

TIRO NO PÉ – O Filme

Estive recentemente em Barbados, por dois meses, pintando aspectos daquele país-ilha, o mais ao leste e isolado do Caribe. A beleza e a atmosfera estimulante facilitou muito minha tarefa: não faltou inspiração nem motivação para pintar. Acordava quando o sol nascia e começava a trabalhar, parando ao anoitecer, para atividades culturais e compromissos sociais. Hóspede do nosso embaixador, a agenda esteve sempre lotada, conversei com muita gente, inclusive de comando. Fiz a exposição no dia 13 de Agosto, com patrocínio do Clube de Colecionadores de Artes e Embaixada do Brasil, mas não é esse o assunto que quero abordar aqui.

Fiquei impressionado com a imagem negativa que aqueles empresários e doutores, formados nas mais famosas universidades inglesas, americanas e canadenses têm do Brasil. Uma imagem tão forte que sequer são curiosos. Embora todos digam que torcem pelo Brasil nas copas do mundo e sonhem com nosso carnaval, pensam que o nosso país é uma grande “Cidade de Deus” com vários “Carandirus” e com uma “Central do Brasil” cheia de analfabetos.

Os filmes brasileiros de ontem (Cangaceiro, Orfeu Negro, O Pagador de Promessa,...) e de hoje, destacados por organismos internacionais para representar o Brasil em eventos de grande mídia, atendem plenamente ao objetivo de se construir a pior imagem do nosso país. O lucro para quem se beneficia desse marketing globalizado é do tamanho do nosso prejuízo.

O cinema foi a mola mestra da economia americana, na decisiva fase do começo do séc. XX. Junto com os filmes era vendida a cultura americana e seus bens. Isso provocou uma demanda tão grande por bem e serviços americanos, que o fluxo de capitais para lá é um jorro contínuo. Nosso produto cultural mais admirado no exterior, sem dúvida, é a música. No Caribe, não conhecem nossa música e poucos sabem que falamos português.

Quando na Embaixada assistem a filme mostrando aspectos do Brasil, encerrando com a fabricação de aviões (e são informados de que hoje esse é o principal produto na pauta de nossas exportações) ficam interessados no país. O sucesso dos nossos filmes, que são aplaudidos, incentivados por nós e financiados pelo governo, tem atendido aos interesses de mercado dos países que os promovem, todos ricos e zelosos de suas imagens e economias.

Os filmes selecionados para festivais internacionais, todos mostrando uma única face deprimente do país, têm sido tiros nos nossos pés, que damos com alegria irresponsável. Esses filmes merecem aplausos pelas qualidades técnicas e artísticas, mas são inoportunos quando mostrados isolados para um público que não nos conhece. Sem atentarmos para manipulações da publicidade e as conseqüências econômicas para um povo que quer ter pés ligeiros para eliminar as mazelas mostradas nos filmes, todas com raízes na pobreza e desigualdade, ajudamos a ampliar o problema.

Todo comerciante sabe que alardear insucessos é buscar a concordata. Considerando a enorme influência que o cinema tem na construção da imagem de um país e a necessidade de emprego e renda, para minimizar nossos problemas sociais, tão bem dissecados nesses filmes, precisamos encarar nossa produção cinematográfica com mais inteligência.

Difundir nossa cultura somando nossas diferenças e inserindo com personalidade o Brasil na globalização, com retrato de corpo inteiro, num ângulo que nos seja mais favorável e menos do interesse dos concorrentes, é um atalho para a extinção dessa insistente temática que explora a miséria e produz miseráveis. Um desafio para nossos cineastas.