

Reportagem sobre o 2º Videobrasil
REVISTA FOTOPTICA, nº 199, ago-set 1984

II FESTIVAL FOTOPTICA

- MIS DE VÍDEO BRASIL

Os caminhos independentes da TV

Marco Antônio Nascimento e Wagner G. Barreira

Colaborou nesta reportagem Edna De Divitiis

Imagens sem tutela. Quando as portas do Museu da Imagem e do Som de São Paulo se abriram para receber os participantes e espectadores do II Festival Fotóptica/MIS de Vídeo Brasil, a grande pergunta era: que foi feito de *realmente* novo no ano que separou os dois festivais? Durante uma semana, entre 20 e 26 de agosto, centenas de pessoas, entre produtores, críticos, compradores e estudantes, buscaram a resposta.

O número de inscrições saltou de 75 para 137 — 73 em U-Matic, um equipamento semiprofissional, e 64 em VHS.

Vieram participantes do Rio de Janeiro, Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Alagoas, Mato Grosso do Sul, Amazonas. Enfim, em seu segundo ano, o Vídeo Brasil ganhou ares verdadeiramente nacionais e o patrocínio de muitas empresas: Sharp, Philco-Hitachi, Prológica, Kodak, Atari Polyvox e Video News, apoio da Rede Manchete e realização Fotóptica, MIS e Secret. de Estado da Cultura.

Houve um grande "boom" de produções, cada vez mais preocupadas com a linguagem e a estética do vídeo. Não se pode dizer que sejam preocupações pre-

cisamente originais, mas o que as torna interessante é a sua prática. Foi um festival de múltiplas tendências: de grandes produções para as emissoras de televisão até a vídeoarte, de imagens surgidas de um sonho até um estudo eletrônico sobre a mandala. O II Festival conseguiu, ainda, reunir todo o pensamento eletrônico independente em um único espaço. As videocriaturas de Otávio Donasci, por exemplo, dividiram o espaço com as crianças que participaram das oficinas de vídeo, orientadas pelo realizador de desenhos animados Sérgio Tastaldi. To-

dos movidos por uma certeza: o espaço para os produtores independentes de vídeo deve aumentar.

Por dentro das emissoras

Os grandes premiados do I Festival, realizado em 83, conquistaram espaços nas emissoras. A Olhar Eletrônico, quatro prêmios no ano passado, trabalhou com Goulart de Andrade no 23.^a Hora, na TV Gazeta, e participa atualmente com 20 minutos semanais no *Olho Mágico*, da Abril Vídeo. "Quem mais se aproveitou do I Festival fomos nós", afir-

ma Fernando Meirelles, 27 anos, da Olhar. "Produzimos como nunca, mais de 200 programas num ano. Aprendemos a ser profissionais." A Videoverso, de Eduardo Abramovai, assina o programa semanal *Radar*, na TV Gazeta. A TVDO, que separou-se da Videoverso logo após o I Festival, prepara um programa musical a ser veiculado em cadeia nacional. A participação desses produtores nas emissoras estimulou os novos grupos que se inscreveram no II Festival. A Olhar e a Videoverso dedicam a maior parte do tempo aos seus programas nas

emissoras, mas reconhecem que o paraíso parece estar longe. A maior dificuldade da Videoverso é dar autonomia ao programa *Radar*. "Por enquanto estamos bancando parte da produção", lamenta Alberto Blumenstein, 25 anos, diretor de produção da Videoverso. A Olhar Eletrônico, além de seu contrato com a Abril Vídeo, tem outros projetos, como o *Juventude*, uma série de programas iniciada com *Garotos de subúrbio*, premiado no I Festival. As dificuldades, porém, parecem ser idênticas. "Temos espaço para fazer o programa na hora

Revista Fotóptica
nº 119 set/84

que quisermos. Mas emissora nenhuma quer pagar. Cansamos de trabalhar de graça", reclama Meirelles.

"Não queremos ir ao ar para não ganhar nada", concorda Walter Silveira, da TVDO. "Atenderíamos muito bem às emissoras e não teríamos nenhum retorno." Os integrantes da TVDO querem entrar na TV comercial de modo competitivo, conseguir ganhar dinheiro e fazer seu trabalho de modo brilhante. Para isso, acreditam ter descoberto três incríveis falhas na programação das emissoras. "Uma das falhas da televisão é não ter um programa musical para jovens entre 12 e 24 anos, em rede nacional, ao vivo. E nós vamos oferecer essa opção", garante Tadeu Jungle. Esse programa, com o nome provisório de *Usina do som*, ainda não foi negociado. O programa *Além da realidade*, de Ney Marcondes, da TVDO, parece não atender, então, às aspirações da produtora. Com uma temática na linha da revista *Planeta*, estreou em julho na TV Gazeta, sob a coordenação de Luís Pelegrini, ex-editor da *Planeta*. "Pretendemos negociá-lo com alguns países da América Latina", justifica-se Ney.

Pode-se esperar uma reformulação na programação da TV brasileira, com maior participação das produções independentes ou alternativas. Mas esse deve ser um caminho bastante lento. As emissoras não possuem uma política sistemática para a compra de produções. Se nos Estados Unidos a legislação garante 50% da programação aos grupos independentes, no Brasil nem se espera algo parecido.

A aparente tendência das emissoras de incorporarem as produções independentes merece, por isso, mais do que centavos. A Abril Video teve uma interessante experiência, em 1983, com o programa *São Paulo na TV*. Mas após poucos resultados financeiros. O pouco no índice de audiência e o alto investimento levaram à reformulação da programação. "O homem mais caro da televisão brasileira é o repórter Ernesto Varella, da Olhar Eletrônico. A Abril gastou 4 milhões de dólares para descobri-lo", ironiza Walter Silveira, da TVDO, querendo dizer que Varella foi a única coisa boa que a Abril apresentou. Qual seria, então, a fórmula para perfurar o tradicional padrão de linguagem das emissoras, com um retorno mínimo de público e investimento?

"No I Festival éramos o grupo que tinha mais claro uma proposta de utilização da linguagem de vídeo. Os novos trabalhos se enriqueceram ainda mais, houve uma sofisticação da linguagem", garante Tadeu Jungle. A TVDO trouxe para o I Festival quatro programas da série *Avesso*, que iam ao ar na TV Cultura e acabaram censurados pela direção da emissora. Entre eles, o *Avesso Circo*, um programa com indicações de como assisti-lo, feito para relaxar. Competiram ainda com a videoperformance de Ivaid Granato. A Olhar Eletrônico apresentou 10 produções feitas originariamente para a televisão. E a Videoverso concorreu apenas com os melhores momentos de *Radar*.

O olhar visionário

Mas nem só da televisão institucional vive a produção independente de vídeo. O Vídeo Mercado, organizado por Roberto Elisabethsky, 31 anos, mostrou que a linguagem eletrônica pode tanto ser utilizada no meio da floresta amazônica, à procura de plantas medicinais, como ocupar o tédio de saguões de aeroportos. Um mercado alternativo bastante abrangente, onde não só as grandes redes nacionais têm cacife.

A Videomagem, produtora de Elisabethsky, fundada em 1983, não só criou e dirigiu o poético documentário *São Paulo de todos nós*, para a Globo, como preparou um científico trabalho sobre cirurgias, para a Universidade de Campinas. O mercado é potencialmente muito mais amplo: a CESP, Centrais Elétricas de São Paulo, utilizou-se do vídeo para documentar a construção de um prédio. O CNPq e a Universidade de Düsseldorf compraram o filme *Plantas Medicinais da Amazônia*, da Videomagem, para a 35ª SBPC, realizada em Belém do Pará, no ano passado.

Os produtores independentes conhecem muito bem essa alternativa de mercado, até como forma de sobrevivência: trabalhando com equipamento de VHS, a Cia. Paulista de Vídeo, de Carlo Franca, 27 anos, e André Meribrani, 21, produ-

ziu para a Fundação Carlos Chagas o documentário *Pagens*, e até entrou para a cátedra: produziu *Osmar em cena Osmar*, trabalho de pós-graduação de Ilma Assis Curti para a Universidade de São Paulo.

A consagrada Olhar Eletrônico também usa esse expediente: a maior parte de seu orçamento ainda vem da gravação de comerciais e não de suas performances na programação da Abril Video.

A maioria esmagadora dos produtores tem, porém, a pretensão de conquistar espaço nas emissoras convencionais. Esbarram então em problemas de estrutura que começam na linha editorial das emissoras, passam pelas pressões dos anunciantes e terminam na legislação em vigor, que simplesmente ignora os realizadores. A isso soma-se a falta de visão comercial dos independentes. "Não há senso de mercado", afirma Elisabethsky, "por melhor que seja a produção, ela tem que agradar ao público médio, deve procurar seu espaço dentro da TV." Rebate Tadeu Jungle: "As produções precisam ser alternativas aos programas das emissoras. Esse negócio de conquistar espaço, ser independente, não existe."

O *sleeping-bag* do vídeo independente nacional ainda é muito pequeno para os sonhos de seus produtores: as alternativas tecnológicas de veiculação da imagem ainda se espreguizam. Com o natural atraso, somente agora o Brasil começa a ouvir falar de TV a cabo, TV de baixa potência ou assinaturas em UHF. A primeira, funcionando há muito tempo nos Estados Unidos, introduziu uma pequena revolução nas propostas de criação de vídeo. A imagem veiculada pelos cabos foge ao controle governamental, já que é uma opção do espectador e não atravessa a atmosfera, que é considerada patrimônio público, sendo, assim, regida pelas leis do Estado, o inimigo número um dos produtores independentes de todo o mundo. No Brasil ainda é remota a possibilidade de implantação de TVs a cabo, pelo menos com a mesma estrutura de outros países. "Pelo seu alto custo de implantação, ela terá que ser uma TV estatal", constata, melancólico, Elisabethsky.

Mas existem outras alternativas. A implantação da *low power television*, ou TV de baixa potência, oferece a possibilidade da "TV pirata", que seria operada apenas nos bairros, com uma frequência de extremely alcance. Nesse caso, a dificuldade não está tanto no plano econômico, mas no político: o Estado tem o controle absoluto do poder de informação eletrônico e não abrirá mão desse controle tão facilmente. Nem mesmo existe atualmente no Brasil qualquer projeto alternativo às leis que regem os meios de comunicação. Como imaginar, então, a programação de uma "TV Vila Madalena", espécie de Greenwich Village paulistana?

A TV por assinatura, em UHF, onde o espectador adquire o conversor de frequência, além de não ter uma legislação que a regulamentarize, é praticamente inviabilizado pela crise econômica que assolou o país.

Em busca do espaço

Quem são os produtores de vídeo no Brasil? Para as salas de exibição de São Paulo, eles são ilustres desconhecidos. Ou, pelo menos, ilustres ignorados. O Carbono 14, bastante conhecido pelos habituês paulistanos do bairro do Bixiga, não inclui vídeos nacionais em sua programação. "Por absoluta falta de material de mercado", garante Andréz Castilho Filho, 51 anos, um dos proprietários do Carbono. A exceção foi o lançamento do primeiro videoclipe nacional, *Eletricidade*, dirigido por Alfredo "Fritz" Nagib, com música de Kodjic Bachine, que participou do II Festival. "As produções não são dirigidas para as salas de exibição", concorda Hugo Xavier, 29 anos, programador de vídeo do tradicional Teatro Brasileiro de Comédia. "Nós criamos uma sessão nacional que sobreviveu dois meses, pois a produção é muito pequena." Pequeno também foi o público que se dispôs a pagar os módicos 2 mil cruzeiros por sessão.

Exatamente a mesma coisa aconteceu com a sala de vídeo do Centro Cultural Cândido Mendes, do Rio de Janeiro, inaugurada em julho de 83. Cândido José Mendes de Almeida, seu diretor, informa que também durou dois meses a programação nacional independente. Falta público. Depois, com a instalação de um telão e uma programação musical variada, a sala começou a dar certo. Hoje, exibe ópera às segundas-feiras, ballet às terças e, de quarta a domingo, shows musicais importados. Cândido José acha que esse é um momento de formação de público, em que as pessoas se acostumam a sair de casa para ir assistir a um vídeo. Mais adiante, acredita que possa incluir novamente os vídeos nacionais em sua programação, desde que se adaptem ao formato da sala e tenham qualidade superior. Cândido José lembra que uma sala de vídeo é algo pequeno, intimista, bem diferente do cinema.

O Zoom Cósmico, da Vila Madalena, desde que abriu suas portas, há três meses, nunca exibiu um vídeo nacional. Tony Bernstein, 21 anos, uma das proprietárias, tem, no entanto, planos para os produtores independentes, e pretende promover uma grande mostra sobre o Olhar Eletrônico, dividindo a bilheteria com os produtores.

Nos videoclubes, as produções não são apenas desconhecidas: estão sem qualquer perspectiva de mercado. "As produções concorrem com 16 mil títulos diferentes. Os produtores deveriam, por isso, fazer um levantamento de mercado, e estudar as possibilidades de veiculação nos videoclubes", sugere Adelino dos Santos Abreu, o Ghabba, 33 anos, presidente da ABVC, Associação Brasileira de Vídeo Comunicação.

Com a televisão fechada para grupos desconhecidos, sem poder utilizar-se de novas tecnologias, sem espaço nas salas de exibição — entulhadas de videoclipe — e sem possibilidade de comercializar seus teipes nos videoclubes, o II Festival acabou sendo um dos poucos espaços para as produtoras divulgarem seus trabalhos e acenarem para o mercado.

Pode ser difícil ancorar um navio no espaço, mas todos tentaram. O vampiro de *Beijos Ardentes — Overdose*, dos porto-alegrenses Flávia Moraes e Hélio Alvarez, é a primeira ficção longa-metragem em vídeo brasileira e sua produção envolveu 30 horas de gravação e 150 pessoas. Estreou em grande estilo no Teatro Renascença, de Porto Alegre, em julho passado, e será lançado em São Paulo e Rio, em circuito alternativo. "É uma ficção superbonita, com edição de imagem e som perfeita", diz Meirelles.

Antes de adormecer, por que não imaginar um universo plástico, cheio de maravilhosos acasos? Roberto Elisabetsky foi buscar em seu próprio subconsciente

o projeto de seu vídeo *Passagem*. A partir de um sonho, criou uma ficção de 9 minutos e quarenta segundos, que mostra a sutil passagem de ida e volta entre a fantasia e a realidade. Por ele desfilam personagens tão disparees quanto um punk e uma *femme fatale*.

Com as mãos para o alto, Zé Celso e sua trupe voltaram a atacar: os maquis eletrônicos participaram com o "documentário apaixonado" *Daima Santa Maria*, o vídeo-denúncia *A onça e o curta* e o vídeo-paquera *Em cima do muro*. O VT, o exército e os cientistas contracenam em *Daima Santa Maria*, de Gigi de Abreu, 38 anos, e Noilton Nunes, 30, investigando o "atravessando fronteiras" da Comuni-

dade Cinco Mil, do Acre. "É bonito, leve, doce", diz, romântico, Zé Celso Martinez Correa, 47 anos.

Alguns participantes, trabalhando com equipamento em VHS, nem sempre em condições ideais, não chegaram nem mesmo a preocupar-se com as premiações. "Esperávamos passar na pré-seleção", diziam os estudantes de jornalismo Gerson Sintoni e Simone Gontier, ambos com 19 anos, que produziram o vídeo *Holos 84*, de 12 minutos, uma reportagem sobre a holografia. "Queremos somente divulgar nosso trabalho", afirma Maria do Carmo Rachid, a Duca, 23 anos, da produtora VTV. Trabalha há um ano com vídeos institucionais,

a VTV inscreveu três obras: uma ficção, um documentário e um videocarte.

As imagens do além fizeram parte da ficção *Os Amantes da pobreza*, 33 minutos, de Jansen Cavalcanti, 49 anos, ligado ao Movimento Espírita Cristão. "O texto original, do livro *Almas em ficção*, foi ditado pelo espírito de Hilário Silva e psicografado por Chico Xavier", confirma Jansen. O Festival também alcançou a Califórnia: Alicia Nogueira inscreveu 11 trabalhos, enviados do California Institute of Arts.

Superpremiado com seus trabalhos em super-8, pretendendo fazer fotografia de cinema, acreditando ser o vídeo uma linguagem limitada em termos de

qualidade, mesmo assim, Leonardo Crescenti produziu *Esqueci o que sinto*, uma ficção de 13 minutos, filmada em VHS, que se distancia do seu trabalho em super-8 com Carlos Porto: "Foi feito com despojamento de roteiro e produção, é quase um esboço", explica Crescenti.

O circo eletrônico

O picadeiro do MIS abriu espaço para equilibristas de cores, domadores de imagens, videocriaturas, esculturas eletrônicas, vídeos psicodramáticos. Um clima de magia para escapar do suporte tradicional de televisão. *Ciclos*, uma videoinstalação de 15 minutos, de Gilson Alcântara, 30 anos, e Rodrigo Ferreira, 26, foi criada sobre um cenário de 18 metros quadrados, ambientando uma praia onde quatro televisões discutem entre si, através de imagens distorcidas. Os autores são artistas plásticos e essa é a primeira experiência com videoinstalação.

Tadeu Jungle criou um "altar eletrônico" com sua videoinstalação *Nossa Senhora*, um trabalho com 8 monitores e duas horas de duração, em plano único, montando a imagem da santa em dois monitores, dividida pela cintura, e usando os outros seis como "velas eletrônicas". O espaço foi tomado por dezenas de velas acesas e conturbado por músicas sacras e profanas.

Mesclar técnicas de psicodrama com a linguagem de vídeo é a proposta dos psicodramatistas Ronaldo Pamplona, 43 anos, Regina Monteiro, 38, e Carlos Borba, 36, num trabalho pioneiro, desenvolvido há quatro anos. O psicodrama tenta buscar os conflitos interiorizados e, nos grupos abertos, os temas são preferencialmente sociais. Em *Palavras sem palavras*, realizado com o público do festival, os participantes vivenciaram um drama, estimulados pelos "egos auxiliares" (psicodramatistas) com movimentos, música de improviso, gestos, vocais, utilizando-se de técnicas teatrais sem o uso da palavra. Esse trabalho foi gravado em vídeo, que serviu como estímulo visual e sonoro nas performances posteriores, que também foram gravadas. A cantora Rosa Maria, que nunca havia trabalhado com psicodrama, participou da vocalização.

Os replicantes de *Blade Runner* foram guindados ao festival pelas mãos de Otávio Donasci, 30 anos. Donasci tentou convencer o público de que suas videocriaturas não eram homens com televisores na cabeça, e sim que estavam diante de um ser. Os ventos de Frankenstein rondaram o MIS durante as performances dos atores-personagens Profeta e Fantoche. O videoteatro de Donasci pode não ter chocado tanto quanto sua cavalgada do I Festival, mas ficou a certeza de que trilha um caminho paralelo, entre a tridimensionalidade do palco e a bidimensionalidade da imagem eletrônica. Donasci acha que seu trabalho ainda vai cair no gosto popular. "O videoteatro não é hermético e muito menos foi criado para ser visto por dez pessoas. Tem que virar mídia, pois é uma linguagem independente", acredita.

ATENÇÃO HISTORIADORES

O Festival que eu vi

Padro Maia

O II Festival Fotoptica MIS de Vídeo Brasil foi um grande sucesso. O número de fitas inscritas, a organização quase perfeita, as atividades paralelas e a intensa participação do público garantiram o êxito. O clima foi de festa: todos os espaços do MIS foram ocupados por cadeiras de cabeças jovens e modernas, pelo micros no corte de cabelo e na produção de vestuário. Em 55 aparelhos de TV espalhados pelo museu era possível ver de tudo: videogames, videoclips, cenas gravadas na hora por autores improvisados, desenhos por computador, cenas abusadas de sexo, ficções ingênuas, documentários caretas, incontáveis personagens subindo escadas e até mesmo alguns vídeos de bom nível.

A forma não é arbitrária; na opinião de muita gente, inclusive do júri, a qualida-

de dos concorrentes em geral deixou muito a desejar. Houve mesmo quem dissesse que o nível era pior que no I Festival, quando não houve concurso. Acontece que a expectativa era muito maior, desta vez, e foi frustrada. Porém, houve um notável progresso técnico e, pelo menos, uma sensível melhoria na área de ficção. Aqueles que tinham experiência de Super-8, por exemplo, mostraram um domínio de roteiro e de linguagem cinematográfica que não aparecera no ano passado.

É verdade também que houve muita ideia boa desperdiçada pela má realização e algumas boas realizações sem ideia nenhuma que as sustentasse. E permanece o problema da economia: há muita redundância, falta capacidade de síntese.

Concordo com Sérgio Tastaldi quando ele diz que faltou mais experimenta-

ção neste Festival, que poderia ter usado a agilidade permitida pela câmera de vídeo. Havia um contraste muito grande, por exemplo, entre os vídeos da mostra internacional, onde todas as experiências — mesmo as intoleráveis — estavam presentes, e os vídeos em concurso, cuja maioria não passa de imitação de programas de televisão.

Muitos membros do júri encontraram dificuldades para completar a lista de dez premiados. No final, os três primeiros refletem três utilizações possíveis do vídeo: o clip, a ficção e o jornalismo. *Eletricidade* usa um vasto arsenal de recursos para recriar em imagens a música eletrônica de Kodiak Bachine, numa perfeita adequação do meio ao tempo. *Beijo ardente*, apesar da qualidade técnica indiscutível, mostrou altos e baixos de linguagem e roteiro; certamente ga-

nharia força com alguns cortes. De qualquer forma, trata-se de uma produção estímulante. *O Lixo do Alvarenga* é televisivo bem feito e jornalismo da melhor qualidade. Tanto a doida, no entanto, se se trata de obra a ser premiada em festival de vídeo, uma vez que, ao nível da linguagem, reproduz exatamente o que vemos todos os dias na TV.

Mas nem só de prêmios — ainda bem — viveu o Festival. Uma multiplicidade de eventos paralelos fez com que os sistemas circulassem por corredores e escadas e alguns até mesmo dançassem, os que se entregaram ao procedimento sem palavras. Poucos oradores apareceram para agradecer a maneira mais simples, mas muito gente participou da mostra de vídeo montada por Sérgio Tastaldi. Outros preferiram o modo de ficção e foram premiados. Alguns se dedicaram às informativas, sessões de vi-

decade internacional. Tudo isso sob o som infindo da videoinstalação de Gilson Alcântara e Rodrigo M. Ferreira, que mesmo sem cessar o bom-bom de Globo, houve também um evento inesperado e indesejável, protagonizado por um oficial de justiça que, furando a prova da categoria, foi ao MIS apreender o *Avesa do Circo de Tadeu Jungle*, interdita-

do pela TV Cultura. Para os produtores, houve dois eventos importantes: o Vídeo Mercado e as vendas de fitas. O mercado atraiu quase todos os compradores. Embora não tenha sido fechada durante o Festival, uma primeira parte foi aberta para comunicar produtores e compradores.

As vendas foram informativas e, em alguns momentos, provocaram debates interessantes. Na primeira delas, sobre *Novos canais*, no ponto alto foi a ex-

posição de Ethevaldo Siqueira, mostrando que o Brasil tem condições tecnológicas de implantar, a curto prazo, o UHF por assinatura e a TV por cabo (de fibras óticas, muito mais barato que o de cobre tradicional), além da TV por satélite, que será possível já no ano que vem. Para Ethevaldo, a questão não é tecnológica, mas política: é necessário que haja uma democratização dos novos (e antigos) meios, rompendo com o sistema autoritário de concessões presidenciais. A tônica dos outros participantes foi igual: contra o monopólio, pela diversidade.

No segundo debate, sobre "A televisão atual no Brasil", ficou clara a dicotomia: de um lado, as redes de televisão, pouco flexíveis e colocando exigências de alta qualidade técnica para a possível admissão de produtos. De outro, os independentes reivindicando espaço para seus produtos.

No último debate, sobre "O mercado de vídeo no Brasil", formou-se um triângulo entre produtores, Embrafilme e distribuidores de vídeo. Os produtores exigiam alguma espécie de reserva de mercado e apoio da Embrafilme para produções em vídeo. A Embrafilme respondia dizendo que tem intenções de entrar no mercado de vídeo, criando salas e distribuindo filmes nacionais em VHS, mas que ainda não há condições para um apoio maior, uma vez que este mercado ainda não está definido (e a Embrafilme depende do retorno financeiro de seus empreendimentos). Os representantes de videoclubes e locadores foram mais diretos: se houver demanda, eles compram os vídeos nacionais. Só que não existem condições concretas para isso. Como disse Fernando Meirelles, da Olhar Eletrônico: "como é que eu vou competir com o E.T.?"

Os vencedores do II Festival Fotoptica-MIS de Vídeo Brasil

- 1.º *Eletricidade* — Alfredo Nagib (Eletroagentes/Videoverso)
- 2.º *Beijo ardente-Overdose* — Flávia Moraes/Hélio Alvarez
- 3.º *Lixo do Alvarenga* — Caco Barcellos/Kiko Gamael (Abril Vídeo)
- 4.º *Invalid Granato in performance* — Tadeu Jungle/Walter Silveira (TVDO)
- 5.º *Graffiti efêmero* — Marina Abs
- 6.º *Al Babá* — Paulo Morelli (Olhar Eletrônico)
- 7.º *O sono das vitrines* — Carolina Martinez/Carlos Porto Jr.
- 8.º *Operação Franca* — Telecine Maruim
- 9.º *Para quem o título* — Ronaldo Marques/Luiz Silva
- 10.º *Esqueci o que sinto* — Margot e Leonardo Crescenti

Prêmio especial do júri (estágio na Rede Manchete): *Os inconseqüentes* — Louis Chilson/Cia Paulista de Vídeo/Fast Video. Troféu Bicho de Goiaba de Humor para: *Radar* (Videoverso), *Fala à nação* (Marcos Bertoni), *Mundo Animal* (Sérgio Salles Filho/Fábio Vieira), *Os inconseqüentes* e *Beijo ardente-Overdose*.

Os vencedores receberam, além do Troféu Fotoptica, prêmios da Philco Hitachi (câmera PVK 100 e videocassete PVC 2000), Sharp (câmera QC 70 e videocassete VC 9520), Polyvox (Atari), JPO Produções (horas de edição), Fuji (fitas de VHS), Basf (fitas de VHS) e assinaturas das revistas Vídeo News e Fotoptica.

ARLINDO MACHADO

É possível que este fim de século venha a ser conhecido, do ponto de vista da produção cultural, como a época de uma explosão criativa na área do vídeo. Se considerarmos ainda que formas artísticas mais tradicionais — como a literatura, o teatro, o cinema — dão mostras de estagnação, é possível que o evento cultural mais promissor seja hoje este salto qualitativo da imagem eletrônica. Um fato bem concreto já constitui por si só o melhor sintoma disso: à exceção apenas da música *pop* — com quem a imagem eletrônica mantém contatos os mais cordiais e às vezes até mesmo com ela se confunde — o vídeo é a área que hoje arregimenta e estimula a maior quantidade de jovens com menos de 30 anos. Nada mais natural, portanto, que ele comece a despertar a atenção das pessoas melhor sintonizadas com o tempo em que vivemos.

Claro, existem razões bastante objetivas para esse florescimento. Em primeiro lugar, observa-se hoje uma tendência mundial em dissociar os setores da transmissão e da produção. Como se sabe, até pouco tempo, a estação concessionária de um canal de TV detinha o monopólio da programação numa determinada faixa de onda e só precisava prestar contas à autoridade governamental de plantão. Hoje, a tendência política geral é considerar as ondas eletromagnéticas, bem como os serviços de cabo, como propriedade pública, enquanto a sua utilização deve ser contratada por grupos particulares de produção.

A Holanda foi o primeiro país a transformar essa tendência em ato do parlamento: lá, os operadores dos sistemas de transmissão não podem produzir a sua própria programação; quem a elabora são os produtores particulares, com base na preferência popular manifestada através de subscrições. Nos EUA, as redes emissoras só podem transmitir um máximo de 50% de produção própria, devendo necessariamente contratar com particulares o restante da programação.

Uma experiência nesse sentido está sendo realizada também por uma pequena emissora de São Paulo — a TV Gazeta — cujo horário vem sendo ocupado progressivamente por produtores não ligados à emissora. Essa abertura, além de contribuir talvez para perfurar o poder dos monopólios, tem favorecido o surgimento de um número incalculável de produtores independentes, em geral de pequeno capital mas de grande talento, à procura de uma vaga nas emissoras comerciais e/ou estatais. Grande parte dos artífices da nova onda do vídeo provém desses pequenos núcleos produtores, como é o caso, para citar apenas o exemplo mais eloquente, de Jean-Luc Godard, que criou a sua própria empresa de vídeo, a Sonimage.

Aldéia global

Um outro aspecto a considerar é que, à medida que se expande e o seu público se universaliza, a televisão se vê forçada a encarar as diferenças (culturais, sociais) para poder atender a uma demanda diversificada de programas. O nível de

penetração que ela já atingiu — a tão decantada integração universal que McLuhan batizou de "aldeia global" — constitui um fenômeno complexo e contraditório: ao mesmo tempo em que visa a pasteurizar as diferenças com sua estrutura concentracionária, as diferenças logram também dispersar essa homogeneização com suas exigências diversificadas. O aparelho receptor de TV está hoje no gabinete do banqueiro de Nova Iorque, no casebre do favelado do Rio, na maloca de uma tribo do Chade, no escritório do intelectual parisiense, no cenóbio do monge budista; como poderia a televisão sobreviver ignorando essas diferenças? O vídeo, em particular, está fazendo explodir o poder de concentração da TV e abrindo a imagem eletrônica para a multiplicidade da experiência humana.

A geração que nasceu politicamente nas barricadas de 1968 ainda podia se dar ao luxo de fazer da TV um dos alvos principais de seus ataques, mas hoje

graças ao advento das novas tecnologias. Talvez os apocalípticos já possam, enfim, dormir tranquilos. Há pelo menos vinte anos, a televisão está deixando de aparecer como um perigoso periscópio do Poder, um olho espião que penetra na privacidade dos cidadãos para vigiar-lhes os passos e ditar-lhes normas de conduta. Inúmeros e contraditórios desdobramentos tecnológicos parecem começar a abalar a estrutura radiofônica da TV tradicional, apontando para alternativas cada vez mais distantes do modelo *broadcasting* tradicional.

A revolução do UHF

O florescimento de aparelhos com capacidade de recepção em UHF começa a despertar o interesse de produtores independentes e alternativos, já que possibilita realizar emissões localizadas, voltadas para populações específicas ou para segmentos qualitativos da população. A modalidade UHF talvez possa permitir

O vídeo na fronteira da nova televisão

A televisão marcha para uma maior democratização, ou tenderá a ser cada vez mais o domínio

operam em VHF só podem se dirigir à média indiferenciada e amorfa dos cidadãos abstratos.

A esse respeito, não podemos nos esquecer ainda dos equipamentos autônomos de gravação e reprodução em circuito fechado. Desde 1965, quando surgiram as câmeras portáteis acopladas a gravadores de vídeo, que utilizavam, por sua vez, fitas de pequena bitola, uma espécie de televisão privada tornou-se possível. Esse equipamento, de custo relativamente barato (em relação a qualquer aparato profissional) e de operação bastante simples, foi colocado no mercado pela indústria do consumo para o lazer da classe média, mas nada impede que as expectativas industriais sejam revertidas e possibilitem aos grupos ativos culturalmente ou politicamente produzir os seus próprios programas em circuito fechado.

Na Europa e na América do Norte, já existem redes alternativas de difusão de vídeo, cuja função é colocar em circula-

de poucos sobre a maioria? Aqui, uma visão otimista do futuro da TV do papel do vídeo

ção as centenas de fitas produzidas por grupos independentes e cujos temas vão desde a experimentação de linguagem, passando pelos trabalhos culturais mais inquietos, até a documentação dos movimentos reivindicatórios de massa. Esses trabalhos de resistência cultural começam também a proliferar entre nós e a tendência é alastrar-se até exigir esquemas de difusão mais eficazes.

Macro e meso

René Berger (*The new television*, The MIT Press, Cambridge) imaginou uma classificação que pode ser preciosa para se avaliar a dimensão estética e política de cada modalidade particular de TV. Distingue ele três grandes campos de experiência televisual: a macrotelevisão, a mesotelevisão e a microtelevisão. No pri-

meiro caso, ele engloba todos os tipos de televisão voltados para as grandes massas, como é o caso das TVs comerciais e estatais que utilizam as ondas hertzianas como meio de propagação. A "alma" dessa televisão é a propaganda, seja ela de produtos de consumo (como no caso da TV comercial de modelo americano), seja ela de valores institucionais (no caso da TV estatal de modelo europeu e das televisões do bloco socialista). Isso quer dizer que a programação da macrotelevisão é sempre mais ou menos dirigida para atuar sobre os espectadores com vistas a fins determinados. Caracteriza-se pela vontade de atingir o maior número de espectadores, mas justamente porque ela visa uma parcela significativa da população, o poder político exerce uma vigilância cerrada sobre suas emissões.

A sua estrutura de funcionamento é *one-way* ou unidirecional: e cada emissor hegemônico estão conectados milhões de receptores isolados que não lhe

cance, como é o caso dos canais UHF. Nessa classificação cabem, portanto, todos os tipos de TVs regionais ou locais, voltadas para o diálogo com um público selecionado e diferenciado.

Pode-se dizer que a mesotelevisão cria um novo tipo de relacionamento entre produtores e espectadores: os seus papéis podem ser intercambiáveis, de modo que cada cidadão pode estar alternadamente diante da tela ou no ar. A relação, portanto, não é mais do emissor com o receptor, do produtor com o consumidor, como na macrotelevisão, mas de interlocutores. Considerando ainda que a autoridade local é geralmente mais flexível e menos poderosa que a nacional, esse diálogo pode apresentar momentos de revelação.

Nessa modalidade, a noção de programa perde o seu caráter categórico, enquanto a distinção tradicional entre profissionais e amadores tende a ser abolida. A operação já não é mais de tipo homeostático, mas cibernético, retroalimentado pela audiência. Na área da educação, em vez de simplesmente difundir a cultura dominante, a mesotelevisão trabalha no sentido de incentivar a iniciativa do educando, desenvolvendo nele o julgamento crítico e o respeito pelas diferenças. Numa palavra, a ela cabe incutir em todos os implicados no processo comunicativo o exercício da responsabilidade.

Microtelevisão

Finalmente, a microtelevisão é a TV dos pequenos grupos qualitativos, reunidos por interesses comuns e que utilizam equipamentos portáteis de vídeo para produzir e difundir em circuito fechado. Abrange desde a atividade militante de grupos políticos ativos até os experimentos mais radicais de linguagem que vêm se realizando na área da vídeoarte.

Segundo Berger, os equipamentos leves e baratos podem gerar profundas modificações na estrutura da comunicação eletrônica, pois eles praticamente colocam a possibilidade de produzir e mostrar programas senão nas mãos de todos, pelo menos nas mãos de uma quantidade de pessoas infinitamente maior do que aquela que monopoliza a macrotelevisão. Além disso, a autonomia favorecida por esses equipamentos é quase total, pois em nenhuma fase do processo de produção é necessário recorrer ao suporte laboratorial de empresas macrotelevisuais, potenciais agentes de seleção e censura. A relação não é mais do transmissor com o receptor, nem mesmo de interlocutores, mas sim de *interoperadores*, isto é, pessoas aptas para a comunicação eletrônica inclusive a nível de domínio da tecnologia.

Lembrando a alegre criatividade das crianças ao brincar, o autor conclui que a questão fundamental para o vídeo não é apenas fornecer um novo conteúdo às idéias de educação ou de democratização, mas também colocar em prática a criatividade através da qual a cultura deixa de ser algo que se recebe, para se tornar uma atividade da qual todos participam e na qual todos criam.