

MATTOS, Sérgio. O estudo e a crítica do cinema brasileiro. In: MARQUES De melo, José e MORAIS, Osvando J. de (Orgs.). *Vozes de resistência e combate: o legado crítico da comunidade acadêmica*. São Paulo: Intercom, 2010, pp. 67-69. (Coleção Memória da Intercom).

O ESTUDO E A CRÍTICA DO CINEMA BRASILEIRO¹

Sérgio Mattos

Na sociedade brasileira, como em qualquer outra, podemos facilmente identificar que os frequentadores de cinema formam diferentes grupos que podem ser classificados de acordo com a idade, etnia, sexo, classe sócio-econômicas etc. Podemos, também, afirmar que cada um destes grupos reage de maneira muito específica e particular frente ao conteúdo de um filme. Cada um desses grupos de frequentadores de cinema prefere os filmes com os quais seus membros se identificam, porque eles pensam que aquele filme é coerente com seus próprios valores culturais, interesse e normas sociais. Apesar de sua heterogeneidade e da competição da televisão, os frequentadores de cinema, no Brasil, já formam uma audiência fiel que tem crescido de ano para ano. De acordo com informações da Embrafilme, durante a década de setenta, o mercado brasileiro manteve uma média de 200 milhões de ingressos vendidos anualmente. Esta média é mais expressiva, quando sabemos que, em termos percentuais, os filmes nacionais já detêm mais de 30% do mercado, “contra menos de 14% em 1971”. No ano de 1978, por exemplo, um total aproximado de 62 milhões de ingressos foram vendidos para filmes nacionais, contra 150 milhões para filmes estrangeiros.

Esta diferença, naturalmente, deve-se a uma série de razões dentre as quais o fato de que a produção nacional, além de bastante limitada, ainda não adquiriu a inteira confiança dos brasileiros apesar dos inúmeros prêmios conquistados no exterior. Apesar disso, o número de espectadores de filmes brasileiros dobrou nos últimos cinco anos. A partir desses dados e considerando, também, a importância do filme na execução da função da transmissão cultural e, como veículo reforçador das normas sociais de conduta, devemos nos questionar sobre esse meio de comunicação de massa: o cinema *tem ou não tem sido*, apropriadamente, estudado por acadêmicos e críticos do setor? Quem é aquele que decide qual o tipo de filme que a audiência *deve ou não deve assistir*? Sobre isso, o estudioso americano Thomas H. Guback, em um de seus inúmeros trabalhos sobre a indústria cinematográfica, afirma que o significado do filme não está apenas no que é projetado, na tela, embora seja na projeção que a maioria das pessoas (audiência, estudiosos e críticos) preste atenção. Para Guback, fundamental é saber como a imagem que atinge a tela foi produzida e em que condições. E isso, explica o estudioso americano, envolve muito mais do que a simples preocupação sobre fatores artísticos.

¹ Artigo originalmente publicado na *Intercom- Revista Brasileira de Comunicação*. São Paulo: Intercom, ano VIII, nº 52, jan./jun. 1985, p 87-88.

Thomas H. Guback faz certas restrições aos críticos e estudiosos do cinema porque, além de não estudarem o filme corretamente acabam fazendo publicidade gratuita. Em síntese, diz que “falar e escrever sobre específicos filmes são excelentes formas de publicidade que não custam nada à companhias cinematográficas” e que “repetidas referências sobre certos filmes pode desenvolver nos espectadores uma vontade de querer assisti-los”. Segundo Guback, existe qualquer coisa de errado e incompleto no modo atual de estudar e criticar o cinema porque, entre outras coisas: 1) os estudos sobre cinema não apresentam qualquer conexão com a teoria geral da sociedade e da história; 2) os críticos se limitam a fazer comentários favoráveis ou desfavoráveis sobre um diretor, uma estrela, um escritor ou um roteirista, contribuindo apenas para atrair as atenções da população, criando, dessa forma, uma audiência para o filme que foi objeto de tantos comentários; 3) os críticos analisam apenas o conteúdo, perdendo componentes importantes do sistema, ou seja, o mecanismo industrial que produz os filmes; 4) os filmes são considerados criações autônomas e independentes das instituições econômicas; 5) porque a maneira pela qual o filme vem sendo estudo/criticado desloca-o da atmosfera, na qual ele foi formulado e colocado no mercado consumidor, transportando-o, portanto, para um ambiente artificial que parece ser imune às forças institucionais.

A fim de eliminar essas falhas, no estudo acadêmico e na crítica jornalística dos filmes, Guback propõe o que chama de “perspectivas institucionais”, através da qual um filme pode ser *estudado como um todo*, isso é, por meio da identificação, descrição e análise de “como a natureza da comunicação é moldada e usada”, e explicando o meio através do qual uma sociedade organiza a produção e distribuição de seus filmes e informação. Essa “perspectiva institucional” é um modelo que, se utilizado devidamente, poderia esclarecer uma variedade de aspectos importantes e que, normalmente, são negligenciados. Com o modelo de Guback, poderíamos entender melhor a indústria cinematográfica em si ou seus produtos, Em resumo, podemos dizer que Thomas H. Guback argumenta que o filme deve ser estudado dentro do momento histórico, considerando, entre outras questões, a situação econômica e ideológica, sob a qual um filme é ou foi produzido.

Considerando seus argumentos, somos levados a concordar com ele porque, na verdade, nem os acadêmicos nem os críticos têm observado as coisas certas em um filme em particular ou, na indústria cinematográfica, de um modo geral, porque os estudos críticos sobre o cinema são superficiais e contraditórios. Assim sendo, para estudarmos um filme, devemos considerar as influências históricas, sócio-culturais, político-ideológicas e econômicas sobre o processo de sua produção, bem como devemos considerar a audiência para a qual o filme é destinado.