

Novas tecnologias de comunicação e as necessidades dos produtores independentes

The new technologies of communication
and the necessities of independent productions

*Luiz Fernando Santoro**

* Presidente da Videazimut. Produtor independente. Professor da Escola de Comunicações e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP) e da Pós-Graduação em Comunicação Social do IMS.

Resumo

As novas tecnologias de comunicação ampliaram o espaço audiovisual. Contudo, não alteraram o funcionamento desse espaço.

O desafio de mudar tal quadro na América Latina deve ser encarado como urgente.

Palavras-chaves: vídeo, produção independente, TV.

Abstract

The new technologies of communication amplify audiovisual space.

Nevertheless, they do not alter the function of this space. The challenge of changing such a picture of Latin America should be looked at as urgent.

Key words: video, independent productions, TV.

Falar sobre as Novas Tecnologias de Comunicação, do ponto de vista dos produtores independentes do setor audiovisual latino-americanos, sempre aponta para uma mesma direção: como produzir mais, com melhor qualidade e com garantia de difusão em circuitos que possam chegar a um número expressivo de pessoas e viabilizar novas produções.

Tal asserção, simples de ser enunciada, traz problemas acumulados por várias décadas, não superados pelas tentativas do cinema, especialmente do Novo Cine Latino-Americano, ou mesmo pelas emissoras de TV, que continuam tendo em sua programação uma massa significativa de programas importados, predominantemente dos Estados Unidos. Em resumo, a América Latina conhece muito pouco de seu próprio cinema e quase nada de sua produção de vídeo.

A grande exceção refere-se ao fenômeno das telenovelas, especialmente mexicanas e brasileiras, que conseguem cruzar as fronteiras de seus respectivos países e vencer a barreira da língua e das evidentes diferenças culturais entre nossos povos. Contudo, esse sucesso é isolado e resultado de estratégias de concepção, produção, distribuição e comercialização, por enquanto, restritas às emissoras de TV.¹ Os produtores independentes dificilmente teriam fôlego financeiro para participar dessa lógica de mercado.

Em realidade, vários estudos comprovam as alterações recentes no espaço audiovisual latino-americano, sobretudo com as TVs UHF, de alcance local e regional; TVs a cabo e programação via satélite; aliadas às câmeras de pequeno porte, às facilidades crescentes de pós-produção, ao grande número de aparelhos de videocassete e antenas parabólicas.²

O surgimento de novas tecnologias no setor audiovisual tem exacerbado consideravelmente tais discussões. Se, de um lado, podem ser entendidas como novos produtos lançados, de modo previ-

sível até, pelas grandes corporações transnacionais da eletrônica, é certo, porém, que amplificam e potencializam as possibilidades de atuação alternativa ao permitir que mais grupos e pessoas possam produzir com equipamentos mais baratos e de melhor qualidade, fragmentando e multiplicando a capacidade de captação de sons e imagens. Potencialmente, poderiam circular na sociedade distintas informações e visões de mundo, novas experimentações no domínio da linguagem e diferentes “olhares” sobre a realidade, favorecendo a diversificação e o pluralismo de idéias.

A tecnologia e as mudanças na produção audiovisual

Como no início da década de 70, quando a tecnologia do ENG (*Electronic News Gathering*) transformou completamente o jornalismo eletrônico com suas câmeras e videoteipes portáteis e com edição *off-line* simplificada, nos anos 90, novos equipamentos vêm beneficiar a produção de sons e imagens.

Câmeras de melhor qualidade técnica (aptas para produção *broadcast*) caíram de preço e ficaram mais portáteis, incorporaram o videoteipe (*camcorders*) e deixaram de lado os tubos de imagem, para utilizar *chips* que permitem gravações com boa qualidade, em condições de iluminação de poucos *lux*. Esses equipamentos reduziram também o número de técnicos na equipe básica: dos tradicionais *cameraman*, operador de videoteipe/áudio e iluminador, sobrou apenas o cinegrafista. Em suma, oferecem condições bastante propícias para a prática da documentação audiovisual.

Os próprios *tapes* também evoluíram quanto à qualidade: um cassete Betacam pode ser reutilizado, segundo os fabricantes, mais de uma dezena de vezes sem que seja inutilizado pelo aparecimento de *drop-outs*. Inclusive, após a segunda ou terceira gravação, a tendência é a melhoria do resultado final da imagem, além de proporcionar evidente economia.

Ao lado disso, equipamentos de videoteipe de formato semi-profissional, como o Hi-8 e o Super-VHS, podem ser acoplados a câmeras de excelente resolução, com gravação simultânea de *time code* no material original, agilizando e facilitando os trabalhos de pós-produção.

As ilhas de edição *on-line* estão mais sofisticadas e baratas. Falar em efeitos digitais e computação gráfica passou a ser algo corrente até para os produtores populares que trabalham com vídeo, cujos pro-

gramas estão recheados de *takes* produzidos com equipamento padrão Amiga. Desde o lançamento do *Videotoaster*, há alguns anos, e do *Videomachine*, o segmento semiprofissional pode incorporar as possibilidades de criação da TV *broadcast*, com geradores de efeitos digitais e de caracteres com preços dezenas de vezes menores do que os similares utilizados pelas emissoras, alargando em muito os limites da produção visual.

Para o final da década de 90, os avanços mais impactantes estão na área de pós-produção. Seguindo a tendência da eletrônica de concentrar nos computadores e telas de vídeo o controle e a produção audiovisual, os editores digitais, que nada mais são do que poderosos programas para computadores, vão aposentar definitivamente os sofisticados editores e equipamentos das ilhas de pós-produção *on-line*, que tinham custos de centenas de milhares de dólares. As demonstrações de fabricantes (sobretudo da linha Macintosh) e primeiras experiências apresentam programas de montagem para som e imagem de vídeo virtuais, operados como um processador de texto. Os limites atuais restringem-se à capacidade de memória para armazenar as imagens com qualidade e à velocidade de acesso às mesmas.

Nos próximos anos será possível copiar o material bruto de um documentário em qualquer formato (VHS, Hi-8, Betacam etc.) para a memória do computador e editar o programa integralmente, com todos os efeitos digitais e combinações de sons e imagens, e copiar o resultado para videoteipe apenas ao final dos trabalhos. Isso permitirá a qualquer realizador pós-produzir sem os caros equipamentos de videoteipe e, o mais importante, sem depender de terceiros... A grande quantidade de material bruto que está nas prateleiras — chamadas “cemitérios de imagens” — talvez possa assim vir a ser conhecida. Afinal, a pós-produção é um dos grandes limitadores técnicos e financeiros da produção independente em vídeo.

Nesse sentido, a perspectiva de implementação da qualidade técnica e agilidade dos programas é irreversível. Desde o início desta década, algumas emissoras brasileiras estão gravando seus programas de caráter jornalístico com equipamentos leves, tipo Hi-8, que facilitam as gravações externas, copiando o material para o formato Betacam para pós-produção, usufruindo das vantagens técnicas de editar em “componente” (em lugar de “vídeo composto”), o que reduz a quase zero a perda de qualidade de cópias durante a edição.

No caso brasileiro, esse foi um dos fatores que permitiu que o documentário voltasse à TV, e, atualmente, quase todas as emissoras

têm seus programas documentais, em geral de denúncia no estilo sensacionalista, produzidos por independentes no formato técnico acima descrito. Esse é o novo padrão de jornalismo, no qual as experiências mais ousadas de linguagem estão sendo feitas.

Difusão dos programas: o funil da produção independente

Na área de transmissão de programas, novas tecnologias também estão disponíveis, acenando com possibilidades alternativas. Um exemplo é a experiência do “Deep Dish TV”, nos Estados Unidos, que emite programas via satélite em rede nacional para emissoras de acesso público, universidades e grupos que possuam antenas parabólicas. Os programas temáticos são editados a partir de material enviado por grupos que queiram participar e redistribuídos a centenas de pontos de recepção por todo o país, via satélite, para quem quiser retransmitir, ou simplesmente gravar, esses programas. Em 1991, durante a guerra do Golfo, o projeto apresentou uma série de programas, em que segmentos sociais, esquecidos pelas emissoras de massa, puderam dizer o que pensavam da guerra.

A TV revelou-se o principal espaço para que instituições e entidades possam chegar ao coletivo, superando o discurso predominante na década de 80, da contra-informação e dos projetos alternativos de resistência em nível grupal.

Assim, temos muitas novidades nessa área: desde grupos com programas próprios em emissoras até mesmo projetos que concretizam sonhos e idéias acalentadas por anos por aqueles que pensavam a comunicação audiovisual na região. No Peru, o bairro de Villa El Salvador colocou recentemente no ar a emissora de televisão 45 UHF, que alcança boa parte da cidade, com objetivos comunitários, culturais e políticos atrelados aos movimentos sociais ali presentes. A TV dos Trabalhadores, no Brasil, tem seu próprio programa em emissora comercial, pagando pelo horário e colocando para a sociedade uma visão de mundo proveniente do trabalhador. No Chile, grupos, produtoras e pessoas que tiveram intensa atuação em mostrar ao mundo o “país invisível”, que sobrevivia à ditadura do general Pinochet, têm programas e cargos de destaque na emissora nacional, determinando mudanças substanciais de conteúdo e programação.

Paralelamente, observa-se uma corrida das emissoras comerciais pela terceirização dos serviços de produção, seguindo de perto a lógica predominante no setor empresarial, principalmente no de

prestação de serviços. No Brasil, custa menos para uma emissora de TV pagar a uma produtora independente pela produção de um programa do que contratar funcionários e produzir com seus próprios recursos: os encargos sociais de um empregado com carteira de trabalho assinada chegam a aumentar em 70% as despesas com pessoal. Além disso, o tempo de realização de programas fora das emissoras é comprovadamente menor, pois nem sempre se respeita a legislação referente ao limite de horas de trabalho.

A maior rede brasileira, a TV Globo, optou por produzir algumas novelas e seriados dessa forma, reduzindo bastante as despesas e, ao mesmo tempo, garantindo o seu “padrão de qualidade”, ao estimular seus diretores a abrirem empresas do gênero. Por vezes, cedendo inclusive equipamentos e equipe técnica para as gravações.

Os sindicatos pouco podem fazer num meio onde predominam os *free lances*. Pode-se antever, até mesmo, sérias crises para o sindicalismo no setor de comunicações, com a terceirização dos serviços, onde um número crescente de pessoas produzem de modo absolutamente independente e atomizado, com câmeras e processadores de texto cada vez mais acessíveis, sem qualquer possibilidade ou interesse de organização, e com uma atuação onde a única lógica é a competição.

O radicalismo decrescente dos produtores independentes

Quem são, afinal, esses produtores independentes e que tipo de programas produzem? Os chamados produtores independentes incluiriam todos aqueles que atuam fora dos quadros das emissoras de TV, ligados ou não a instituições e ONGs; atuando em grupos ou individualmente; fazendo trabalhos comerciais ou não, documentários ou ficção; produzindo para TV ou para circuitos fechados, marginais e alternativos; usando como suporte cinema ou vídeo. Não são mais os realizadores estética e politicamente radicais, mas também os que vendem programas e co-produzem com as emissoras de TV.³

Essa amplitude, que evidencia uma fragmentação e diferenciação de interesses, é exatamente o que dá importância à produção independente, pois se relaciona com a idéia de diversidade, tão ausente nos meios de comunicação de massa e vital para uma sociedade democrática. Além disso, em termos de criatividade, é sem dúvida garantia para a oxigenação da produção e da programação.

Quanto ao conteúdo, os programas são em sua maior parte

documentais, de denúncia social, evidenciando as desigualdades crescentes em nosso continente, fortemente influenciados pelos movimentos sociais e políticos, pela formação crítica das escolas de Comunicação e pelo Novo Cine Latino-Americano. Há uma grande valorização do conteúdo e dos processos de elaboração dos programas, nem sempre inovando quanto à linguagem audiovisual, demonstrando claramente suas origens no espaço político e a carência de um repertório audiovisual que lhes sirva de referência para criar.

Contudo, o crescente volume da produção independente e a chegada de pequena parcela desta às emissoras apontam algumas mudanças, que ainda não alteram substancialmente o quadro do espaço audiovisual no continente. Têm acesso às TVs aqueles que participam da lógica comercial e trabalham sob encomenda para as emissoras, ou têm seus próprios patrocinadores; ou então aqueles que possuem articulação política suficiente para receber recursos que chegam aos movimentos sociais organizados, seja na área sindical, religiosa ou via ONGs, e podem comprar horários para emissão nas TVs. Afinal, existe um espaço real para o produtor independente que se propõe a criar e produzir fora das emissoras e das organizações políticas e sociais?

Em comum, todos evidenciam uma vontade de produzir, de criar, de fazer com que seu modo de pensar possa chegar à sociedade e de enfrentar uma estrutura de meios de comunicação que, na América Latina, não acompanhou de forma completa a modernização do suporte tecnológico. Convivemos com legislações da época anterior ao videoteipe, aos satélites e às câmeras leves, vendidas em qualquer loja de eletrodomésticos.

Como o novo espaço audiovisual vem sendo ocupado

As Novas Tecnologias de Comunicação ampliaram o espaço audiovisual. Contudo, não alteraram o funcionamento desse espaço. É como se a chamada indústria cultural fosse uma sala e tivéssemos algumas portas (canais de TV) para ali entrar. Com as Novas Tecnologias, temos agora dezenas de portas que levam ao mesmo espaço.

O desafio de mudar tal quadro na América Latina deve ser encarado como urgente pois, até o ano 2000, estima-se que o número de canais e empresas de rádio e TV será, no mínimo, triplicado, a julgar pelo crescimento atual de cerca de 20% ao ano. Para tanto,

serão necessários mais programas e tais necessidades serão atendidas basicamente de cinco maneiras distintas:

Importação de programas. É a solução mais barata, que só reforça uma tendência bastante presente na América Latina e Caribe. O quadro a seguir mostra a porcentagem de programas importados nas emissoras de TV em VHF de alguns países:

Argentina	40%
Bolívia	80%
Brasil	39%
Chile	54%
Colômbia	45%
Equador	79%
Peru	70%
República Dominicana	40%
Uruguai	68%
Venezuela	57% ⁴

Com a entrada das emissoras por assinatura, a cabo, UHF, ou via satélite, a porcentagem de programas importados tem aumentado muito. No Brasil, a Globosat (da TV Globo, a maior rede brasileira) e a TVA (da Editora Abril, a maior cadeia de revistas) transmitem cada uma pelo menos cinco canais internacionais, numa média de 18 horas por dia.

Reprises de programas. Programas não-inéditos, importados ou não (principalmente filmes), comprados a preços baixos, passaram a ser interessante opção diante da crise econômica de muitas emissoras, diminuindo ainda mais os espaços para as produções locais e nacionais. No Brasil, antigas telenovelas têm sido reprisadas com relativo sucesso, inclusive pelas grandes redes.

Produções das próprias emissoras. Nas grandes emissoras, cabeças-de-rede nacionais, este é o modo de produção predominante nas áreas jornalísticas, de shows e telenovelas. Tem a vantagem de manter a programação com um padrão de qualidade relativamente homogêneo e de permitir um controle absoluto sobre os conteúdos transmitidos. Por outro lado, um volume substancial de produção própria exige boa administração, equipamentos de qualidade sempre funcionando e pessoal especializado, que custam muito caro. Com a

terceirização, a tendência desse tipo de produção é diminuir.

Programas em rede nacional. Com a regionalização da televisão em muitos países latino-americanos, estão surgindo emissoras de pequeno alcance que, contudo, se limitam a retransmitir a programação das grandes redes, com poucos minutos diários de jornalismo próprio e raros programas locais. Revelaram-se excelentes negócios para viabilizar os pequenos anunciantes locais, mas estão frustrando os produtores independentes que vêem nelas uma possibilidade concreta de ampliação do mercado de trabalho e de favorecimento da cultura regional e da produção autóctone.

Produções fora das emissoras. Um volume crescente de programas das emissoras de TV é encomendado de produtoras independentes. O grande número de novas emissoras, de diversos tamanhos e potências, pode determinar uma progressiva segmentação do mercado, não apenas no que se refere à programação mas também quanto à qualidade da produção. Os custos e a sofisticação dos programas serão mais diferenciados e haverá espaço para produções caras e baratas, realizadas com equipamentos simples ou sofisticados. Hoje, em São Paulo, existem emissoras que fazem seu jornalismo em Betacam, mas há também as que utilizam simples câmeras Super-VHS, Hi-8 ou até mesmo antigas VHS. Aqui está o espaço da produção independente, que pode ampliar-se e superar os itens descritos anteriormente na medida em que houver uma política adequada de incentivo e proteção a esse tipo de atividade.

A discussão sobre as mudanças no espaço audiovisual

Nem sempre houve na América Latina uma discussão ampla na sociedade sobre política audiovisual, ou sobre o funcionamento das TVs públicas e privadas, que tenha acompanhado de perto os avanços tecnológicos. Deixou-se a iniciativa para empresas que, em geral, estavam já atuando no setor de comunicações e que incorporaram as Novas Tecnologias de Comunicação, em nada alterando a estrutura existente. As instituições públicas são quase sempre alijadas desse processo, sobretudo por falta de acesso a informações atualizadas e pertinentes, pelo descaso para com a pesquisa ou por sua própria lentidão estrutural na tomada de decisões.

Todo esse desenvolvimento, implantado de modo desigual pelo con-

tinente, contraria toda a intervenção pública corretora do processo democrático e tende, se não houver reação efetiva, a consolidar as desigualdades internas, regionais, entre os países, entre o Norte e o Sul, fortalecendo o mercado existente e as velhas relações de privilégios. Por outro lado, o atual processo de diversificação da mídia, empreendido por grupos informativos privados, coincide com uma concentração maior dos monopólios que, atuando como autênticos poderes paralelos, dificultam o pluralismo, entendido como igualdade de direitos.⁵

Também os setores populares e politicamente progressistas saíram com irremediável atraso nessa corrida, sem capacidade, ou por vezes interesse, de discutir e oferecer opções consistentes no campo audiovisual.

Em resumo, a sociedade como um todo não consegue controlar e participar da instalação de todo esse aparato tecnológico, que traz consequências sociais e culturais irreversíveis em suas dimensões positivas e negativas. Tudo isso tem profundas consequências para o exercício da cidadania, numa perspectiva democrática, pois apenas alguns setores da sociedade têm acesso a informações, esclarecimentos e análises, que lhes permitem conhecer seus direitos, escolher, interpretar, exercer a crítica, expressar-se; enfim, participar.

Uma parcela privilegiada da população tem condições de criar o seu *media environment*, onde o que lê, vê e escuta é absolutamente individualizado, resultante da diversidade de fontes disponíveis e acessadas. O conceito de massificação passa a valer cada vez menos para alguns, aumentando o fosso entre grupos sociais e países. Nos espaços onde a infra-estrutura de comunicação e informação disponível é mais consistente (sistemas de produção, distribuição, gerenciamento e atuação local, nacional e internacional) e existe mercado de consumo, as Novas Tecnologias de Comunicação difundem-se mais rapidamente, consolidando as desigualdades.⁶

Tudo isso ganha nova dimensão com o fenômeno da globalização, onde a convivência entre as instâncias locais, nacionais e internacionais, e entre o velho e o moderno, é cada vez mais presente.

O potencial de atuação nos meios de comunicação de massa e fora deles, de modo alternativo, inclusive marginal, ainda lança instigantes desafios aos produtores independentes. O fracasso de alguns projetos alternativos em determinado momento e contexto histórico não deve nunca ser entendido como um fracasso definitivo do potencial de uma tecnologia, ou de novos projetos.

O financiamento da produção independente

A produção independente de vídeo é, em geral, financiada por fontes bastante ecléticas:

- Instituições e secretarias ligadas aos governos municipal, estadual e federal.
- Sindicatos, igrejas e organizações ligadas aos movimentos sociais, muitas vezes indiretamente, como ponte de recursos do exterior.
- Fundações de caráter privado ou estatal, nacionais ou internacionais.
- ONGs nacionais ou internacionais, em geral dentro de programas de solidariedade e promoção social.
- Emissoras de televisão, por meio de encomendas e co-produções.

Uma pesquisa realizada durante o IV Encontro Latino-Americano de Vídeo em Cuzco, Peru, em fins de 1992, aponta que 73% dos projetos de vídeo peruanos são financiados por organismos internacionais. Além disso, a busca de recursos é a principal preocupação dos realizadores que, cada vez mais, estão atuando nas áreas institucionais e comerciais, ao lado dos trabalhos junto aos movimentos sociais.⁷ Os dados podem ser extrapolados da realidade peruana e servir para compreender o que se passa com a maior parte dos grupos de vídeo latino-americanos: diversificam a produção na busca de novas fontes de recursos financeiros.

É possível buscar-se recursos nos mercados dos próprios países do continente? As TVs nacionais poderiam pagar por tais produções? Fica difícil justificar esses investimentos, quando o custo por hora de enlatados estrangeiros é de no máximo US\$ 200 dólares. Um simples documentário original de 45 minutos não sai por menos de US\$ 10 mil (numa produção austera, com equipamento próprio), sem falar dos custos dos programas de ficção. Isoladamente, a negociação de um produtor independente com uma emissora é bastante difícil, pois os custos só baixariam com pacotes de programas e emissão em várias TVs, seguindo a lógica das grandes distribuidoras.

Nem sempre existe a vontade política de implantar planos de incentivo à produção endógena nos países do Sul. Alguns governos estão desenvolvendo planos de financiamento de produtos audiovisuais, com leis protecionistas frente aos produtos importados, e propondo facilidades alfandegárias entre países. O Mercosul

(mercado comum que reúne Brasil, Argentina, Uruguai e Paraguai) pode ser um bom terreno para ser trabalhado, quando for implantado definitivamente nos próximos anos. A nova Constituição brasileira prevê a regionalização cultural, artística e jornalística, em porcentagens que estão sendo discutidas. Fala-se em 40%, o que garantiria trabalho para os profissionais locais e representatividade cultural na programação. O problema para a implementação, é, novamente, político (fazer valer as leis já existentes) e econômico, pois os recursos disponíveis no país para tantas horas de programação são cada ano mais escassos.

A participação das ONGs em projetos de cooperação internacionais tem permitido a entrada de recursos significativos para a área de comunicação na América Latina, onde os trabalhos em vídeo têm tido destaque, sobretudo os de caráter documental.

Um estudo elaborado na Inglaterra pela *Small World* indica números interessantes sobre o financiamento no setor audiovisual, em 1992, por países do Norte para realizadores do Sul, que evidenciam as dificuldades dos produtores independentes (de cinema e vídeo), sobretudo latino-americanos:⁸

AJUDA RECEBIDA POR REGIÃO PARA PRODUÇÃO AUDIOVISUAL

Ásia e Pacífico	US\$ 73,998,160.00	46.85%
África e Oriente Médio	US\$ 51,368,276.00	32.52%
<i>América Latina e Caribe</i>	<i>US\$ 11,745,167.00</i>	<i>7.44%</i>

TIPO DE RECEBEDOR DO SUL

Governos	US\$ 106,212,161.00	66.92%
ONGs	US\$ 17,842,850.00	11.24%
Organizações educacionais	US\$ 10,788,205.00	6.80%
<i>Produtores independentes</i>	<i>US\$ 8,803,581.00</i>	<i>5.55%</i>
Diversos	US\$ 15,059,815.00	9.49%
Total	US\$ 158,706,612.00	100.00%

TIPO DE DOADOR DO NORTE

Acordos governamentais bilaterais	81.59%
Acordos governamentais multilaterais	10.82%
Instituições religiosas	3.97%
Fundações e ONGs	2.28%
Não especificadas	1.34%

É interessante notar que a maior parte dos recursos são para recuperação e modernização de emissoras de TV, e chegam aos governos nacionais por intermédio de acordos bilaterais.

Quanto à produção independente, o cinema ainda recebe a maior fatia dos investimentos, que em geral referem-se a co-produções de longa-metragens.

No setor do vídeo, observa-se uma visível mudança estratégica nas doações para os realizadores do setor audiovisual latino-americanos. Até 1989, havia uma fragmentação muito grande, uma verdadeira pulverização de recursos, que é causa e consequência da existência de inúmeros grupos de vídeo que atuavam na área popular. Na década de 90, a doação de recursos e equipamentos começou a concentrar-se nos grandes grupos, que passaram a adquirir equipamentos sofisticados (Betacam), muitas vezes tornando-se parceiros de produtoras internacionais que pretendiam gravar na América Latina.

De um lado, essa opção fez alguns grupos crescerem, chegando a produções de alta qualidade técnica, passíveis de serem transmitidas pela TV. De outro lado, pequenos grupos emergentes tiveram dificuldades ímpares, chegando em muitos casos a desaparecer ou ter seus projetos de vídeo substituídos por outros como rádio, educação popular etc.

Assim, os doadores internacionais deparam-se com uma opção difícil: reforçar as estruturas existentes ou promover novos grupos? Se o objetivo dos doadores é ter programas de boa qualidade, para eventual transmissão pelas TVs do exterior, a opção feita tem sido a de fornecer recursos para produção aos grandes grupos de vídeo, ligados a ONGs, com a garantia de venda dos programas no exterior.

Por isso, muitas vezes os grupos deixam de lado seus projetos de base para adaptarem-se às expectativas dos agentes financiadores e de emissoras do exterior que acenam com a compra de programas. Uma das principais preocupações dos grupos de vídeo tem sido a de manter seus projetos sem interferência dos financiadores. Em geral, os estrangeiros necessitam de produções nas quais prevalecem temas, enfoques, formatos e linguagem que nem sempre têm utilidade para circulação e exibição no Brasil; e os grupos, pela necessidade de receber recursos, acabam por dedicar-se a essas produções.

Mas será que não valeria à pena investir em novos talentos? Por todo o continente existem centenas de realizadores de cinema e vídeo que não têm acesso a essas formas de financiamento internacionais,

por serem pequenas empresas ou não terem relações com as ONGs. Assim, têm extrema dificuldade em receber doações, mesmo que tenham bons projetos e sejam capazes de realizar excelentes programas.

Esse potencial de produção passou a ser considerado por algumas instituições, como Channel Four, McArthur Foundation e Rockefeller Foundation, que estabelecem relações diretamente com produtores independentes, por meio de concursos, sem passar por qualquer ONG.

O financiamento externo, sobretudo de países do Norte, para grupos de vídeo latino-americanos, chega basicamente através de projetos de:

Formação: Nesta área estão chegando os recursos mais volumosos das entidades internacionais. A pergunta que se faz, no momento em que várias propostas de cursos de formação já estão em andamento ou em projeto, é: não seria importante também financiar produções? Ou viabilizar novos grupos? A melhoria dos programas não se dará apenas com formação, mas com o exercício da produção.

Compra de programas prontos: Algumas emissoras do exterior compram lotes de programas de realizadores latino-americanos para aproveitá-los integralmente ou em parte, reeditando-os. Chegam até a pagar menos de U\$ 300 por cada programa de 10 a 15 minutos. Esses custos são bem inferiores aos do mercado internacional de vídeo, demonstrando que muitos se aproveitam das dificuldades econômicas e da vaidade dos grupos em ter seus programas exibidos no exterior.

Produção: são quatro as principais formas:

— Aluguel de equipamento de gravação e pessoal de produção. Custa menos enviar à América Latina apenas o diretor do programa do que viajar com uma equipe completa.

— Encomenda de programas por emissora ou instituição do exterior para veiculação na TV. Raramente isso acontece, pois a linguagem e perspectiva do programa latino-americano nem sempre interessa ao público europeu e norte-americano. Em geral, quando as emissoras estrangeiras desejam um documentário sobre o Sul, mandam sua própria equipe. Assim, nem sempre o Sul é mostrado ao Norte com seus próprios olhos, isto é, por meio de programas realizados integralmente por seus videastas.

— Apresentação de projetos. Essa é a forma mais comum de captação de recursos para vídeo, onde a produção do programa faz parte de projetos mais amplos, em geral de educação.

— Concursos. Fundações norte-americanas, como a Ford, McArthur e Rockefeller decidiram instituir concursos de roteiro e projetos para vídeo, como uma forma de responder às demandas crescentes de recursos para produção. A ênfase foi dada no trabalho de autor, o que é uma novidade, e não na entidade que eles representavam.

Co-produção: Um estudo coordenado pela Alaic (Asociación Latino-Americana de Investigadores de la Comunicación) sobre o tema observa que todas as co-produções internacionais em cinema, TV e vídeo têm características semelhantes: um financiador do Norte paga tudo, e os realizadores do Sul fazem os trabalhos técnicos e artísticos, sobre temas de interesse comum, sob a supervisão dos patrocinadores, que detêm em geral os direitos de distribuição.⁹ Tal modelo tem sido eficaz para manter algumas entidades e realizadores (em geral cineastas) “vivos no mercado”, e tem permitido inclusive ações que avançam na integração entre grupos da região.

A ousadia

Nos últimos anos, realizaram-se dezenas de reuniões, seminários, mostras e festivais, reunindo realizadores, distribuidores, expertos, funcionários de instituições, emissoras de TV, representantes de governos, ONGs e organismos internacionais para diagnosticar e caracterizar esse mercado audiovisual na América Latina e países do Sul, procurando sempre aumentar o fluxo de programas entre os países do Sul; e do Sul em direção ao Norte, invertendo a situação atual e colaborando na viabilização da produção nacional, autóctone.

Contudo, os resultados concretos inexistem.

No obstante todo lo anterior, los acuerdos siguen teñidos fuertemente por las meras declaraciones de principios y los enunciados retóricos. El nivel de implementación y de éxito concreto de los mismos es bajo. La consideración concreta de la economía de las comunicaciones (y del audiovisual) brilla por su ausencia.¹⁰

Por toda a América Latina, em geral, apela-se ao apoio, financeiro ou não, dos organismos internacionais; propõe-se a elaboração de diagnósticos, catálogos, mostras e mercados de programas e filmes em festivais; faz-se propostas de integração entre os países do Sul, por meio de co-produções para serem comercializadas nos países do Norte; planeja-se cursos de formação para garantir melhores produtos, que teriam assim presença garantida nos mercados internacionais; sugere-se o fortalecimento das estruturas existentes (mesmo se não funcionam bem ou possuam concepção equivocada); enfim, uma série de idéias, desejáveis e interessantes. Não seria o momento de tentar atitudes e propostas mais ousadas?

Confrontar os interesses. É possível traçar estratégias latino-americanas sem políticas audiovisuais internas consistentes? O espaço audiovisual de cada país precisa conhecer-se internamente, não apenas do ponto de vista dos produtores independentes. O momento é de “conservação”, de romper posições de resistência e confrontar os interesses, sob a coordenação de organismo com credibilidade. Em cada país, devem ser ouvidos todos os setores envolvidos no universo audiovisual, das emissoras às organizações populares, dos fabricantes aos legisladores, das entidades de classe aos produtores independentes. Sem dúvida, proliferarão as divergências, mas surgirão convergências impensadas. Existem vários estudos e relatórios parciais que refletem as visões dos grupos, fortemente corporativas e que não ajudam muito a traçar políticas, dependendo quase que exclusivamente do poder econômico e da capacidade de pressão de cada grupo. Talvez fosse interessante pensar em algo nos moldes do relatório Nora-Minc na área de informática,¹¹ quando, nos anos 70, o governo francês estabeleceu sua política de informática a partir de um relatório onde os vários setores da sociedade envolvidos foram, de alguma forma, considerados. O importante é o fato de que as decisões foram tomadas a partir de um quadro de referências mais amplo. Com isso, pode-se comparar os objetivos, as necessidades e as estratégias de atuação, se houver, de cada setor. As discussões sobre a produção independente avançará pouco se os realizadores não dialogarem com as entidades das emissoras de TV, com os setores do governo que cuidam de equipamentos, legisladores etc. No Brasil, são comuns relatórios e encontros onde grupos radicalizam propostas, fortemente dimensionadas em orientações políticas, muitas vezes inconsistentes tecnicamente, desconsiderando as possibilidades das

emissoras e desconhecendo a legislação e o potencial financeiro do mercado.

Estudos prospectivos, que traçam cenários futuros em função dos números e políticas atuais, perspectivas de crescimento do universo audiovisual, legislação existente, transformações tecnológicas e mudanças necessárias, estudando e escutando todos os setores envolvidos e não apenas setores isolados que possuem interesses muito específicos. A elaboração de várias possibilidades de cenários futuros, em função de distintas opções e encaminhamentos, poderá ser de grande utilidade para os debates sobre política audiovisual.

Luta pela democratização da Comunicação. Estrategicamente, é vital para o fortalecimento da produção independente e o conseqüente acesso aos canais de TV. Atualmente, a questão vem ganhando força entre os movimentos e organizações sociais, sem que contudo haja avanços concretos na possibilidade de acesso aos meios de comunicação de massa.

Parcerias privilegiadas. Na ausência de políticas nacionais, a tendência é buscar saídas que passem por cima desse problema. Algumas organizações internacionais definem parceiros interessantes em cada país e estabelecem projetos comuns. Estrategicamente, essas entidades tendem a ampliar sua atuação internacional, na medida em que multipliquem seus contatos e escapem da camisa-de-força das representatividades nacionais.

Criação de uma estrutura de distribuição e comercialização. Associação e entidades voltadas para a organização de produtores independentes não têm a vocação de entender e participar da lógica de mercado internacional. As evidentes dificuldades de organização em níveis nacionais são imensas, sobretudo diante das inevitáveis divergências. Será que não valeria à pena concentrar esforços na criação de uma estrutura empresarial para dar conta da produção independente latino-americana e promovê-la no Norte e no Sul? Uma empresa que pudesse conhecer as expectativas dos grupos, sistematizar a produção e comercializá-la, além de participar de eventos e reuniões estratégicas sobre o mercado audiovisual mundial. Isoladamente, os produtores ou ONGs jamais poderão investir para apresentar suas produções nas grandes feiras mundiais: os sucessos nessa área são iniciativas pontuais e individuais. Não resolve chegar apenas e tão

somente a outros grupos de vídeo do continente, numa perspectiva de intercâmbio, pois estes apenas poderão exibir programas em circuito fechado, não avançando em direção à emissão, à comercialização, ou à viabilização de outras produções. TVs do Norte e do Sul poderiam interessar-se por isso, desde que os custos sejam competitivos e as condições técnicas e de comercialização sejam favoráveis; isto é, fácil acesso às cópias com qualidade, aos serviços de dublagem e subtítuloção, sem obstáculos de legislação.

Linguagem e formato dos programas. Na América Latina, existem produções que podem interessar ao mercado internacional, do Norte e do Sul, mas pecam por características pouco adaptáveis à grade de programação das emissoras. Entrar nesse mercado pressupõe atender a certas exigências de formato e temas interessantes às TVs, e que entram em atrito com princípios, conteúdos e processos de elaboração de programas dos grupos e produtores independentes. Ao sair do meio grupal e projetos alternativos para administrar projetos regulares nos meios de comunicação de massa, deve-se ter consciência das concessões que terão que ser feitas e dos limites da preservação da linha original de trabalho. Uma mudança importante é a concepção de programas em série, por vezes regular, e não a sistematização de pacotes de produções de vários grupos, que nada têm a ver umas com as outras exceto pelo tema comum. As emissoras necessitam de programação por várias semanas, com duração rígida e que atraia um público cativo.

Estudos comparativos sobre legislação, no plano latino-americano e mundial, para conhecimentos das soluções e avanços já realizados em outros países, que eventualmente possam servir de modelo ou inspiração.

Compreender os avanços tecnológicos. A questão não se resume à apropriação das Novas Tecnologias de Comunicação, pois afinal muitas delas são intermediárias, desaparecerão do mercado, mas sobretudo a poder participar das discussões e do processo de sua implantação, inserindo o “olhar” e as expectativas da produção independente nesse processo. É fundamental analisar e difundir experiências significativas do uso dessas tecnologias, numa perspectiva democrática, que ocorram por toda parte.

NOTAS

1. Emissoras como Televisa (México) e Globo (Brasil) estão aos poucos penetrando em outros mercados latino-americanos, inclusive por meio da compra de emissoras.
2. Ver dados comparativos em Octavio Getino (org.) *Impacto del video en el espacio audiovisual latinoamericano*. (Lima, FNCL/Unesco/PIDC/Aeci/Ipal, 1991).
3. Essas idéias são desenvolvidas por André Lange & Jean-Luc Renaud, *The future of the European audiovisual industry*. (Manchester, European Institute for the Media, 1989).
4. Alejandro Alfonzo, *Television de servicio público, television lucrativa en América Latina*. (Caracas, Ministério de Cultura da Venezuela, 1990), documento de trabalho.
5. Regina Festa e Luiz F. Santoro, 'A terceira idade da TV: o local e o internacional', em Adauto Novaes (org.), *Rede imaginária: TV e democracia*. (São Paulo, Companhia das Letras, 1991), p. 180.
6. Ver sobre o tema: Carmen Gomez-Mont, *Nuevas tecnologías de comunicación*. (México, Trillas, 1991); Marsha Siefert et alii, *The Information Gap*. (Oxford, Oxford University Press, 1989).
7. Ofélia Morales, *Dejame que te cuente...: os protagonistas do vídeo peruano e suas estratégias*. (São Paulo, Universidade de São Paulo, 1993), dissertação de mestrado.
8. Jamie Hartzell & Thomas Harding, *International donors to film, video and television in the South*. (London, Small World, 1993), policopiado.
9. Alaic, *Experiencias de co-producción audiovisual en America Latina (Brasil y Mexico)*. (Quito, Unesco, 1991), documento de trabalho.
10. Documento Final do *Encuentro Regional de Alto Nivel sobre Politicas Culturales en America Latina y el Caribe*. (México, Unesco/Imcine/Ipal, marzo de 1991), p.5.
11. Simon Nora & Alain Minc, *L'informatisation de la société*. (Paris, La Documentation Française, 1978).