapaças dos ricos moradores da província baiana.

Através de imagens de arquivo montadas com a locução de trechos dos poemas de Cuíca, o filme retrata questões nacionais e internacionais de época com significados bem atuais. O espectador contemporâneo é informado sobre o legado poético picante e irônico do cordelista, ao mesmo tempo em que penetra no imaginário cultural do recôncavo baiano no início da segunda metade do século XX, contando com algumas imagens de época inéditas que são incluídas no documentário, como os trechos filmados sob a coordenação de Alceu Maynard de Araújo, em 1947, encontrados na Cinemateca de São Paulo. Além disto, a produção do filme lança mão dos estudos acadêmicos sobre poeta, como os da pesquisadora literária Edilene Matos, e do pesquisador em linguagens, Mark Curran, além de indicações do poeta Carlos Cunha e de muitos intelectuais que compartilharam no filme suas memórias sentimentais da época.

O filme *Cuíca de Santo Amaro* investiga o processo de construção imaginária do poeta e faz a reconstituição audiovisual dos acervos dos livretos produzidos pelo vate popular. Os temas literários vão desde o registro de fatos locais de modo escandaloso, reflexivo e divertido à abordagem, sob a perspectiva popular, de temas existenciais em meio a notícias de mortes, de sexo, de política e da carestia da vida. A hábil comunicação com a massa de leitores se constrói, segundo a lenda, pela estratégia do poeta chantagear seus personagens reais através de *personas* literárias. Ele trazia traços da vida oculta da sociedade baiana e os tornava públicos pelo método da oralidade, que é a forma da enunciação da narrativa de cordel. Este processo de

enunciação do popular está nas matrizes das mediações de massa estudadas por Jesús Martin-Barbero, pois:

Temos assim um *meio* que, à diferença do livro e *semelhança do periódico*, vai buscar seus leitores na rua. E que apresenta uma feitura no qual o *título* é reclame e motivação, publicidade; segue-se ao título um *resumo* que proporciona ao leitor as chaves do argumento ou as utilidades a que se presta, e uma gravura que explora já a “magia” da imagem. Temos um *mercado* que funciona como o jogo da oferta e da demanda a tal ponto que os títulos e resumos acabam estereotipando-se até a fórmula que melhor consegue expressar cada gênero. Uma evolução que mostra a passagem de uma *empresa de mera difusão* de romances, vilancicos e canções a outra composição de relações (notícias) dos acontecimentos e de almanaques²⁴.

O filme *Cuíca de Santo Amaro* mostra esta dimensão pública do poeta popular. Cuíca obtém informações perigosas de crimes, de escândalos sexuais e políticos e ameaça os envolvidos com a divulgação nas ruas dos resumos das histórias, adiantando alguns detalhes para testar a reação dos envolvidos e dos leitores interessados. Se for procurado em tempo hábil, vende toda a edição para a pessoa que se vê enredada na narrativa. Se não houver comprador interessado em retirar toda a edição do mercado, o poeta tem a venda garantida na rua, devido ao apelo da notícia e a sua estratégia midiática.

A câmera acompanha o imaginário do personagem em deslocamento pelas ruas e praças, ladeiras e becos, informando ao espectador os lugares por onde Cuíca circulava na velha Bahia, entre 1925 e 1964. Os fragmentos da trajetória de vida do poeta são contados por seus familiares e por pessoas do povo e intelectuais que o conheceram e presenciaram suas performances em Salvador e no Recôncavo Baiano.

²⁴ Jesús MARTIN-BARBERO, *Dos meios às mediações – comunicação, cultura e hegemonia*, Rio de Janeiro, Ed. UFRJ, 2003, p. 157.

A forma documental de longa-metragem do filme sobre Cuíca de Santo Amaro espelha também na ficção um imaginário do poeta e trovador baiano que inspirou personagens dos livros de Jorge Amado.

O resultado final do filme só foi possível devido a algumas políticas para o setor audiovisual brasileiro, como a seleção do roteiro para o patrocínio do Programa Petrobras Cultural, e as diversas outras etapas da produção passando por captação de recursos públicos e privados, com um percurso de produção que, apesar das novas fontes de financiamento abertas pelas políticas estatais contemporâneas, remete às lembranças da “estética da fome” dos anos 1950-60 ainda atual na indústria audiovisual brasileira.

Entraves históricos e a aurora interrompida do cinema nacional

A nova aurora brasileira apresentada na *Carta de Tiradentes*, de 2011 e 2015, vislumbrava um horizonte muito diversificado e promissor para a produção e a realização de obras audiovisuais no país, como procuramos exemplificar nos três projetos apresentados, que refletem o potencial de diferentes regiões geográficas, de visões autorais alternativas e de variada qualidade técnica de obras cinematográficas, que, em conjunto, representam a diversidade cultural do território baiano.

O manifesto publicado no festival de cinema de Tiradentes fala também das dificuldades históricas ainda enfrentadas para a realização do cinema nacional-popular no Brasil contemporâneo, desde a produção até a distribuição de filmes nacionais. Depois de 2015, a nova aurora do cinema brasileiro está novamente no horizonte de projetos públicos incertos. Após as mudanças radicais na política do país a cultura volta a ser submetida às diretrizes de um governo antidemocrático e de exceção implantado pelo golpe político-jurídico de 2016.

Podemos concluir que ainda é necessário investimentos em políticas públicas para o audiovisual principalmente em duas questões básicas para o cinema nacional, que foram determinantes para o não desenvolvimento da indústria audiovisual do país em vários momentos históricos: a distribuição de filmes e a formação de público para

o cinema brasileiro. Nos últimos anos foi impressionante o aumento da produção do cinema nacional, assim como o aumento do número de salas de cinema, e até de público. Tudo isto resultado de uma política pública nacional que estruturou o fomento ao audiovisual. Mas um fator desanimador para o filme brasileiro é que o seu consumo comercial não passa de 20 % do total do público. Além de muitas outras, duas questões implicam neste gargalho para o consumo de filme nacional, uma delas é da impossibilidade de acesso devido a ausência de salas de cinemas na maioria das pequenas cidades do País, menos de 11 % possuem cinemas, de acordo com o IBGE; outro problema é mais complexo, pois envolve a subjetividade do olhar do espectador, que é a identificação deste espectador com o filme nacional.

Como dizem Livia Almendary e Marina Pita²⁵, as ações da Agência Nacional do Cinema (Ancine) e da Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura para a ampliação do parque exibidor brasileiro (cuja definição se restringe a salas comerciais), para incentivar a distribuição e exibição das produções nacionais, não foram capazes, até o momento, de diminuir o abismo de desigualdade de acesso ao cinema entre as populações de alta e baixa renda.

Da mesma forma, as políticas culturais exaltadas pelos autores da *Carta de Tiradentes* para a reflexão sobre a identidade nacional-popular nos filmes brasileiros ainda estão distantes de resolver a separação histórica entre o público e o filme brasileiro.

²⁵ Livia ALMENDARY; Marina PITA, “O Brasil que não se vê na atual política de distribuição audiovisual”, *Revista CARTA CAPITAL – Cultura*, 5 de Fevereiro, 2016, consultado em 4 de fevereiro de 2018, <https://www.cartacapital.com.br/blogs/intervozes/o-brasil-que-nao-se-ve-na-atual-politica-de-distribuicao-audiovisual>.