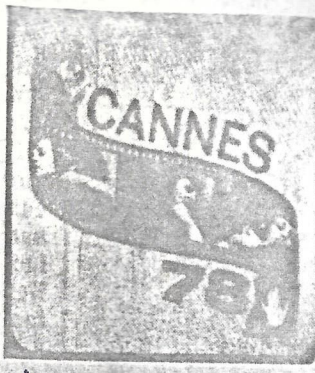
Monotonia domina o festival, apesar das festas e bombas



ANY BOURRIER
Enviado especial do GLOBO

O GLOBO 26/5/78

CANNES — Apesar das bombas que explodiram na sala do festival e na praia do Hôtel Carlton, apesar da movimentação feita pelos grupos "punks" e contestatários reunidos nos cinemas "off" da cidade, a mostra de Cannes não é mais a festa do passado. Talvez porque o nível dos filmes apresentados seja inferior ao dos anos anteriores ou, quem sabe?, porque a crise da indústria cinematográfica européia se reflete na escolha dos longa-metragens em competição. Tem-se a impressão que o FIF está morrendo lentamente e, salvo o surgimento de uma nova escola cinematográfica capaz de movimentar a Croisette, Cannes vai perdendo aos poucos seu prestígio.

Os 30 mil participantes do festival se consolam com as festas, cada vez mais luxuosas, ou com os passeios de barco pela baía de Cannes, esta sim sempre admirável. Nem os palhaços e jograis que realizam exibições gratuitas nas ruas — há engolidores de fogo, demonstrações de monociclismo e até cartomantes na Croisette — nem as intermináveis reuniões para discutir o futuro do cinema, as co-produções, a rivalidade da TV e os problemas da indústria cinematográfica do Terceiro Mundo, conseguem interessar o público que veio aqui em busca de sensações fortes.

Nas telas, as fitas se sucedem numa monotonia de fazer bocejar o crítico mais faminto de novidades. Quando as histórias dos longa-metragens em competição ou selecionados para as mostras paralelas não mostram a violência e a loucura, é com um drama pessimista que termina em suicídio que nos presenteiam os cineastas atuais.

Há cerca de 600 filmes em exibição em Cannes, dos quais somente uns 50 fazem parte das diversas mostras do FIF ("Semana da Crítica", "Quinzena dos Realizadores", "Um certo olhar" e competitiva). A maioria e é apresentada no Mercado do Filme, cada ano mais importante, ou em cinemas da cidade alugados pelos produtores para aproveitar a presença da crítica internacional e dos distribuidores.

Neste contexto, o cinema brasileiro mais uma vez não soube aproveitar a oportunidade que lhe dá o FIF para se projetar internacionalmente. Embora tenha trazido a Cannes uma dezena de bons filmes, representantes dos diversos estilos de cinema que se faz no Brasil atualmente, a Embrafilme ainda não percebeu qual é o espírito de uma mostra como esta, legítima plataforma publicitária para as produções cinematográficas nacionais.

Lamentavelmente, a divulgação do cinema brasileiro em Cannes, como aconteceu em festivais precedentes, deixa a desejar. Poucos cartazes, nenhuma foto dos filmes apresentados no mercado, raríssima propaganda das exibições. Em muitos casos, são os próprios cineastas brasileiros que se encarregam da promoção de seus filmes, colando cartazes nas portas dos cinemas ou nos corredores do palácio do festival.

Esta situação é bastante prejudicial aos filmes nacionais, sobretudo se levarmos em conta o fato de que a promoção de um longa-metragem em Cannes não depende de verbas extraordinárias. Canadenses e australianos, por exemplo, alugaram uma sala onde seus filmes são exibidos permanentemente. Outras cinematografias usam métodos insólitos para promover seus filmes: barcos ancorados na baía de Cannes (vieram saveiros de Hong Kong e veleiros da Itália), perfumes, bolsas, distintivos, "graffitis". Qualquer forma de propaganda é válida aqui.

Indecisos sobre qual tipo de promoção prestigiar, se a do Mercado interno ou externo, os representantes dos organismos oficiais brasileiros em Cannes são vítimas da desorganização e do aparato burocrático que tolhe as iniciativas favoráveis à publicidade do nosso cinema. "A queda", de Ruy Guerra, por exemplo, foi um filme que chegou a Cannes graças a seu prestígio na Europa, depois de ter ganho o Festival de Berlim e não recebeu neste festival o menor apoio: foi exibido numa sala minúscula, nenhum cartaz anunciava sua presença no Mercado do Filme e a cópia estava defeituosa, com arranhões e péssimas legendas.

Se "Chuvas de Verão" e "Coronel Delmiro Gouveia" se beneficiam de certa popularidade aqui, isto é mais em conseqüência do prestígio das seleções "Um Certo Olhar" (onde está o filme de Geraldo Sarno) e da "Quinzena dos Realizadores" (que escolheu o filme de Cacá Diegues).

Seria oportuno que os responsáveis pela divulgação dos filmes nacionais no Exterior se convencessem da necessidade de participar e chamar a atenção do público para o trabalho dos nossos cineastas, por que o mercado externo também é rentável. Muitos longa metragens exibidos no Mercado do Filme já foram vendidos. "Chuvas de Verão" foi comprado pela Gaumont para distribuí-lo na França. "A queda" também foi adquirido pelas televisões alemã e iugoslava. Outros distribuidores estão interessados em "Crueldade Mortal" e "A Dama do Lotação".

Sem querer diminuir o prestígio da Embafilme, órgão indispensável para o cinema nacional, é preciso que no futuro haja um aproveitamento melhor das possibilidades oferecidas por Cannes para a comercialização e divulgação das fitas brasileiras. É inadmissível que seu stand no Palácio do Festival não esteja equipado com aparelhos para projeção de videotape ou simplesmente com projetores de slides, graças aos quais os compradores podem ver as películas. Todos os vendedores de filmes em Cannes estão apresentando sua mercadoria em videotape, prescindindo assim de exibições em salas.

A documentação dos filmes também exige mais cuidado. Somente quando for enviada para Cannes uma equipe eficiente e capaz de dinamizar a promoção de nossos filmes é que o cinema nacional terá na Europa — pois o FIF é uma plataforma de lançamento para o continente europeu sobretudo — o lugar de destaque que o talento e a combatividade dos cineastas brasileiros merece.

E mesmo sem a propaganda desejada, o cinema brasileiro está brilhando em Cannes: "A queda" é um dos filmes mais comentados pela crítica, Geraldo Sarno foi convidado para participar de um seminário sobre a estética do cinema latino americano no Festival de Berlim no próximo ano, e os organizadores do FIF lamentam a ausência de "Chuvas de verão".

Maria Schneider na miséria

A atriz Maria Schneider, que trabalhou em "O Último Tango em Paris" e abandonou recentemente a filmagem de "Caligula" (acima), está passando por sérios problemas financeiros e vive em casa de uma amiga no sul da Suécia, revelou o jornal "Aftonbladet" desta capital. Segundo o jornal, Maria Schneider está "praticamente na miséria".

O jornalista que entrevistou a atriz contou que ela está em profundo estado de depressão, não tendo lhe falado mais do que algumas palavras incoerentes. De acordo com ele, ela "vaga pelas florestas da região, muito amargurada, tendo às vezes verdadeiras crises de fúria".

Ainda de acordo com o "Aftonbladet", Maria Schneider recebeu apenas cinco mil dólares (85 mil cruzeiros) por seu papel no famoso filme de Bernardo Bertolucci, enquanto que seu parceiro no "Último Tango", Marlon Brando, recebeu nada menos que 250 mil dólares (4,2 milhões de cruzeiros).