

## Tela Vivíssima

Gustavo Dahl

### 1- Abertura clássica

Seis estúdios cinematográficos de Hollywood, Disney excetuado, anunciaram no dia 03 de abril de 2006, que passariam a vender a partir do “site” Internet Movielink, versões digitais de sucessos recentes, algo entre vinte e trinta dólares de preço, os quais poderão ser gravados em DVD. É o coroamento oficial de um fenômeno em curso, a circulação de conteúdos audiovisuais pela rede mundial.

No século XIV, Gutenberg, comprimindo caracteres em moldes de madeira que podiam associar-se livremente para compor páginas, e daí o livro, revolucionou o fluxo informacional da época. Possibilitando que os centros de produção de saber trocassem entre si o conhecimento produzido através da transportabilidade do livro, desencadeou uma revolução que só tem paralelo na invenção da escrita cuneiforme, na antiga Mesopotâmia (4.000 AC). Em cinco mil anos o elo que vai do pythecantropus ao honus erectus, posteriormente sapiens, avançou mais do que nos cinqüenta mil anos precedentes. Impossível deixar de anotar que a espécie humana se definiu a partir da sua sabedoria, essencialmente capacidade de armazenar e processar informação. Números e caracteres configuram um estado de conhecimento abstrato, racional; imagem e som se plantam no nível do concreto, da sensação libidinal. Apreendidos pelos sentidos, dispensam a representação, estão aí, da sein, como dizia Heidegger. Sexo e sol são para todos. Sons e imagens também. A verdade é concreta e o futuro, a partir da rede, nova biblioteca de Alexandria, é autodidata. Conhecimento em liberdade, indisciplinado, ilimitado.

### 2- A reconquista

Quinze anos é uma eternidade. Na medida que o cotidiano é cada vez mais recheado de signos, o tempo se perde. É uma paisagem que escorre da janela de um trem em movimento (*apud* Virílio). Onde estávamos nós, há três lustros atrás? Ninguém se lembra. Qual foi o deputado em que cada um votou para o Congresso Constituinte? Aquele que fez a “cidadã” que nos rege desde 1988, com o brilhante resultado que se vê. 1991 é igual ao que? A ministra Zélia Cardoso de Mello passando do jurista Bernardo Cabral ao comediante Chico Anísio? A lei Rouanet para compensar a extinção do Concine e da Embrafilme? Collor

camiseteando que “*o tempo é senhor da razão*”? Logo em seguida, Itamar Franco é beijado na boca por Norma Bengell e enfia goela adentro do Ministério da Fazenda a Lei do Audiovisual. Carla Camurati transforma um filme extremamente pessoal, Carlota Joaquina na pedra angular da retomada. Tão importante quanto a qualidade do filme é a capacidade que teve de distribuí-lo de forma artesanal, como fazia Ronaldo Lupo com suas comédias. O sucesso individual, numa indústria movida a expectativa, provoca um novo slogan, “a retomada”. Fábio Barreto oportunamente corre atrás, vende a troca de casais, “swing” de imigrantes na serra gaúcha. É só sexo e amizade. Renasce o cinema brasileiro, na comunicação com o público.

### 3- Democratização e desprofissionalização

A Lei do Audiovisual tinha como objetivo acabar com o fisiologismo embrafilmico, onde o diretor-geral dispunha sobre a chuva numa ou noutra horta. Na modernização da agenda excluía-se a participação do Estado, alegada como fisiológica, ideológica, clientelista em favor da intervenção operacional da iniciativa privada. Com a dedução de 125% sobre o imposto de renda a pagar, até o limite de 3%, a escolha dos projetos foi parar antes na área financeira das empresas, em seguida na área de marketing institucional. Ambas desinteressadas no resultado do filme, na sua presença no mercado. Como disse uma vez um investidor atacado de franqueza: “*com o mesmo dinheiro eu fazia um show do Roberto Carlos no Maracanã, servia uísque escocês e ainda transmitia ao vivo e a cores para televisão aberta*”.

A saída foram as estatais, a Petrobras e o BNDES, que queiram ou não, têm que pagar imposto de renda. A introdução de um produto inteiramente subsidiado (95%) num mercado altamente competitivo é uma inseqüência econômica. Mas é mais fácil sustentar a produção do que intervir no mercado, encarando a distribuição das “majors” e a televisão aberta. Politicamente sai mais barato.

### 4- Regulação é a solução

Os horríveis anos oitenta, no dizer de Bernardo Bertolucci, foram sucedidos pelos piores 90, em que o Consenso de Washington pregava o fim da História. Não deu certo, e pelo menos na América Latina seus artífices estão tendo que encarar a ascensão da esquerda, democraticamente eleita. Lula, Kirchner, Chaves, Bachelet, Evo Morales, quem sabe Obrador e outros. O tiro no Estado saiu pela culatra. Mas também ninguém mais acredita que só o Estado resolve. A regulação, que tenta mediar a livre concorrência com a intervenção do

Estado, se assemelha à necessidade de conjugar a lei da selva com a harmonia das esferas celestiais. A utopia luterana de moderação, poupança, valorização do trabalho terminou no consumo compulsivo, na competitividade feroz, na eugenia da sucessocracia, no endividamento para a ilusão de riqueza. No Brasil, Gisele Bündchen vende sandálias havaianas turbinadas, “*pauvre chic*”, e os pivetes assaltam para terem tênis Nike, fabricados a salários de fome na Tailândia. A imposição da marca pela publicidade, equivale a 80% do custo de venda. Inflação é isso aí.

## 5- O novo mundo

É nesta anti-sociedade que se insere a atividade audiovisual. O binômio televisão/publicidade sacraliza o consumo generalizado. Como diz qualquer “falcão” “*quem não tem motinha não pega ninguém*” nem mesmo com uma arma na cintura. É evidente que a regulação tem que garantir o espaço para uma produção envolvida com o processo de desenvolvimento nacional. Como dizia há tempos Fernando Barbosa Lima: “*Dois minutos de verdade antes do Jornal Nacional, mudariam o país em dois anos*”. Cadê a televisão estatal, as redes educativas, as emissoras públicas, os canais universitários? Chafurdam na pobreza medíocre enquanto a televisão aberta elege o próximo Presidente da República. É a televisão uma concessão do Estado ou o Estado uma concessão da televisão? A condução política da proposta de criação da Ancinav desperdiçou uma oportunidade, mas o bode permanece dentro da sala. Há um cadáver insepulto, gritando que a compreensão do papel social da televisão mudava o país. A opinião pública não pode ser manipulada exclusivamente a partir de uma lógica empresarial privada. A mídia controla a sociedade, a política tem que ser telegênica, mas a opinião pública (este monstro moderno) não tem condições de enfrentar os agentes que a conformaram.

É o big brother brasil. O ícone da justiça é a balança, equilíbrio entre os contrários, o bom senso consentido, o comércio justo, a regulação. Isto é: a democracia mundial audiovisual. O Império intangível que superou a posse territorial, dirigido a corações e mentes, reordenado multilateralmente. *Free trade* ou *fair trade*, esta é a questão. Tupy or not tupy, como queria Oswald de Andrade.

## 6- Conclusão apressada

Há quinze anos atrás a mídia impressa não tratava de questões de comunicação. Quinze anos depois é possível que a indústria de conteúdos, em si mesmo uma economia de redes, se misture a

telemática (telefonia + informática), se substitua a indústria de produtos. A difusão do conteúdo por satélite, a tela de plasma, a intangibilidade da comunicação sem suporte, a distribuição solicitada por demanda, a obra suportada escolhida em bancas de jornais, livrarias, supermercados, com mobilidade ou entregue a domicílio, tudo isto já é o presente. O futuro é a incapacidade do Estado de controlar a pirataria, o tráfico de drogas, de animais silvestres, sexual, a pedofilia mundializada, a pirataria genética, o fim da propriedade intelectual, dos direitos autorais etc, etc, etc. Um admirável mundo novo no qual só há uma certeza: a tela vai ter que estar viva. Vivíssima.

**Gustavo Dahl,**

Diretor-Presidente da Agencia Nacional do Cinema.

Abril de 2006