

# CINEMATOGRAFICAMENTE TELEVISIVO

CARLOS ALEXANDRE RAUPP, RENATA VIDAL e SIMONE BLORIS

**D**urante os 100 anos de sua existência, o cinema sofreu diversos abalos. Mas nada comparável ao surgimento da tv, no início dos anos 50, e agora, no final do século, com o vídeo. No entanto, o aparecimento da televisão contribuiu sistematicamente para as inovações tecnológicas do cinema.

Depois de um primeiro impacto da telinha, o cinema reagiu tentando trazer de volta a magia de assistir a um filme na tela escura. Coisa que nem a tv, nem o vídeo podem dar. Para isso, muitos investimentos foram feitos, como o aperfeiçoamento das telas das salas de exibição e uma melhoria na qualidade do som, numa tentativa de atrair os espectadores e afastar a possível ameaça chamada tv.

Segundo Susana Schild, coordenadora da Cinemateca do Museu de Arte Moderna, o MAM, a televisão não abalou os caminhos cinematográficos. Muito pelo contrário, contribuiu para o surgimento de novas técnicas do cinema. "A tv não concorre de maneira alguma com o cinema, pois o público da telona é fiel. Nada substitui a sala escura", diz a cinéfila.

No Brasil, o cinema sempre teve altos e baixos. Mas isso não se deve à tv. Susana afirma que na época do *boom* das telenovelas, o cinema nacional teve suas maiores bilheterias. O Cinema Novo, por exemplo, mais ou menos da mesma época, não

sofreu influência alguma da televisão. "Foi uma época da busca da identidade nacional, que não recebeu contribuição da tv", conta Susana.

**Enquanto nos anos 70 podiam ser encontradas 4 mil salas, hoje pouco mais de mil estão funcionando em todo o país.**

Tamanho de tela não importa. Cinema e televisão sempre andaram juntos. Foi assim que artistas da tv brasileira ajudaram a engordar as bilheterias do cinema nacional, vide *Dona Flor e seus dois maridos*, filme em que 12 milhões de brasileiros foram ver a *Gabriela* da novela. Mas como só bilheteria não paga o investimento de uma produção cinematográfica, a tv ajuda na divulgação e no faturamento do dinheiro aplicado, exibindo o filme que já passou pelas salas escuras.

Entretanto, em pequenas cidades do Brasil, o vídeo e a tv substituíram o cinema. Onde existiam pequenas salas de exibição, agora se encontram bancos e igrejas. Enquanto nos anos 70 podiam ser encontradas 4 mil salas, hoje pouco mais de mil estão funcionando em todo o país. Para Susana, o cinema de rua, até mesmo nas cidades grandes, está condenado. A cri-

se econômica, que elevou o preço do ingresso, e a violência urbana, são os maiores fatores que afastaram a população do cinema. A comodidade de assistir a um filme em casa acaba fazendo com que uma grande parcela do público prefira, financeiramente falando, ficar no recesso do seu lar.

## **A TV por assinatura**

A tv por assinatura tirou maior proveito ainda, do que os canais convencionais, da relação entre cinema e televisão. Nos EUA, o cinema é, ao lado dos esportes, o que mais atrai o público em termos de programação para canais de tv paga. Em 1990, a HBO, um canal do grupo Time-Warner, já tinha mais de 20 milhões de assinantes no território americano. Mas este não é o único canal de filmes: ele divide o mercado com outros, incluindo Showtime, The Disney Channel e The Movie Channel.

O espectador americano conta também com outro serviço de cinema na televisão: o *pay per view* (pagamento por programa). Em alguns canais, ele dispõe de sessões de filmes lançados recentemente no cinema, distribuídos em diversos horários de exibição em vários canais diferentes. Se ele quiser assistir a um filme, basta requisitá-lo através do telefone ou de um controle remoto especial. Mais tarde, ele paga pela "sessão privê" através da conta de

telefone. Em 1993, a média de preço de um filme era de US\$ 4,33. Mas o serviço ainda não é muito usado pela população, que afirma serem poucas as opções de filmes. Ainda assim, o *pay per view* arrecadou mais de US\$ 600 milhões este ano.

No Brasil, os primeiros canais de cinema foram inaugurados em 1991: o Telecine, da Globosat, e o Showtime, da TVA, que mais tarde foi substituído pela HBO. Em dezembro de 1994, o Telecine também sofreu uma reforma, tornando-se uma *joint venture* entre a Globosat e quatro estúdios de cinema americanos: Twentieth Century Fox, Metro Goldwyn Meyer, Universal e Paramount. Em outubro de 1995, o Telecine já contava com 500 mil assinantes, e a HBO divulgava um total de 256 mil assinantes diretos no mês de setembro.

Como os telespectadores mais atenciosos já devem ter notado, há uma defasagem de tempo desde a época em que um determinado filme entra em cartaz no cinema e a época em que ele chega à televisão. Isto se deve a uma bem planejada estratégia dos estúdios de cinema. William B. Lee, vice-presidente dos estúdios Metro Goldwyn Meyer, explica:

"Em Hollywood, quando produzimos um filme, nós o colocamos no chamado 'padrão de distribuição seqüencial'. Isto significa lançar o filme no cinema durante 3 ou 4 meses e depois em vídeo. Nos EUA temos então o *pay per view*, que sem dúvida chegará ao Brasil também. Mas, por enquanto, aqui o filme vai do mercado de vídeo para a tv por assinatura, onde fica durante um ano. Só depois disso é que ele vai para a tv convencional. Mais tarde, o filme pode ainda refazer este ciclo, como um título de arquivado", esclarece.

Para os fãs de cinema, são

várias as oportunidades de assistir aos filmes que escolherem. Por uma questão de comodismo ou conforto, muita gente prefere esperar para ver um filme na televisão. Mas será que isso atrapalha a indústria cinematográfica? Se levarmos em conta a explicação de William B. Lee, fica claro que não. Afinal, os estúdios de cinema são atuantes em cada um dos espaços de exibição de filmes, das salas de cinema à televisão. □



## O Caminho Inverso

A influência da televisão sobre o cinema também é grande. Basta lembrar que foi através da tecnologia da televisão, por exemplo, que os cine-documentários puderam passar a ser feitos com som direto, utilizando as câmeras compactas com áudio acoplado criadas para a tv.

Os bastidores da televisão também servem constantemente de tema para filmes de cinema, que costumam ser muito bem recebidos pela crítica. O exemplo mais recente é o filme *Quiz Show*, que foi indicado ao Oscar este ano. Em 1987, o drama *Os Bastidores da Notícia* discutiu a ética do telejornalismo, um tema semelhante ao explorado por *Ausência de Malícia*, em 1981. A comédia *Paranóias Parabólicas*, de 1992, faz uma brincadeira com a variada programação da tv americana.

A televisão também deu um empurrão na produção de filmes. Nos EUA e na Europa, as grandes cadeias de televisão, como a HBO e o Canal +, elaboram telefilmes que às vezes surpreendem pela qualidade. As co-produções entre cinema e tv também são comuns - basta lembrar da série *Decálogo*, dirigida para a televisão por Krzysztof

Kieslowski, que rendeu dois títulos para o cinema: *Não Amarás* e *Não Matarás*. No Brasil, este tipo de co-produção é rara. O pioneiro foi Cacá Diegues, que utilizou recursos da TV Cultura para seu filme *Veja Esta Canção*.

A tv também tem sido um bom mercado de trabalho para nossos cineastas. Nelson Pereira dos Santos, Roberto Farias e Cacá Diegues são alguns dos exemplos que estão levando sua linguagem visual para a pequena tela. "É o tempo cinematográfico trabalhando na tv, diversificando os pequenos planos e a rapidez característica da televisão", conta Susana Schild. Um outro exemplo desse rodízio de veículo pode ser verificado com o diretor de chanchadas Carlos Manga, que emplacou vários sucessos em minisséries da tv como *Agosto*, exibida na Rede Globo.

Desta forma, o cinema presta homenagem ao veículo que surgiu como uma possível ameaça, mas acabou se tornando mais um meio de divulgação para a sétima arte. Afinal, além das exibições de filmes na televisão, esta serve também para ajudar na publicidade dos filmes, através da exibição de *teasers* de lançamentos no circuito cinematográfico.