

Os novos rumos do espaço audiovisual latino-americano

Regina Festa e Luiz Fernando Santoro

Vídeo, o filho pródigo

Na década de 80, o vídeo começou a ocupar um lugar de destaque no espaço audiovisual latino-americano. A ampla introdução e o fácil acesso à tecnologia do vídeo doméstico permitiram o estabelecimento de circuitos de produção, reprodução e distribuição de produtos audiovisuais por toda a região. Estima-se atualmente que existam mais de 10 milhões de aparelhos de vídeo na América Latina,¹ e mais de 400 grupos produtores populares e alternativos,² sem contar as centenas de produtoras em cada país que atuam apenas na área comercial, e aqueles que não estão articulados com nenhum tipo de organização.

As organizações sociais e muitos comunicadores vislumbraram um novo tempo para a comunicação audiovisual, principalmente a partir do acesso ao vídeo de setores populares, jovens comunicadores e até mesmo cineastas, que até então tinham ficado à margem da produção que utiliza o suporte eletrônico para som e imagem.

Países como Chile, Peru e Brasil apresentaram experiências significativas a respeito do uso do vídeo na educação popular, na contra-informação e inclusive na tentativa de organizar os realizadores em entidades representativas. A literatura sobre vídeo latino-americano

escrita nos últimos anos inclui uma série de textos que fazem a revisão crítica dessas experiências, analisando sobretudo os contextos nos quais inseriram-se.³

Foram criadas nesse período associações, formalizadas em maior ou menor grau, de videastas populares, independentes, alternativos, de acordo com as exigências e condições de cada país. Hoje, tais entidades existem formalmente no Brasil, Peru, Equador, Argentina, Bolívia e México, e informalmente no Chile e Uruguai. Em alguns países reúne apenas videastas, como no Brasil e Peru, e em outros apresenta um avanço no diálogo com cineastas e produtores de televisão, como na Bolívia, Chile, Uruguai e México.

O vídeo foi introduzido nos tradicionais festivais de cinema do continente, como o Festival del Nuevo Cine Latino-Americano, de Cuba; o FestRio, no Brasil; e o Festival de Cartagena, na Colômbia. Segundo os documentos publicados ao final do Festival de Havana de 1987, “é através do vídeo, e de seus modos de uso por organizações não-governamentais de caráter social, comunitário, sindical, cooperativo, político, cultural ou religioso, onde se percebe uma maior tentativa de utilização democrática e participante da comunicação audiovisual. Boa parte da história recente dos nossos povos está sendo registrada em vídeo, em lugar dos tradicionais meios audiovisuais”.⁴

Começou aí a importante discussão sobre o vídeo latino-americano que tomou conta do Festival de Havana em 1987, onde conhecidos cineastas do Novo Cine discutiram com os videastas os recentes caminhos da produção audiovisual, que para a maioria dos presentes retomava alguns dos ideais afirmados em Vina del Mar, no Chile, ao final dos anos 60, onde o compromisso social do cinema latino-americano foi estabelecido.⁵ Sobre o tema, o historiador e crítico Peter Schuman afirmou:

Todos esses filmes tinham objetivos políticos e estéticos, estavam imbuídos do fogo revolucionário daqueles anos, de um clima generalizado de insurgência; eram filmes que pretendiam inteveir nos processos políticos, que buscavam transformar as consciências, mobilizar as pessoas; filmes que trasmitiam seu gesto rebelde também na estética, que rompiam com gêneros e tradições, que por vezes mostravam pela primeira vez o verdadeiro rosto da América Latina, que levavam à tela sua autêntica expressão. Eram filmes de luta e de busca, componentes de um cinema realmente novo.⁶

Entretanto, o vídeo não trilhou apenas esses caminhos, e seus

usos foram múltiplos: lazer doméstico, social, educativo, artístico, empresarial, científico, sindical, entre muitos outros, com interesses também completamente diferenciados. No setor empresarial, por exemplo, o vídeo foi introduzido no treinamento dos trabalhadores, de profissionais especializados, nas escolas e fundações educacionais mantidas pelas indústrias. Isso aconteceu principalmente no Brasil, Argentina, México e Venezuela. Os trabalhadores, de seu lado, organizaram projetos de documentação e formação em sindicatos e escolas sindicais, na cidade e no campo.

Assim, o vídeo foi apropriado pelos mais diferentes setores da sociedade: trabalhadores, comunidades de base, minorias étnicas (indígenas e negros, principalmente), estudantes, empresários, ecologistas, associações de moradores, centros de pesquisa etc.

O diagnóstico dos problemas

Todo esse desenvolvimento do uso do vídeo por diferentes setores da sociedade provocou o surgimento de grupos de estudos e a realização de várias pesquisas, algumas delas de caráter regional. Em 1988, com o apoio da Unesco, a Fundação do Novo Cine Latino-Americano iniciou uma pesquisa sobre cinema, televisão e vídeo na América Latina, com o objetivo de atualizar os dados disponíveis sobre produção, equipamentos, legislação, circulação e comercialização de produtos. Os resultados dos primeiros estudos comparativos, incluindo Argentina, Brasil, Colômbia, Cuba, México, Peru e Venezuela, acabam de ser publicados, e apontam a urgência de novos estudos mais setoriados para auxiliar a compreensão de uma nova ordem audiovisual no continente.⁷

A maioria das escolas de comunicação latino-americanas viu-se obrigada a introduzir o vídeo, ao lado da TV e do cinema, como matéria curricular. Atualmente, são incontáveis as teses sobre vídeo preparadas por estudantes nas várias universidades, dando conta do amplo uso desse meio de comunicação.

A profissionalização é uma decorrência natural desse processo, e os cursos de vídeo proliferaram por todo o continente, organizados pelas próprias entidades usuárias, com apoio de organismos internacionais ou mesmo com objetivos marcadamente comerciais. A fundação da Escola Internacional de Cinema e TV em meados dos anos 80 talvez seja a melhor tentativa de sistematizar a formação de jovens

cineastas latino-americanos.

A questão da formação de realizadores tem sido priorizada nos vários encontros regionais como um elemento fundamental para a construção de um mercado regional de vídeo, na medida em que garantiria, a médio prazo, a confecção de programas com qualidade técnica e artística cada vez melhores. Tal necessidade tem norteadado de modo decisivo a atuação de várias entidades governamentais e ONGs na América Latina, como Rádio Nederland, Fundação Friedrich Ebert, Crocevia, Vídeo Tiers Monde, Ciespal, Ulcra, Unesco, Ocic, entre tantas outras.

Os sucessivos encontros internacionais sobre vídeo acabaram por solidificar um movimento que vinha organizado-se naturalmente no continente, em seminários e festivais, e que já organizou três encontros autoconvocados: em Santiago (1988), em Cochabamba (1989) e em Montevideo (1990). Nesses eventos, os documentos finais retratam ainda a preocupação dos videastas com a organização, com a pesquisa, com a linguagem, com a distribuição dos produtos, com a vinculação aos movimentos sociais em cada país e, sobretudo, em entender o reordenamento constante do espaço audiovisual do continente, decorrente do avanço tecnológico e do processo de democratização que vem ocorrendo nos diversos países.⁸

Contudo, os documentos sobre vídeo dos últimos cinco anos são por demais semelhantes. Os problemas e dificuldades são reafirmados, e observa-se que o crescimento do uso do vídeo não tem ajudado muito na superação desses problemas. Um exemplo é a fragilidade dos mercados nacionais e internacional de vídeo, sempre identificada nos sucessivos encontros. Essa comercialização praticamente inexistente não tem como garantir o financiamento de novas produções e muito menos o autofinanciamento dos grupos de vídeo. Os participantes do encontro de Montevideo advertem que a situação gerada pela crise da cooperação internacional terá conseqüências decisivas para o futuro do próprio movimento de vídeo latino-americano.⁹

Essa crise já foi vivida pelo cinema latino-americano no início da década passada,

(...) onde chegou enfraquecido em sua ação e penetração, submerso nas dificuldades de financiamento das produções, na intensa repressão política, em profundo isolamento pela ausência de cooperação internacional, confundindo sua sobrevivência enquanto movimento com a sobrevivência pessoal dos realizadores. Um cinema que nunca

teve forças para enfrentar a concorrência das distribuidoras de filmes transnacionais, que impuseram regras de exibição por todo o continente. Um cinema que, infelizmente, nunca conseguiu criar um circuito comercial que garantisse sua sobrevivência.¹⁰

Muitos aspectos dessa frustração começam a repetir-se na área do vídeo. As experiências alternativas de circulação de produtos em vídeo, e criação de redes regionais, são isoladas, pontuais, como a Videored Ipal, com sede em Lima; a Videoteca del Sur, em Nova York; a Rede de Vídeo Pastoral, em Quito, entre outras de menor dimensão. No plano internacional, distribuidoras européias e da América do Norte começam a considerar, aos poucos, a produção latino-americana como parte integrante de seu acervo, mas em geral sem conseguir ainda viabilizar novas produções, como é o caso da Crocevia (Itália), Vídeo Tiers Monde (Canadá), Médiatheque des Trois Mondes (França), Zebra (Bélgica), Channel 4 (Inglaterra), Screening Days (Suécia) e Instituto de Cooperación Iberoamericano (Espanha), entre muitos outros. Os mecanismos já existentes de integração regional, como a Ulcra (União Latino-Americana e Caribenha de Radiodifusão), ou a Ocic (Oficina Católica Internacional de Cinema) tampouco conseguem responder a essas imensas necessidades, estando ainda muito longe de garantir o autofinanciamento de grupos de vídeo latino-americanos.

Se a tendência de crescimento do vídeo na América Latina é indiscutível, os problemas crescem também na mesma proporção. Faltam políticas específicas para o setor audiovisual, leis que regulamentem e apoiem a produção cultural, educativa e a entrada dessa produção nos meios massivos de comunicação, em nível local e regional.

Afinal, as experiências com vídeo apresentam interessantes resultados quando são compreendidas dentro de determinados limites e condições de produção e circulação. Mas é ainda incipiente a compreensão pelos realizadores das transformações que estão acontecendo por todo o continente, sobretudo nos planos político, social e tecnológico, que permitam atender aos desafios que se colocam para os anos 90: de fazer com que os mercados nacionais e internacional de produtos audiovisuais possam funcionar de modo a viabilizar as produções independentes e alternativas, e permitir que os programas saiam dos circuitos restritos de circulação e cheguem à dimensão coletiva.

Mesmo reconhecendo o vigoroso avanço do vídeo no continente,

como o descrevemos até aqui, será que tais objetivos, e desafios, não passam de miragens? A perseguição desses resultados será constante e infrutífera, em função da herança recebida dos anos 80? Será que já chegamos aos limites do crescimento do vídeo na América Latina? O vídeo pode ser um instrumento para o acesso às emissoras de TV? Como movimentar-se entre as novas possibilidades tecnológicas, o estágio dos movimentos populares e a organização do mercado audiovisual?

A herança recebida dos anos 80

Estudiosos de diversas áreas avaliam que a década de 80 foi perdida em relação ao desenvolvimento dos países latino-americanos, e à sua inserção na Nova Ordem Internacional. Os motivos foram amplamente discutidos: estagnação econômica, dívida externa exaurindo o crescimento interno, protecionismos, fisiologismos, concentração de renda, descaso com as culturas autóctones, com as minorias e com o meio ambiente. Soma-se a isso a crise social, dos partidos políticos, de governabilidade, e outras, que afastam a América Latina da modernidade, das decisões internacionais e dos novos blocos econômicos mundiais.

No campo das comunicações, os anos 80 foram marcados pelo maior avanço na história latino-americana. Assistimos a um aumento singular de emissoras de TV, ao lançamento de satélites domésticos, ao enlace mundial de satélites e da transmissão de dados transfronteiras, ao surgimento das emissoras de baixa potência, entre outras coisas. Todo esse desenvolvimento foi implantado de forma desigual pelo continente e, sem qualquer reação efetiva, tende a consolidar as desigualdades internas, regionais, entre países, e entre o Norte e o Sul. Observou-se a construção de uma vasta rede de normatização social sem precedentes, através da qual foram passadas massivamente informações, valores sociais, formas estéticas, orientação para o consumo e a construção sistemática e cumulativa de modos simbólicos e de relações sociais.¹¹

As corporações internacionais encontraram na América Latina um verdadeiro paraíso para a expansão de projetos de comunicação e telecomunicação. Se considerarmos a não existência de uma indústria avançada no setor — com raras e localizadas exceções — comprovamos o novo celeiro telemático instalado em nosso continente, que dará seus frutos no decorrer da década de 90.

No Brasil, herdamos um sistema de comunicação onde nove famílias detêm mais de 90% de toda a circulação de informação e de produtos culturais,¹² estabelecido em boa parte em função de compromissos políticos e econômicos com os sucessivos governos militares, após 1964. Com isso, a sociedade brasileira não participou de nenhuma maneira no controle da informação e mensagens que recebeu, ficando sujeita a uma produção centralizada, que colocou uma verdadeira camisa-de-força na produção regional da cultura e da informação.

As inovações tecnológicas introduzidas nos últimos dez anos foram assim compreendidas e apropriadas por aqueles que já atuavam na área dos mass-media, ocupando rapidamente os espaços disponíveis para a transmissão de televisão em VHF, UHF, SHF e por cabos. O poder econômico e o compromisso político foram as únicas variáveis consideradas na concessão de canais. O Plano Brasileiro de Distribuição de Canais e Frequências previa para a televisão, em 1988, um total de 319 canais, dos quais 258 foram preenchidos em poucas semanas, ao final do mandato do presidente José Sarney, em troca de apoio político. Restam disponíveis apenas 19% das frequências previstas no Plano.¹³ Assim, se de um lado temos hoje muito mais canais de transmissão estabelecidos, e a possibilidade de descentralizar a produção por meio do vídeo, por outro lado observa-se que a programação desses canais pouco alterou as possibilidades de acesso às antenas dos setores que já estavam marginalizados nas últimas décadas. Os dezoito novos canais em UHF e SHF da cidade de São Paulo foram ocupados apenas por empresários que já atuavam no setor de comunicação, e por retransmissores de grandes redes internacionais, como as norte-americanas CNN, ESPN e MTV; e a RAI italiana. Emissoras de caráter comunitário, ou de acesso público, continuam apenas em projeto, já que a legislação vigente não prevê a concessão desses canais.¹⁴

Os desafios para os anos 90

A quantidade de variáveis envolvidas na discussão atual sobre produção e distribuição de programas de vídeo deixa claro que não se pode limitá-la apenas a soluções técnicas e operacionais. Publicações, redes de distribuição, catálogos, mostras e festivais são muito importantes, mas insuficientes para fazer frente à lógica e regras do mercado já estabelecido por todo o continente na área audiovisual, e solidificado durante a década de 80.

É ilusório tentar enfrentar esse mercado com as mesmas armas das grandes empresas de comunicação, que movimentam cifras monumentais para mantê-lo e incrementá-lo. As experiências alternativas demonstraram durante os anos 80 que podem conseguir excelentes resultados quando articuladas com movimentos sociais específicos, que garantem circuitos de exibição e distribuição cativos. Contudo, se conseguiram falar com seus públicos-alvo, são quase que inexistentes as tentativas de fazer as mensagens chegarem a um número maior de pessoas, à comunidade como um todo, ao coletivo, independentemente das restrições ao acesso aos mass-media.

Os resultados positivos são ainda mais raros. Em realidade, os movimentos sociais encontram grandes dificuldades em falar fora de seu círculo de atuação. Exemplos típicos são os jornais sindicais, os vídeos documentais populares, que dificilmente têm condições de agradar ao espectador comum. Utilizam linguagens pouco acessíveis ou tratam muitas vezes de temas por demais específicos ao grupo produtor.

As discussões sobre democracia e comunicação, que para muitos parece ter saído de moda, são fundamentais para tentar alterar o estágio atual do mercado. Tudo que tem ocorrido no campo da comunicação, e que tem tido influências cada vez mais definitivas e irreversíveis na vida dos cidadãos, está passando ao largo da sociedade civil, que em nenhum momento está sendo chamada a participar dessas decisões sobre seu futuro. Cabe à sociedade entender e transformar essa situação.

O estabelecimento de alternativas concretas para a comunicação passa necessariamente pela formação de frentes democráticas que atuem nas seguintes linhas:

— Fortalecimento e organização de movimentos sociais em defesa da democracia, da democratização dos meios de comunicação, do pluralismo de idéias, para garantir os direitos civis, o direito de defesa e de acesso à informação e aos meios de comunicação.

— Formação de blocos parlamentares progressistas para mudar as leis de comunicações e telecomunicações, regulamentando-as e adaptando-as às novas tecnologias e às necessidades da sociedade como um todo.

— Circulação de informações por todos os setores da área de comunicação, que permitam à sociedade e aos profissionais não ficarem omissos nas discussões por absoluta desinformação.

— Estabelecimento de canais que possibilitem aos vários setores

sociais participarem das discussões sobre comunicação em geral, e particularmente no estabelecimento de mecanismos de controle social sobre a propriedade e o funcionamento dos meios de comunicação. Alguns exemplos: conselhos de comunicação, associações de telespectadores, TVs de acesso público etc.

— Implementação de leis protecionistas com respeito à produção local e regional, além de incentivos à produção cultural, que possa reduzir a importação de programas.

— Preparação formal e não-formal de comunicadores conscientes da vulnerabilidade do atual processo de comunicação para a verdadeira democracia social.

— Pesquisar e estudar regularmente o funcionamento do mercado audiovisual nacional, regional e internacional, antecipando-se às mudanças e possibilitando a reflexão prospectiva segundo os interesses da sociedade.

— Fortalecimento dos espaços existentes para distribuição, formação, co-produções, intercâmbio, exposições etc., e sobretudo criação de novas ações sintonizadas com as mudanças constantes do mercado.

O tempo corre contra: mais do que nunca os setores progressistas têm diante de si a grande responsabilidade de ajudar a sociedade civil a criar instrumentos de defesa contra a massificação total e a internacionalização cultural definitiva de nossos países.

Notas

1. Octávio Getino, *Introducción al espacio audiovisual latinoamericano* (Buenos Aires, Instituto Nacional de Cinematografía, 1990), pp. 28-30.
2. Karen Rannucci, *Directory of film and video production resources in Latin America and the Caribbean* (New York, Foundation for Independent Film and Video, 1989).
3. Luiz F. Santoro, *A imagem nas mãos: o vídeo popular no Brasil* (São Paulo, Summus, 1989), capítulos I e V.
4. "A veinte anos de Vina del Mar: por el video y la televisión latinoamericanos". Documento final dos videastas presentes ao 9º Festival do Novo Cine Latino-Americano (Havana, 1987), p. 1.
5. Ver a respeito a publicação *Hojas de cine* (Havana, Fundación del Nuevo Cine Latino-Americano, 1986).
6. Peter Schuman, *La experiencia de la historia* (Havana, mimeo., 1987), p. 3.
7. Octávio Getino, *op. cit.* Esta é a primeira versão do estudo citado.
8. *Montevideo/90 - Informe final* (1990).

9. *Ibidem.*
10. Luiz F. Santoro, *op. cit.*, p. 84.
11. Regina Festa e Luiz F. Santoro, "A terceira idade da TV: o local e o internacional". In: *Rede Imaginária* (São Paulo, Companhia das Letras, 1991).
12. Movimento, comunicação e democracia - Documento básico. São Paulo, mimeo, 1991. As nove famílias que detêm o monopólio da informação no país são: Marinho, Bloch, Civita, Mesquita, Levy, Nascimento Brito, Frias, Silvio Santos e Saad. Todos são proprietários de emissoras de TV, rádio, jornais, empresas de telecomunicações, revistas ou editoras.
13. Daniel Herz, "Quadro síntese das concessões e permissões outorgadas durante o governo Sarney" (mimeo., 1989).
14. A prefeitura de São Paulo, através de sua Secretaria de Cultura, iniciou estudos para pedir ao governo federal a outorga de um canal educativo, em UHF, para a cidade. Em fevereiro de 1991 foram iniciados os estudos técnicos e conceituais relativos à emissora.