

Jornal Videobrasil



Publicação
Oficial do VI
Festival
Foptica
Videobrasil

Videomakers, preparem-se. Vém ai o VI Festival Foptica Videobrasil que, de 4 a 9 de outubro transformará São Paulo na capital do vídeo no país. E toda esta agitação do mundo do vídeo está presente nas páginas do Jornal Videobrasil.

VI FESTIVAL FOTOPTICA VIDEOBRASIL

Bete Mendes
Secretária da Cultura

Thomaz Farkas
Presidente da Fotoptica

Guilherme Lisboa
Diretor do Museu da Imagem e do Som

Solange Oliveira
Coordenadora Geral

JORNAL VIDEOBRASIL

Conselho Editorial:
Claudio Ode, Gabriel Prioli
Neto, Geraldo Anhaio Melo,
Solange Oliveira e Zita
Carvalho

Editor responsável:
Sergio Poroger

Redatora:
Marília Balbi

Projeto Gráfico e
Diagramação:
Labriola & Farkas
Serviços de Artes Ltda

Edição sob a
responsabilidade da Bela
Vista Editorial Ltda
R. Cônego Eugênio Leite, 920
Pinheiros, SP
tel. 280.6031/280.5480 e pela
SPMJ Comunicações Ltda.
Rua Pamplona, 33 casa 3, SP
tel. 251.3559/
289.7467.

Carta ao Leitor

A criação do jornal do Festival Fotoptica Videobrasil é uma idéia antiga. O evento, hoje um dos mais importantes do gênero no país, necessitava de uma publicação que documentasse seus bastidores, as expectativas, alegrias e frustrações dos participantes, e agilizasse as informações para o público e videomakers. Com esta filosofia, nasceu o Jornal Videobrasil, com tiragem de 5 mil exemplares. Até 4 de outubro, data de abertura da sexta edição do Festival Fotoptica Videobrasil, oito edições do jornal serão distribuídas para todo o país. E um lembrete: as inscrições já podem ser feitas, na sede do festival, à rua Cônego Eugênio Leite, 920, em São Paulo. O prazo final está marcado para 15 de agosto.

Atenção candidatos a prêmios no VI Festival Fotóptica Videobrasil: a Frabcase, fabricante paulista de cases para equipamentos de vídeo, também já garantiu sua

participação no evento. Os cinco premiados em VHS e U-Matic, além dos dois grandes prêmios das duas categorias, serão contemplados com equipamentos cases.

REGULAMENTO DO VI FESTIVAL FOTOPTICA VIDEOBRASIL

Objetivo

O FESTIVAL FOTOPTICA VIDEOBRASIL, realizado pela Fotoptica, Secretaria de Estado da Cultura e pelo Museu da Imagem e do Som, tem como objetivo estimular o desenvolvimento e a profissionalização da produção nacional independente de vídeo, incentivar a pesquisa e o aperfeiçoamento de uma linguagem própria, promover o intercâmbio entre realizadores profissionais e amadores do país e apresentar um panorama da produção videográfica brasileira.

Sede

O VI FESTIVAL FOTOPTICA VIDEOBRASIL será realizado no Museu da Imagem e do Som, à Av. Europa 158, São Paulo, de 04 a 09 de outubro de 1988.

Competição Oficial

Serão duas as categorias que participarão da competição: S. VHS, U. MATIC e BETAMAX e VHS. As categorias das produções serão consideradas aquelas usadas originariamente no registro da imagem, devendo ser atendidas as seguintes exigências: ser finalizado eletronicamente a partir de 16 de agosto de 1987, gravadas apenas nos sistemas NTSC ou Pal-M e conter rigorosamente apenas uma produção em cada fita.

Não serão aceitas produções realizadas por emissoras de televisão, salvo casos de co-produções ou produções associadas; nenhuma produção em S. VHS e U. MATIC poderá exceder 60 mi-

nutos, assim como nenhuma produção em VHS e BETAMAX poderá exceder 30 minutos.

Júri Oficial

Os vídeos selecionados para a Mostra Competitiva serão examinados por um Júri Oficial composto por profissionais da área de vídeo e comunicação escolhidos pela Comissão Organizadora. Caberá aos membros do júri eleger seu presidente e atribuir os prêmios da Mostra Competitiva.

Prêmios

O Júri Oficial deverá conceder, para cada categoria, um Grande Prêmio destinado ao melhor vídeo em concurso. Outros 5 prêmios técnicos deverão ser concedidos, para cada categoria, nas seguintes classificações: melhor roteiro, melhor direção, melhor fotografia, melhor edição e melhor sonorização. O Júri Oficial poderá, se assim achar conveniente, conceder prêmios especiais em qualquer categoria. Caberá ao Júri Popular a concessão de um prêmio, independente da categoria, através de votação feita pela platéia durante a realização do Festival.

Videoteca

Os vídeos não selecionados para a Mostra Competitiva serão exibidos à tarde durante o Festival, conforme a solicitação de interessados.

Acervo

Todos os tapes selecionados serão copiados para integrarem as videotecas

da Galeria Fotoptica e do Museu da Imagem e do Som, com o compromisso de serem exibidos sem fins lucrativos.

Inscrições

As inscrições serão recebidas pela Secretaria do FESTIVAL FOTOPTICA VIDEOBRASIL, instalada na Galeria Fotoptica, à Rua Cônego Eugênio Leite, 920 - CEP 05414 - São Paulo - SP; tel: 280.5480 e no Departamento de Intercâmbio da Secretaria da Cultura da Bahia com Jussara Reis - tel: (071) 235-0222, Palácio da Aclamação, Av. 7 de Setembro, 281, Salvador, Bahia.

As inscrições só poderão ser efetuadas mediante a entrega da fita acompanhada da ficha de inscrição devidamente preenchida, fotos de cena (no mínimo 3) e eventuais cartazes ou materiais de divulgação.

Prazo final: 15 de agosto de 1988. As inscrições pelo Correio poderão ser feitas contanto que o carimbo de expedição não ultrapasse a data limite.

Taxa de inscrições: Cz\$ 1.000,00 por fita inscrita. As inscrições pelo Correio deverão ser acompanhadas de cheque nominal à Bela Vista Editorial Ltda., no valor da taxa. Não haverá devolução da taxa em hipótese alguma.

Cada fita deverá conter rigorosamente apenas uma produção.

Seleção

Todos os vídeos inscritos serão submetidos à Comissão de Organização que fará uma seleção prévia dos vídeos que participarão da Mostra Competitiva. Somente os vídeos selecionados terão

direito a um certificado de participação no Festival.

Itinerância

Os vencedores do VI FESTIVAL FOTOPTICA VIDEOBRASIL farão parte de uma itinerância organizada pelos realizadores do Festival.

Devolução

Os trabalhos inscritos estarão à disposição dos realizadores, que poderão retirá-los na Galeria Fotoptica a partir do dia 24 de outubro de 1988. Caso não sejam retirados no prazo máximo de 60 dias, os realizadores perderão o direito de reclamá-los.

Disposições Gerais

Todo vídeo selecionado para a Mostra Competitiva estará automaticamente autorizado a ser transmitido na íntegra pela televisão, caso haja acordo entre a organização do Festival e alguma emissora. A participação no VI FESTIVAL FOTOPTICA VIDEOBRASIL implica na aceitação de todas as cláusulas do presente regulamento. Cabe aos realizadores o esclarecimento de qualquer dúvida relativa ao regulamento, decidindo quanto aos casos omissos. Os realizadores do FESTIVAL FOTOPTICA VIDEOBRASIL não se responsabilizam pelo eventual uso não autorizado de qualquer imagem dos vídeos concorrentes, assim como não assume compromisso quanto ao agenciamento de direitos autorais. Todas as decisões da Comissão de Organização e do Júri são irrevogáveis.

O estímulo do Estado à produção independente

A meta do Festival Fotoptica Videobrasil — a profissionalização — é recebida com contentamento pela secretária da Cultura, Bete Mendes, e pelo presidente da Fundação Padre Anchieta, Roberto Muylaert. Para Bete, o festival resgata "os nossos criadores brasileiros e promove o surgimento de novos talentos". A profissionalização, segundo ela, dinamiza a produção independente, principalmente se o item regionalização da rádio e TV for aprovado na Constituinte: "Acredito que será aprovado no segundo turno e o resultado será a estimulação dos produtores, porque as redes que produzem sua programação vão contratar a geração de criadores locais".

Se aprovada, a lei traz muita alegria à secretária da Cultura pois ela apresentou este projeto no Congresso em 1984, mas foi engavetado sem mesmo ser discutido. Agora é esperar. Enquanto isso, Bete Mendes fala, com orgulho, do prêmio estímulo que dá todos os anos aos produtores de vídeo. Este ano, foram selecionados dez projetos com temas sobre a realidade brasileira, no valor de Cz\$ 213 mil cada um.

Mas nem toda a produção desses criadores independentes passa na TV Cultura. A Secretaria da Cultura não tem ingerência sobre a TV, por ser uma fundação. E para o presidente da Fundação Padre Anchieta, Roberto Muylaert, muitas das produções realizadas são "românticas": "O criador tem todo o direito de ser romântico, mas não funciona na hora de produzir para uma TV cultural ou comercial".

A produção independente para Muylaert deveria procurar seus espaços. Se a TV comercial, como a Globo por exemplo, não abre brechas, é preciso então "que o produtor independente tenha uma atuação mais agressiva, apresentando uma produção na linha do broadcasting". Muylaert diz que teria o maior interesse em substituir a programação regular da TV Cultura se os independentes apresentassem um programa do nível, por exemplo, de um Repórter Cultura.

Quanto ao Festival Fotoptica

Videobrasil, diz que possui uma função válida, mas que seria mais interessante se "o festival se transformasse num balcão para a programação da TV Cultura".

Roberto Muylaert acha ainda que o nível da produção não irá melhorar por "força de decretos", como a regionalização da rádio e TV, na Constituinte: "Não acredito em nada empurrado pela garganta abaixo": No cinema, segundo ele, depois da obrigatoriedade do documentário nacional antes da longa-metragem, o nível da produção tornou-se de baixa qualidade. O que acontece, diz ele, é que os produtores nacionais "querem fazer cinema de autor, vídeo de autor, a exemplo de Glauber Rocha, sem passar pela escola da vida." Ele acha que "os geniozinhos têm que ser minoria, para que não aconteçam os vedetismos, como no festival da Fotoptica do ano passado. Aqueles desaforos na premiação demonstram uma situação que resume tudo. Eles querem ser geniais, sem passar pelo feijão com arroz."

MIS preserva memória do festival

Este ano, a entrega dos prêmios do VI Festival Fotoptica Videobrasil será no próprio MIS, e não mais no Teatro Sérgio Cardoso. Segundo Guilherme Lisboa, diretor do MIS, esta mudança é para que "não haja um corte na convivência dos produtores e do público com o lugar".

Antigamente, as exposições eram exclusivas ao auditório do museu, e conseqüentemente assistidas por um número restrito de pessoas. Com a colocação no ano passado de 80 televisores, espalhados pelos andares do MIS, o festival se popularizou, com uma frequência diária de duas mil pessoas. "Hoje, não temos a menor dúvida de que o MIS pode sediar o festival do começo ao fim", diz Lisboa.

Este ano, o festival seguirá a mesma linha e ainda incluirá outras surpresas, como a transmissão de sua programação na porta do museu. Para o diretor do MIS, o Festival Fotoptica Videobrasil passa a ter uma importância mais significativa na medida que, além de ser o único evento relativo ao vídeo, "permite a um museu preservar sua memória, por exemplo cedendo as fitas para futuras apresentações".

A surpresa mais deliciosa do VI Festival Fotóptica Videobrasil é que, a partir de julho, será implantado no MIS um bar com cardápios assinados pela Casa Europa e Bar Supremo. Com esta novidade, ninguém terá o que reclamar. Será o mais bem servido festival, além de que a frequência será estimulada pelos habitués das casas. É só conferir neste inverno.

O sucesso do VI Festival Fotóptica Videobrasil está garantindo: a Phillips do Brasil já confirmou sua presença comprando uma das oito cotas de patrocínio que assegurará a realização do evento. No ano passado, seus 80 televisores, distribuídos entre os andares do MIS, e nas salas do júri, foram impecáveis. Sua participação, este ano, confirma a credibilidade do Festival Fotóptica Videobrasil como investimento.

Câmeras, ação e surpresas. É o VI Festival Fotoptica Videobrasil.

Pela sexta vez, de 4 a 9 de outubro, a Fotoptica realiza o Videobrasil, considerado o mais importante festival de vídeo do Brasil. Para este ano, o evento vem com boas surpresas, como conta aqui Solange Oliveira, coordenadora geral do VI Festival Fotoptica Videobrasil.

Como vai a produção de vídeo independente no Brasil? Se ligue nas telas de vídeo do Museu da Imagem e do Som porque foi dada a largada para o VI Festival Fotoptica Videobrasil, marcado para a semana de 4 a 9 de outubro. Sinal verde para que a comissão de organização (Cláudio Odri, Gabriel Priolli, Geraldo Anhaia, Solange Oliveira e Zita Carvalhosa) comece a articular todas as surpresas para o festival de vídeo mais polêmico do país.

Este ano, as surpresas são muitas. Uma delas, é o telejornal diário, gerado num miniestúdio de TV montado dentro do próprio museu, e produzido pela equipe do festival para acompanhar os eventos, com equipamentos da JVC. Será o canal para o participante fazer sua crítica, provocar discussões.

A criação do telejornal e do Jornal Videobrasil representa mais um passo para a profissionalização do festival. "A grande preocupação sempre foi com a profissionalização, não só da produção independente como da própria estrutura de organização de evento. Os jornais vão agilizar a informação e documentar a realidade, os bastidores da promoção", explica Solange Oliveira, coordenadora geral do evento.

Para o jornalista Gabriel Priolli, da comissão de organização, o jornal Videobrasil e o telejornal "vão suprir a falta de maior cobertura dos veículos de comunicação, por puro preconceito pela produção independente. Quer queiram ou não, o Festival Fotoptica Videobrasil é o principal festival do gênero no país".

O Festival Fotoptica Videobrasil é a vitrine da produção independente de vídeo e tem como proposta estimular o mercado e o desenvolvimento da pesquisa de linguagem, além de propiciar o intercâmbio dos vídeos por todo o país. "O evento atrai trabalhos dos principais pólos produtores. O estímulo ao desenvolvimento da pesquisa de linguagem se dá, por exemplo, na premiação de vídeos experimentais não formatados para o broadcasting, como o vencedor do Grande Prêmio U-Matic do ano passado, o "Heróis da Decadência", de Tadeu Jungle", esclarece a coordenadora.

A grande expectativa de Solange é ver surgir novos festivais, para "que se amplie, cada vez mais, o espaço alternativo de divulgação e premiação dos trabalhos", a fim de que os produtores sintam-se estimulados a criar vídeos específicos para esses festivais. "Ai sim

eles terão mais condições de exercer a pesquisa de linguagem, melhorando com isso o nível dos trabalhos inscritos no festival".

Como competição, o festival foi criado prematuramente, admite sua coordenadora. "O I Festival Fotoptica Videobrasil surgiu junto com os primeiros passos do vídeo no Brasil, com a intenção de estimular o desenvolvimento da produção. Começava naquele momento a realizar um papel fundamental de plataforma de lançamento para os produtores. Mas, com a criação da premiação logo no primeiro festival, foi gerado uma supervalorização de um mercado incipiente com pouco amadurecimento profissional, exceto raras exceções".

Solange lembra de alguns trabalhos marcantes, premiados no primeiro festival: "Beijo Ardente", de Flávia Moraes, "Eletricidade" da Videoverso, e "Marly Normal", da produtora Olhar Eletrônico".

A partir do I Festival Fotoptica Videobrasil, detectou-se grande interesse da juventude pelo evento. Em 84, a produção começou a se profissionalizar, a editar com equipamento de mesa sofisticado. Foi o ano do computador. Um avanço para quem viu os primeiros festivais com produtos em VHS, sem edição.

O ano de 85 foi o da sonorização, dos efeitos de mesa e as temáticas ligadas à realidade brasileira, como as diretas, e a preocupação com as minorias, o índio, o negro e a mulher. Em 86, houve a abertura aos vídeos institucionais e a oficialização do festival, pela Secretaria Estadual da Cultura. No ano passado, voltaram as ficções, como o "Assalto", de Hugo Prata, da Conecta. Gênero ainda tímido nos festivais, mas que prometem esquentar este ano.



No ano passado, duas mil pessoas compareceram diariamente ao Museu da Imagem e do Som para assistir aos 50 tapes em concurso nos monitores e no telão. Este ano, os vencedores para as categorias técnicas (roteiro, direção, edição, fotografia e sonorização) terão surpresas na premiação. Como este é o ano da profissionalização, a comissão organizadora estuda a possibilidade de bolsas de estudo para os vencedores em escolas americanas. Aguardem que vêm mais surpresas!

Fotoptica: a opção pela cultura

Com a mesma persistência e tranquilidade que dá aulas de fotojornalismo e cinema na ECA-USP, o produtor de cinema e empresário Thomaz Farkas continua investindo na filosofia do pai húngaro Dasidério Farkas, o fundador da Fotoptica em 1920: vincular a empresa com o setor cultural. No começo da década, começava a germinar no Brasil a fotografia, o cinema, a ótica. Hoje, depois da TV Brasileira, da TV ao vivo, do vídeo-teipe e das redes nacionais, a produção independente passa a ser uma tendência futura da TV Brasileira.

Apostando neste filão, com a preocupação de prestigiar o movimento de vídeo independente como atividade artística e de documentação de uma realidade brasileira, a Fotoptica parte para a sexta edição do Festival Fotoptica Videobrasil, com apoio da Secretaria da Cultura do Estado de São Paulo.

Para Thomaz Farkas, o festival "é a alavanca, a chance para os novos talentos se manifestarem. A Fotoptica sempre estimulou novos talentos. Há anos, expõe nas paredes de sua galeria a arte fotográfica brasileira. Já, em 1920, a Fotoptica lançava seu primeiro jornal "Luz e Sombra", depois "Novidades Fotoptica", "Catálogos", "Revista Fotoptica", e, desde 1982, realiza o Festival Fotoptica Videobrasil. O compromisso com a arte atravessou várias fases. Conhecê-las significa estudar a história do aparecimento no mercado brasileiro dos equipamentos fotográficos que hoje fazem parte da própria história cultural do Brasil".

Com este espírito, Thomaz Farkas implantou o Festival Fotoptica Videobrasil para servir de passarela dos talentos. Caminho percorrido pelos festivais de Super-8, restrito aos realizadores e familiares. Com o boom do vídeo no mercado, o Festival Fotoptica Videobrasil foi se popularizando e se consolidou. Agora, no sexto ano, é considerado o festival mais importante da área de vídeo, apesar da crítica apontar um retrocesso, por causa do excesso de abstracionismo, da arte pela arte. As polêmicas geram crescimento e Thomaz Farkas está satisfeito com os resultados, com a participação positiva de fabricantes e importadores de equipamentos nos festivais, "pois o apoio da indústria é muito importante, assim como o da Secretaria de Cultura do Estado".

Farkas acredita que tem muitos jovens talentosos por aí, animados em explorar seu principal instrumento de trabalho — o vídeo. E se, com algumas exceções, a TV comercial ainda não aproveita efetivamente este novo mercado, Thomaz Farkas acredita que as TVs estão abrindo: "Finalmente, está cada vez mais difícil produzir coisas novas e criativas." E o jovem, diz o professor, se na década de 20 era poeta, na de 60 foi barbudo, contestador e fotógrafo. Na década de 80, faz vídeo, cria em computador.



DAS SECRETAS EXIBIÇÕES PARA AS TELAS DE TV

Em apenas seis anos, a geração do vídeo deixou de ser vista como jovens que queriam brincar de televisão para ser levada a sério pelos profissionais mais exigentes das grandes redes nacionais. Desde já, eles preparam suas produções para o VI Festival Fotoptica Videobrasil e ensinam como chegar à premiação.

Há cinco anos, o Festival Fotoptica Videobrasil é a passarela da produção independente no país, seja ela experimental, de ficção ou jornalística. Graças ao festival o vídeo independente saltou das quase secretas exposições entre amigos para a programação das emissoras comerciais. Prova deste sucesso foi o convite do presidente da Fundação Cásper Líbero, Jorge da Cunha Lima, ao produtor Marcelo Machado, da produtora Olhar Eletrônico, para que imprimisse um novo caminho à TV Gazeta.

A produtora Olhar Eletrônico é uma veterana do Festival Fotoptica Videobrasil. Participa desde a sua primeira edição e chegou, inclusive, a ser convidada para uma retrospectiva de seus melhores trabalhos, em 1985. "Tínhamos apenas quatro anos e foi uma experiência muito interessante. Fizemos um balanço da nossa produção", recorda Marcelo Machado.

Para a Olhar, o festival foi o canal de entrada para um programa na TV Gazeta. Em 83, no segundo festival, venceram o primeiro lugar com "Marly Normal" e o quarto, com "Garotos do Subúrbio". "O Goulart de Andrade, que tinha um programa à noite na Gazeta, viu nosso trabalho e gostou. Uma semana após o término do festival, a Olhar Eletrônico estava na TV Gazeta, participando do programa 23ª Hora", lembra Machado.

Para o videomaker Caio França, 26 anos, "o Festival Fotoptica Videobrasil é uma espécie de balão de ensaio. Há um público específico e exigente, preocupado com a qualidade do material apresentado. Passando no festival, cria-se um feedback". Junto com mais quatro sócios, Caio dirige a Conecta Vídeo, uma produtora que há três anos participa do Videobrasil. Em 85, a Conecta ganhou o prêmio especial do júri por "Os Inconsequentes", uma ficção que trata da política.

Desde que foi criada, em 83, a Conecta sempre enveredou para o gênero ficção. Em 86, foi premiada no Rio-Cine com "Éxtases". No Festival Fotoptica Videobrasil este trabalho não levou nada, mas Caio faz questão de ressaltar que respeita os critérios do júri e que "toda premiação é polêmica".

Atualmente, a Conecta dedica-se mais à produção de vídeos institucionais, de treinamento e comerciais para a TV. Mas nem por isso deixará de participar do VI Festival Fotoptica Videobrasil. "Temos uma expectativa quanto à divulgação de nossos vídeos e, há possibilidade de ganhar um prêmio", confessa Caio. Para este ano, a Conecta está preparando dois traba-

lhos. Será uma ficção experimental bem ao estilo da produtora", segreda o videomaker.

Assim como a Conecta, a produtora Olhar Eletrônico também estará no Museu da Imagem e do Som. "Mas ainda não decidimos o que iremos apresentar", afirma Beto Salatini, 30 anos, um dos sócios da Olhar. Para os interessados em abocanhar um prêmio no festival, Salatini revela a receita: "O vídeo deve ter cara do festival, ou seja, ser uma obra inovadora. Não deve ser chata ou profunda e ir ao encontro do gosto do público, que é homogêneo, na faixa dos 15 aos 35 anos".

Para Marcelo Machado, o público do Festival Fotoptica Videobrasil está interessado principalmente em novidade. "Quem vai até o MIS, quer ver o que se faz de novo no vídeo. Há uma nova geração ávida em criar e produzir de forma diferente. É esta também a minha expectativa para o Festival da Fotoptica".

Alegrias, expectativas para uns, e muita polêmica para outros. É vida de festival. Este ano, a TVDO promete que estará ausente do festival. Conhecida por possuir uma linha voltada para o experimental, a produtora de Tadeu Jungle e Walter Silveira participou de todos os festivais realizados pela Fotoptica e várias vezes venceu. Como, no último, com o "Heróis da Decadência". Para Tadeu Jungle, esta ausência "deve-se às falhas ocorridas no V Festival Videobrasil e o tratamento a nós dirigidos pelos organizadores do festival".

Para quem não se recorda, Tadeu promoveu uma série de críticas ao festival do ano passado, provocando muita polêmica. Segundo ele, "houve falta de rigor na pré-seleção, cooptação de três jornalistas dos três grandes jornais de São Paulo, na medida em que foram convidados para participar da organização e pré-seleção dos vídeos, o que retira a possibilidade de crítica livre ao evento". Além disso, Tadeu Jungle considera que "o júri oficial foi composto por pessoas estranhas à área de vídeo" (o júri do V Festival Fotoptica Videobrasil era composto por João Paulo de Carvalho, editor de "Armação Ilimitada", da TV Globo; Lauro César Muniz, escritor e roteirista de TV; Antonio Calmon, autor de especiais de TV; e Guilherme Lisboa, diretor do Museu da Imagem e do Som, em São Paulo).

Teté Martinho, uma das jornalistas da comissão de seleção do festival do ano passado, alvo de crítica de Tadeu Jungle, diz que "ele subestima os profissionais em questão" e que a mágoa que sente até hoje "é porque não foi integralmente apoiado pela imprensa na polêmica que criou".

Diz que diz à parte, Jungle acredita que exista um público e um espaço para o vídeo experimental no Brasil. E prepara para o segundo semestre deste ano alguns trabalhos, entre eles uma experiência com José Celso Martinez Correa e um registro do poema "Manifesto da Selva Mais Próxima", de Roberto Piva.



Santo de casa não faz milagres, diz o ditado popular para brasileiros que tem mais fama em país estrangeiro. É o caso do produtor de vídeo Cândido José Mendes de Almeida, diretor do Centro Cultural Cândido Mendes, do Rio de Janeiro, que implantou, em maio deste ano, em Nova Iorque, o "TV Brasil", um programa de periodicidade regular, dirigido à comunidade brasileira que vive na cidade. É o canal 31, uma emissora pública em UHF cuja programação é retransmitida por 55 emissoras a cabo que atingem assinantes de Nova Iorque, New Jersey e Connecticut. O programa é produzido no Rio de Janeiro, em convênio com a TV Educativa. Sua meia hora de duração é dividida entre noticiário, música popular e futebol. A sócia de Cândido em Nova Iorque, Maria Duha, garante que a comunidade brasileira na cidade é grande levando-se em conta que o jornal "The Brazilians" tem mais de 50 mil assinantes.



Constituinte garante espaço nas emissoras

De agora em diante, as produtoras independentes estão garantidas por lei para ingressarem nas emissoras de televisão. Quem garante é a Constituição no capítulo Social, aprovado dia 24/5, item rádio e TV, por 443 votos contra oito e sete abstenções. O item III do artigo 256 dita os princípios a serem seguidos na produção e programação das emissoras de rádio e TV: "Regionalização da produção cultural, artística e jornalística conforme percentuais estabelecidos em lei." Isto significa que cada estado do país deverá ter seu pólo de produção além de uma oportunidade e uma abertura para a produção independente. Qual a opinião dos entendidos no assunto?



Jorge da Cunha Lima, presidente da Fundação Cásper Líbero: É uma evolução para a produção independente, que vem do Festival Fotóptica Videobrasil. Agora ela terá o seu lugar ao sol com a produção para as TVs regionais. Porque até então a penetração das independentes em TVs comerciais foi esporádica. Começou com o Festival da Fotóptica, demonstrando o grande interesse da juventude, na sua primeira fase; na segunda, começaram a aparecer os vídeos com conteúdos e, só na terceira, encontraram espaço no broadcasting, claro com exceções. Gostei dos resultados como o da Abril Vídeo, Olhar Eletrônico, Diana. Foi transformador. Se as produtoras independentes não têm fôlego para a Globo e estas não se abrem para eles, as regionais absorverão as independentes.

Cláudio Odri, jornalista e crítico de TV e Vídeo de O Estado de São Paulo: "Em tese, esta medida é um avanço, mas temos que ver como vai ser na prática. Isto pode beneficiar as produtoras independentes. Mas há o risco de desmobilização, já que as produtoras que forem contratadas pelas emissoras podem abandonar a sua estética própria e simplesmente seguir os padrões fixados. Podem ficar atreladas ao sistema".

Gabriel Priolli, editor da revista Imprensa e professor de rádio e TV: "Sem dúvida, esta medida vai estimular a produção independente. Para uma emissora que não possui um núcleo de criação artística, é muito mais interessante contratar uma produtora independente do que montar um departamento".

Geraldo Anhaia, produtor: "Esta medida vai abrir um espaço para as produtoras independentes. Dará vez a estes profissionais. Ela também vai contra os interesses das grandes emissoras, que não se preocupam com a programação regional".

Arlete Seareta, produtora da Diana Cinematográfica: "É muito bom que haja uma regulamentação deste tipo. Quanto à regionalização, acho algo perigoso. Quem vai fiscalizar? Quem vai estabelecer os critérios? A regionalização pode criar uma limitação da liberdade e uma discriminação no mercado. Em Goiás, por exemplo, que é um local que conheço, quais as produtoras que poderão entrar no mercado? Serão somente as produtoras locais ou poderá entrar alguma produtora de fora? O Brasil é um país muito grande e não podemos correr o risco de limitar e regionalizar a criação e a produção".

Cândido Mendes, diretor do Centro Cultural Cândido Mendes (RJ): Neste momento, é importante saber a definição de produção independente na Constituinte e sua especificação. Quais os horários e os percentuais? Ser independente é ter 50% da programação? Digo isto porque, no Brasil, o sistema de rede e filiações predominam na comunicação eletrônica. Das 54 filiações à TV Globo, só cinco pertencem à Globo. As outras são de organizações ou emissoras e proprietários locais, filiações à Globo. De qualquer forma, é um avanço. Afinal, da produção independente que surgiu há cinco anos, junto com o Festival Fotóptica Videobrasil, 70% das produções foram absorvidas pela publicidade e TV Comercial. Dos outros 30%, metade deu certo e outra nada realizou. Continuo insistindo que, quem quer fazer TV comercial, tem que saber que veículo é esse e se adaptar à estética dele. Nossa experiência demonstrou que tem padrão de gosto. A questão da qualidade é técnica, de direção e fotografia. Sem isto, a produção independente fica na segunda classe. E o Festival Fotóptica Videobrasil, talvez o mais importante da América Latina, continua sendo a plataforma de lançamento de profissionais independentes. Acredito que, ao lado da produção cultural, já se poderia estruturar o mercado de vídeo, incentivando a sua comercialização dentro do próprio festival.



O VÍDEO INDEPENDENTE TEM FUTURO?

A crítica está sempre querendo saber para quem a produção independente realiza seus vídeos. Ela cabe dentro de uma programação de uma emissora? Existe efetivamente mercado para a produção que surge nos festivais? Ela está amadurecida para concorrer no mercado?

Estas questões não abandonam a pauta de todo mundo que está ligado com a TV independente no Brasil. O professor Gabriel Priolli, num balanço do livro "Televisão & Vídeo, Brasil — os anos de autoritarismo", diz que hoje já vivemos a quarta época da TV Brasileira — depois da TV ao vivo, do vídeo-teipe e das redes nacionais, a era da produção acelerada de vídeo independente, estimulada pelo boom do videocassete doméstico, a partir de 82. "Houve uma expansão rápida, com grande número de realizadores. Estamos na fase de decantação da quantidade para qualidade, com algumas exceções," afirma Priolli.

Segundo ele, mais duas áreas estão crescendo: a de distribuição para homem-vídeo, com diversas empresas distribuidoras de filmes estrangeiros abastecendo os vídeo-clubes do país e os da área de produção. Estas, segundo Priolli, apesar de estarem se expandindo, ainda não têm capital, nem técnica, nem gás para realizar grandes produções.

Qual a produtora independente que oferece, hoje, um seriado completo com 26 episódios? A Artplan, por exemplo, a produtora que fez o seriado "Joana", tinha capital, competência, experiência e não seguiu. Estamos sofrendo uma expansão, diz Priolli, a nível estético, influenciando episódios como "Armação Ilimitada", "TV Pirata". Ou na linha experimental de Gláuber Rocha, com o "Mocidade Independente", da TVDO, realizado pela Bandeirantes. "A TV independente precisa de regularidade

e competência, para se firmar como alternativa para as emissoras de TV comercial", alerta o professor.

Tudo bem, mas quem vem primeiro, o ovo ou a galinha? Para se ter condições de produzir, é preciso que a TV independente seja sólida, tenha estrutura. Mas ela, segundo Priolli, é romântica, com mercado pouco definido. Estamos num impasse. A solução, para Gabriel Priolli, é política: "A Constituinte deu uma abertura às produtoras independentes, o efeito será estimulador".

Nos Estados Unidos, por exemplo, a reserva de mercado, até os anos 80, era de 50%, o que estimulou o crescimento do mercado de produção independente. A Globo, por exemplo, ressalta o professor, poderia reduzir o capital fixo, produzindo somente jornalismo, esporte e eventos, como no mercado americano e inglês e encomendar programas extras com as produtoras independentes: "Acredito que as redes teriam o maior interesse em encontrar parceiros que segurassem a barra".

Para isso, "é preciso que a produção independente vá à luta e se una. Que as suas entidades, como a ABTI (Associação Brasileira de Teleprodutores Independentes) e a ABPI (Associação Brasileira de Produtores Independentes) se fortaleçam e se transformem realmente em órgãos representativos. Para que os festivais, o canal de lançamento de seus produtos, passem a ser tão importantes como os festivais de Gramado, de Cannes ou como o Oscar," profetiza Priolli, "Porque será que todo mundo quer ver os filmes destes festivais? Claro que, além do talento, tem a mídia por trás. Não estamos longe desta realidade do vídeo comercial, principalmente agora com a aprovação na Constituinte da regionalização do rádio e TV."