

II FESTIVAL FOTOPTICA

- MIS DE VÍDEO BRASIL

Os caminhos independentes da TV

Marco Antônio Nascimento e Wagner G. Barreira

Colaborou nesta reportagem Edna De Divitiis

Imagens sem tutela. Quando as portas do Museu da Imagem e do Som de São Paulo se abriram para receber os participantes e espectadores do II Festival Fotóptica/MIS de Vídeo Brasil, a grande pergunta era: que foi feito de *realmente* novo no ano que separou os dois festivais? Durante uma semana, entre 20 e 26 de agosto, centenas de pessoas, entre produtores, críticos, compradores e estudantes, buscaram a resposta.

O número de inscrições saltou de 75 para 137 — 73 em U-Matic, um equipamento semiprofissional, e 64 em VHS.

Vieram participantes do Rio de Janeiro, Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Alagoas, Mato Grosso do Sul, Amazonas. Enfim, em seu segundo ano, o Vídeo Brasil ganhou ares verdadeiramente nacionais e o patrocínio de muitas empresas: Sharp, Philco-Hitachi, Prológica, Kodak, Atari Polyvox e Vídeo News, apoio da Rede Manchete e realização Fotóptica, MIS e Secret. de Estado da Cultura.

Houve um grande "boom" de produções, cada vez mais preocupadas com a linguagem e a estética do vídeo. Não se pode dizer que sejam preocupações pre-

cisamente originais, mas o que as torna interessantes é a sua prática. Foi um festival de múltiplas tendências: de grandes produções para as emissoras de televisão até a videoarte, de imagens surgidas de um sonho até um estudo eletrônico sobre a mandala. O II Festival conseguiu, ainda, reunir todo o pensamento eletrônico independente em um único espaço. As videocriaturas de Otávio Donasci, por exemplo, dividiram o espaço com as crianças que participaram das oficinas de vídeo, orientadas pelo realizador de desenhos animados Sérgio Tastaldi. To-

dos movidos por uma certeza: o espaço para os produtores independentes de vídeo deve aumentar.

Por dentro das emissoras

Os grandes premiados do I Festival, realizado em 83, conquistaram espaços nas emissoras. A Olhar Eletrônico, quatro prêmios no ano passado, trabalhou com Goulart de Andrade no 23.^a Hora, na TV Gazeta, e participa atualmente com 20 minutos semanais no *Olho Mágico*, da Abril Vídeo. "Quem mais se aproveitou do I Festival fomos nós", afir-

ma Fernando Meirelles, 27 anos, da Olhar. "Produzimos como nunca, mais de 200 programas num ano. Aprendemos a ser profissionais." A Videovero, de Eduardo Abramovai, assina o programa semanal *Radar*, na TV Gazeta. A TVDO, que separou-se da Videovero logo após o I Festival, prepara um programa musical a ser veiculado em cadeia nacional. A participação desses produtores nas emissoras estimulou os novos grupos que se inscreveram no II Festival. A Olhar e a Videovero dedicam a maior parte do tempo aos seus programas nas

emissoras, mas reconhecem que o paraíso parece estar longe. A maior dificuldade da Videovero é dar autonomia ao programa *Radar*. "Por enquanto estamos bancando parte da produção", lamenta Alberto Blumenstein, 25 anos, diretor de produção da Videovero. A Olhar Eletrônico, além de seu contrato com a Abril Vídeo, tem outros projetos, como o *Juventude*, uma série de programas iniciada com *Garotos de subúrbio*, premiado no I Festival. As dificuldades, porém, parecem ser idênticas. "Temos espaço para fazer o programa na hora

Revista Fotóptica
nº 119 set/84

que quisermos. Mas emissora nenhuma quer pagar. Conseguimos trabalhar de graça", reclama Meireles.

"Não queremos ir ao ar para não ganhar nada", concorda Walter Siveira, da TVDO. "Atendíamos muito bem às emissoras e não tínhamos nenhum retorno." Os integrantes da TVDO querem entrar na TV comercial de modo competitivo, conseguir ganhar dinheiro e fazer seu trabalho de modo brilhante. Para isso, acreditam ter descoberto três incríveis falhas na programação das emissoras. "Uma das falhas da televisão é não ter um programa musical para jovens entre 12 e 24 anos, em rede nacional, ao vivo. E nós vamos oferecer essa opção", garante Tadeu Jungle. Esse programa, com o nome provisório de *Usina do som*, ainda não foi negociado. O programa *Além da realidade*, de Ney Marcondes, da TVDO, parece não atender, então, às aspirações da produtora. Com uma temática na linha da revista *Pleneta*, estreou em julho na TV Gazeta, sob a coordenação de Luís Pellegrini, ex-editor da *Pleneta*. "Pretendemos negociá-lo com alguns países da América Latina", justifica-se Ney.

Pode-se esperar uma reformulação na programação da TV brasileira, com maior participação das produções independentes ou alternativas. Mas esse deverá ser um caminho bastante lento. As emissoras não possuem uma política sistemática para a compra de produções. Se nos Estados Unidos a legislação garante 50% da programação aos grupos independentes, no Brasil nem se ensaia algo parecido.

A aparente tendência das emissoras de incorporar as produções independentes merece, por isso, mais dois comentários. A Abril Vídeo teve uma interessante experiência, em 1983, com o programa *São Paulo na TV*. Mas apresentou poucos resultados financeiros. O baixo índice de audiência e o alto investimento levaram à reformulação de sua programação. "O nome mais conhecido da televisão brasileira é o repórter Eneide Varella, da Olhar Eletrônico. A Abril Vídeo gastou 4 milhões de dólares para descobri-lo", ironiza Walter Siveira, da TVDO, querendo dizer que Varella foi a única coisa boa que a Abril apresentou. Qual seria, então, a fórmula para perfurar o tradicional padrão de linguagem das emissoras, com um retorno mínimo de público e investimento?

"No I Festival fomos o grupo que tinha mais claro uma proposta de utilização da linguagem de vídeo. Os novos trabalhos se enriqueceram ainda mais, houve uma sofisticação da linguagem", garante Tadeu Jungle. A TVDO trouxe para o II Festival quatro programas da série *Acesso*, que iriam ao ar na TV Cultura e acabaram censurados pela direção da emissora. Entre eles, o *Acesso Circo*, um programa com indicações de como assistir, feito para relaxar. Competiram ainda com a videoperformance de Ivãid Granato. A Olhar Eletrônico apresentou 10 produções feitas originalmente para a televisão. E o *Videoverso* concebera apenas com os melhores momentos de *Radar*.

O olhar visionário

Mas nem só de televisão institucional vive a produção independente de vídeo. O *Vídeo Mercado*, organizado por Roberto Elisabetsky, 31 anos, mostrou que a linguagem eletrônica pode tanto ser utilizada no meio da floresta amazônica, à procura de plantas medicinais, como ocupar o tédio de saquinhos de aeroporos. Um mercado alternativo bastante abrangente, onde não são as grandes redes nacionais têm campo.

A Videomagem, produtora de Elisabetsky, fundada em 1983, não só criou a direção e político documental *São Paulo de todos nós*, para a Globo, como preparou um científico trabalho sobre cirurgias, para a Universidade de Campinas. O mercado é potencialmente muito mais amplo: a CESP, Centrais Elétricas de São Paulo, utilizou-se do vídeo para documentar a construção de um prédio. O CNPq e a Universidade de Dissertor compraram o tempo *Plantas Mediciniais da Amazônia*, da Videomagem, para a SBT. SBT, realizada em Belém do Pará, no ano passado.

Os produtores independentes conhecem muito bem essa alternativa de mercado. Até mesmo alguns de seus representantes, como o produtor de *VHS*, o CBN, *Piquete de Vídeo*, de Carlo França, 22 anos, e André Marfari, 21, produ-

ziu para a Fundação Carlos Chagas o documental *Pegens*, e até entrou para a cátedra: produziu *Osmar em cena*, *Osmar*, trabalho de pós-graduação de Ima Assis Curti para a Universidade de São Paulo.

A consagrada Olhar Eletrônico também usa esse expediente: a maior parte de seu arcabouço ainda vem da gravação de comerciais e não de suas performances na programação da Abril Vídeo.

A maioria esmagadora dos produtores tem, porém, a pretensão de conquistar espaço nas emissoras convencionais. Esbarram então em problemas de estrutura que começam na linha editorial: as emissoras, passadas pelas pressões dos anunciantes e terminam na legislação em vigor, que simplesmente ignora os realizadores. A isso soma-se a falta de visto comercial dos independentes. "Não há senso de mercado", afirma Elisabetsky, "por melhor que seja a produção, ela tem que agradar ao público médio, deve procurar seu espaço dentro da TV." Rebate Tadeu Jungle: "As produções precisam ser alternativas aos programas das emissoras. Esse espaço de conquistar espaço, ser independente, não existe."

O *slingshot* do vídeo independente nacional ainda é muito pequeno para os sonhos de seus produtores: as alternativas tecnológicas de veiculação da imagem ainda se esgarçam. Com o natural ataxo, somente agora o Brasil começa e ouvir falar de TV a cabo, TV de baixa potência ou assinatura em UHF. A primary, funcionando há muito tempo nos Estados Unidos, introduziu uma pequena revolução nas propostas de criação de vídeo. A imagem veiculada pelos cabos foge ao controle governamental. Já que é uma opção do espectador e não atravessa a atmosfera, que é considerada patrimônio público e sendo, assim, regida pelas leis do Estado, o mínimo número de dos produtores independentes de todo o mundo. No Brasil ainda é remota a possibilidade de implantação de TV a cabo, muito menos com a mesma estrutura de outros países. "Pelo seu alto custo de implantação, ela terá que ser uma TV esportiva", constata, melancólico, Elisabetsky.

"Mas existem outras alternativas. A imagem de *low power television*, ou seja, de baixa potência, oferece a possibilidade de "TV pirata", que seria operada em áreas dos bairros, com uma frequência bem mais alta. Nesse caso, a regulamentação não está tanto no plano econômico, mas no político: o Estado tem o controle absoluto do poder de informação eletrônica e não abrirá mão desse controle tão facilmente. Nem mesmo existe atualmente no Brasil qualquer projeto alternativo às leis que regem os meios de comunicação. Como imaginar, então, a programação de uma "TV Vila Madalena", espécie de Greenwich Villages paulista?"

A TV por assinatura, em UHF, onde o espectador adquire o conversor de frequência, além de não ter uma legislação que a regulamentaria, é praticamente inviabilizado pela crise econômica que assolou o país.

Em busca do espaço

Quem são os produtores de vídeo no Brasil? Para as salas de exibição de São Paulo, eles são ilustres desconhecidos. Ou, pelo menos, ilustres ignorados. O Carbono 14, bastante conhecido pelos hábitos paulistanos do bairro do Bixiga, não inclui vídeos nacionais em sua programação. "Por absoluta falta de material de mercado", garante Andrez Castilho Filho, 51 anos, um dos proprietários do Carbono. A exceção foi o lançamento do primeiro videoclipe nacional, *Eletricidade*, dirigido por Alfredo "Fritz" Nagib, com música de Kodjic Bachine, que participou do II Festival. "As produções não são dirigidas para as salas de exibição", concorda Hugo Xavier, 29 anos, programador de vídeo do tradicional Teatro Brasileiro de Comédia. "Nos criamos uma sessão nacional que sobreviveu dois meses, pois a produção é muito pequena." Pequeno também foi o público que se dispôs a pagar os módicos 2 mil cruzeiros por sessão.

Exatamente a mesma coisa aconteceu com a sala de vídeo do Centro Cultural Cândido Mendes, do Rio de Janeiro, inaugurada em julho de 83. Cândido José Mendes de Almeida, seu diretor, informa que também durou dois meses a programação nacional independente. Falta público. Depois, com a instalação de um telão e uma programação musical variada, a sala começou a dar certo. Hoje, exhibe ópera às segundas-feiras, ballet às terças e, de quarta a domingo, shows musicais importados. Cândido José acha que esse é um momento de formação de público, em que as pessoas se acostumam a sair de casa para ir assistir a um vídeo. Mas adiante, acredita que possa incluir novamente os vídeos nacionais em sua programação, desde que se adaptem ao formato da sala e tenham qualidade superior. Cândido José lembra que uma sala de vídeo é algo pequeno, íntima, bem diferente do cinema.

O Zoot, "circuito" da Vila Madalena, desde que abriu suas portas, há três meses, nunca exibiu um vídeo nacional. Tony Bernstein, 21 anos, uma das proprietárias, tem, no entanto, planos para os produtores independentes, e pretende promover uma grande mostra sobre a Oilar Eletrônica, dividindo a bilheteria com os produtores.

Nos videocliques, as produções não são apenas desconhecidas: estão sem qualquer perspectiva de mercado. "As produções concorrem com 16 mil títulos diferentes. Os produtores deveriam, por isso, fazer um levantamento de mercado e estudar as possibilidades de comercialização nos videocliques", sugere Adelfino dos Santos Abreu, o Ghabba, 33 anos, presidente da ABVC, Associação Brasileira de Vídeo Comunicação.

Com a televisão fechada para grupos desconhecidos, sem poder utilizar-se de suas tecnologias, os produtores das salas de exibição — antilhas de videocliques — e sem possibilidade de comercializar seus títulos nos videocliques, o II Festival acabou sendo o único espaço disponível para as produtoras divulgar seus trabalhos e acenarem para o mercado.

Pode ser difícil ancorar um navio no espaço, mas todos tentaram. O vampiro de *Beijos Ardentes* — *Overdose*, dos porto-alegrenses Flávia Moraes e Hélio Alvarez, é a primeira fitação longa-metragem em vídeo brasileira e sua produção envolveu 30 horas de gravação e 150 pessoas. Estreou em grande estilo no Teatro Renascença, de Porto Alegre, em julho passado, e será lançado em São Paulo e Rio, em circuito alternativo. "É uma fitação superbonita, com edição de imagem e som perfeita", diz Meireles.

Antes de adormecer, por que não imaginar um universo plástico, cheio de maravilhosos acasos? Roberto Elisabetsky foi buscar em seu próprio subconsciente

o projeto de sua vídeo *Passagem*. A partir de um sonho, criou uma fitação de 9 minutos e quarenta segundos, que mostra a sutil passagem de ida e volta entre a fantasia e a realidade. Por ele desfilam personagens tão dispares quanto um punk e uma *femme fatale*.

Com as mãos para o alto, Zé Celso e sua trupe voltaram a atacar: os maquis eletrônicos participaram com o "documentário apavorado" *Dama Santa Maria*, o vídeo-denúncia *Um oco e a curta* e o vídeo-paquera *Em cima do muro*. O V.T. o exército e os cientistas contracenam em *Dama Santa Maria*, de Gigi de Abreu, 38 anos, e Nilton Nunes, 30, investigando o "atravessando fronteiras" da Comuni-

dade Cinco Mil, do Acre. "É bonito, leve, doce", diz, romântico, Zé Celso Martinez Correa, 47 anos.

Alguns participantes, trabalhando com equipamento em VHS, nem sempre em condições ideais, não chegaram nem mesmo a preocupar-se com as premiações. "Esperávamos passar na pré-seleção", dizem os estudantes de jornalismo Gérson Sintoni e Simone Gontier, ambos com 19 anos, que produziram o vídeo *Hoias 84*, de 12 minutos, uma reportagem sobre a holografia. "Queremos somente divulgar nosso trabalho", afirma Maria do Carmo Rechid, a Duca, 23 anos, da produtora VTV. Trabalhando há um ano com vídeos institucionais,

a VTV inscreveu três obras: uma fitação, um documentário e um videoclipe.

As imagens do além fizeram parte da fitação *Os Amantes da palavra*, 33 minutos, de Jansen Cavalcanti, 49 anos, ligado ao Movimento Espírita Cristão. "O texto original, do livro *Aluses em fôlego*, foi ditado pelo espírito de Hilário Silva e psicografado por Chico Xavier", confirma Jansen. O Festival também alcançou a Califórnia: Alicia Nogueira inscreveu 11 trabalhos, enviados do California Institute of Arts.

Superpremiado com seus trabalhos em super-8, pretendendo fazer fotografia de cinema, acreditando ser o vídeo uma linguagem limitada em termos de

qualidade, mesmo assim, Leonardo Crescanti produziu *Esquece o que sinto*, uma fitação de 13 minutos, filmada em VHS, que se distancia do seu trabalho em super-8 com Carlos Porto: "Foi feito com desamparo de roteiro e produção, é quase um esboço", explica Crescanti.

O circo eletrônico

O picadeiro do MIS abriu espaço para equilibristas de cores, domadores de imagens, videocriaturas, esculturas eletrônicas, vídeos psicodramáticos. Um clima de magia para escapar do suporte tradicional de televisão. *Ciclos*, uma videoinstalação de 15 minutos, de Gilson Alcântara, 30 anos, e Rodrigo Ferreira, 26, foi criada sobre um cenário de 18 metros quadrados, ambientando uma praça onde quatro televisões discutem entre si, através de imagens distorcidas. Os autores são artistas plásticos e essa é a primeira experiência com videoinstalação.

Tadeu Jungle criou um "altar eletrônico" com sua videoinstalação *Nossa Senhora*, um trabalho com 8 monitores e duas horas de duração, em plano único, montando a imagem da santa em dois monitores, dividida pela cintura, e usando os outros seis como "velas eletrônicas". O espaço foi tomado por dezenas de velas acesas e conturbado por músicas sacras e profanas.

Mesclar técnicas de psicodrama com a linguagem de vídeo é a proposta dos psicodramatistas Ronaldo Pamplona, 43 anos, Regina Monteiro, 38, e Carlos Borba, 36, num trabalho pioneiro, desenvolvido há quatro anos. O psicodrama tenta buscar os conflitos interiorizados e, nos grupos portantes, também são profundamente sociáveis. Em *Palavras sem palavras*, realizado com o público do festival, os participantes vivenciaram um drama, estimulados pelos grupos auxiliares (psicodramatistas) com movimentos, música de improviso, gestos, vocais, utilizando-se de técnicas teatrais sem a utilização da palavra. Esse trabalho foi gravado em vídeo, que serviu como estímulo visual e sonoro nas performances posteriores, que também foram gravadas. A cantora Rosa Maria, que nunca havia trabalhado com psicodrama, participou da vocalização.

Os replicantes de *Blade Runner* foram guiados ao festival pelas mãos de Otávio Donasci, 30 anos. Donasci tentou convencer o público de que suas videocriaturas não eram bonitas com televisores na cabeça, e sim que estavam diante de um ser. Os ventos de Frankfurt não rondaram o MIS durante as performances dos atores-pesquisas Profeta e Fantóche. O videotexto de Donasci pode não ter chegado tanto quanto sua cavalgada do I Festival, mas ficou a certeza de que trilha um caminho paralelo, entre a tridimensionalidade do palco e a bidimensionalidade da imagem eletrônica. Desse trabalho, que se trabalhou ainda vai cair no gosto popular. "O videotexto não é hermético e muito menos foi criado para ser visto por dez pessoas. Tem que ver mais. Pois é uma linguagem independente", acredita.

NOSSA OVARIAÇÃO
NOSSA OVARIAÇÃO
NOSSA OVARIAÇÃO

O Festival que eu vi

Pedro Maia

O Festival Fotópica-MIS de Vídeo Brasil foi um grande sucesso: O número de fitas inscritas, a organização quase perfeita, as atividades paralelas e a intensa participação do público garantiram o êxito. O clima foi de festa: todos os espaços do MIS foram ocupados por centenas de catcaes jovens e modernas, pelo menos no corte de cabelo e na produção do vestuário. Em 55 aparelhos de TV escolhidos pelo museu era possível ver de tudo: videogames, videoclips, cenas gravadas na hora por autores, improvisados, desenhos por computador, cenas casuais de seções ingênuas, documentários caraterísticos, incontáveis personagens subindo escadas e até mesmo alguns vídeos de bom nível.

A ideia não é arbitrária: na opinião de muitos, inclusive do júri, a qualida-

de dos concorrentes em geral deu origem a uma opção: houve mesmo quem discutiu contra a realização do primeiro Festival, com as seguintes palavras: "Acertou que é impossível fazer um filme maior desta vez...". Foi frustrado. Porém, houve um inegável progresso técnico e, pelo menos, uma sensível melhoria na área de ficção. Aquelas que tinham experiência de Super 8, por exemplo, mostraram um domínio de roteiro e de linguagem cinematográfica que não se apreciava há dois anos passados.

É verdade também que houve muita ideia boa desperdiçada pela má realização e algumas boas realizações sem ideia nenhuma que as sustentasse. E permanece o problema da economia: há muita redundância, falta capacidade de síntese.

Concordo com Sérgio Tassaddi quando ele diz que faltou mais experimen-

tação neste Festival, que pouco "soubem usar" a agilidade permitida pela câmara de vídeo. Havia um contraste muito grande, por exemplo, entre os vídeos da mostra internacional, onde todas as experiências — mesmo as intoleráveis — estavam presentes, e os vídeos em concurso, cuja maioria não passa de imitação de programas de televisão.

Muitos membros do júri encontraram dificuldades para completar a lista de dez premiados. No final, os três primeiros refletem três utilizações possíveis do vídeo: o clip, a ficção e o jornalismo. *Electricidade* usa um vasto arsenal de recursos para recriar em imagens a música eletrônica de Kodak Bachme, num bela feita adequação do meio ao tempo. *Me Beijo ardente*, apesar da qualidade técnica subjetiva, mostrou altos níveis de linguagem e roteiro; certamente ja-

naria força com alguns cortes. De qualquer forma, trata-se de um produto extremamente bom. *O Beijo de Avarenga* e *Televsão* bem feita e jornalismo da melhor qualidade. Tanto ótimas, no entanto, as de resto, a obra a ser premiada em festival de vídeo, uma vez que, ao nível da linguagem, reproduz exatamente o que vemos todos os dias na TV.

Se não são só os programas — ainda bem vivo o Festival. Uma multiplicidade de eventos paralelos fez com que os assistentes circulassem por corredores e escadas e alguns do mesmo tipo dessem os que se entropiam ao respeito na sem palavras. Poucos orçãos não chegaram para atender a mania de cinema, mas imediatamente houve a alternativa de vídeo montada por Sérgio Tassaddi. Outros perfuram e realizam em um mesmo período: alguns se preocuparam as informativas possíveis de vi-

departu internacional. Tudo isso sob o signo informal de videorecatalão de Gilson Azeiteiro e Rodrigo M. Ferreira, que respecta sem cessar o bônus bem da Globo. Houve também um evento inesperado e inesperado, protagonizado por um oficial de justiça que, furando a prova de catcaes, foi ao MIS aprender a *Verdade* de Chico. *Verdade* de Chico, *Verdade* de Chico, *Verdade* de Chico, *Verdade* de Chico.

Para os produtores, houve dois eventos importantes: o Vídeo-Mercado e as mesas redondas. O Mercado atraiu quase todos os produtores catcaes. Embora a negociação não tenha sido fechada durante o Festival, uma primeira parte foi obtida para comunicar produtores catcaes.

As mesas foram informativas e em alguns momentos programaram debates interessantes. Na primeira delas, sobre "Novos canais", o ponto alto foi a ex-

posição de Ethevaldo Siqueira, mostrando que o Brasil tem condições tecnológicas de implantar, a curto prazo, o UHF por assinatura e a TV por cabo (de fibras óticas, muito mais barato que o de cobre tradicional), além da TV por satélite, que será possível já no ano que vem. Para Ethevaldo, a questão não é tecnológica, mas política: é necessário que haja uma democratização dos novos (e antigos) meios, rompendo com o sistema autoritário de concessões presidenciais. A tónica dos outros participantes foi igual: contra o monopólio, pela diversidade.

No segundo debate, sobre "A televisão atual no Brasil", ficou clara a dicotomia, de um lado, as redes de televisão pouco flexíveis e colocando exigências de alta qualidade técnica para a possível admissão de produtos. De outro, os independentes reivindicando espaço para seus produtos.

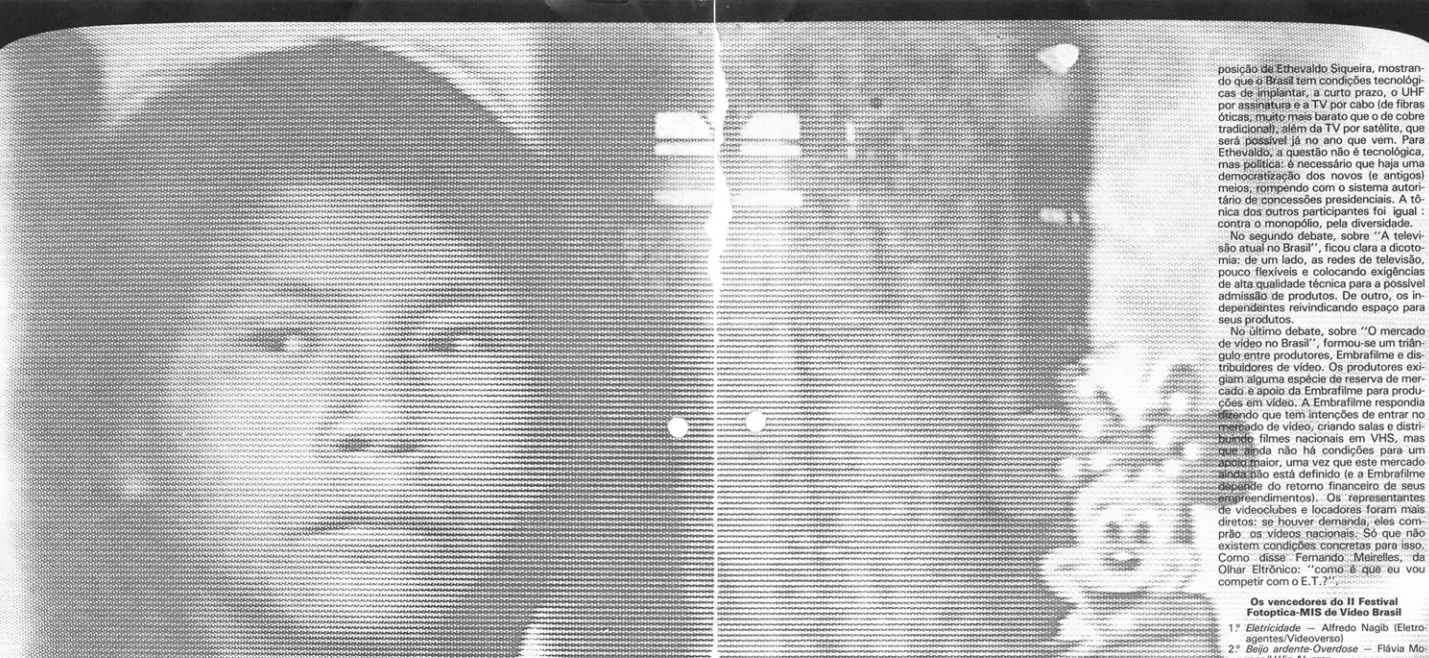
No último debate, sobre "O mercado de vídeo no Brasil", formou-se um triângulo entre produtores, Embráfime e distribuidores de vídeo. Os produtores exigiam alguma espécie de reserva de mercado à apoio da Embráfime para produções em vídeo. A Embráfime respondia dizendo que tem intenções de entrar no mercado de vídeo, dando saídas e distribuindo filmes nacionais em VHS, mas que ainda não há condições para um apoio maior, uma vez que este mercado ainda não está definido (e a Embráfime depende do retorno financeiro de seus empreendimentos). Os representantes de videocubes e locadores foram mais diretos: se houver demanda, eles compram os vídeos nacionais. Só que não existem condições concretas para isso. Como disse Fernando Mirreles, da Obar Eletrônica: "como é que eu vou competir com o E.T.?".

Os vencedores do II Festival Fotópica-MIS de Vídeo Brasil

- 1º *Electricidade* — Alfredo Nagib (Eletró-agentes/Videover)
- 2º *Beijo ardente/Overdeose* — Flávia Moraes/Hélio Alvarez
- 3º *Lixão do Avarenga* — Caço Barcelos/Kico Gamaal (Ali Vídeo)
- 4º *Avail Grato in performance* — Tadeu Jungles/Walter Siqueira (TVDO)
- 5º *Gratificafilme* — Marina Aba
- 6º *Ali Babá* — Paulo Moreli (Obar Eletrônica)
- 7º *O sono das vitrines* — Carolina Martines/Carlos Porto Jr.
- 8º *Televsão* — Telucina Marum
- 9º *Para que é a televisão* — Ronaldo Marques/Luiz Silva
- 10º *Fuera de contexto* — Margot e Leonardo Crescetti

Prêmio especial do júri (estante na Rede Manchete): *Os inconspicuos* — Louis Chilson/Cia Paulista de Vídeo Fast Video; *Troféu Bicho de Golada de Hunor para Radar (Videover)*; *Fala à nação* Marcos Bertoni; *Mundo Animal* Sérgio Sales/Foto Fábio Vieira.

Os vencedores receberam, além do Troféu Fotópica, o prêmio de Piloto Hitachi (câmera PVK 100 e videocassetes PVK 2000), uma câmera QD (câmera de vídeo QD 9520), Polyoxy (Atari), JPS Produções (horas de edição), Fuji (fitas de VHS), Basti (fitas de vídeo), e as editoras das revistas *Video News* e *Fotópica*.



ARLINDO MACHADO

É possível que este fim de século venha a ser conhecido, do ponto de vista da produção cultural, como o fim de uma explosão criativa na área do vídeo. Se considerarmos ainda que formas artísticas mais tradicionais — como a literatura, o teatro, o cinema — também de estagnação, é possível que o evento cultural mais promissor seja hoje este aspecto qualitativo da produção audiovisual. Um fato bem concreto já constitui por si só o melhor anúncio disso: a exceção apenas da música pop — com quem a linguagem eletrônica não tem pontos de mais cordiais e às vezes até mesmo com ela se confunde — o vídeo é a área que hoje arregimenta e estimula a maior quantidade de produções culturais em 20 anos. Nada mais natural, portanto, que ele comece a despertar a atenção das pessoas menos sincronizadas com o tempo que vivemos.

Claro, existem razões bastante objetivas para esse florescimento. Em primeiro lugar, observamos hoje uma tendência mundial em dissociar os setores da transmissão e da produção. Como se sabe, até pouco tempo, a estação concessionária de um canal de TV detinha o monopólio da programação numa determinada faixa de onda e só precisava prestar contas à autoridade governamental de plantão. Hoje, a tendência política geral já considerar as ondas eletromagnéticas, bem como os serviços de cabo, como propriedade pública, enquanto a utilização deve ser contratada por grupos particulares de produção.

A Holanda foi o primeiro país a transferir essa tendência em ato de parlamento: lá, os operadores dos sistemas de transmissão não podem produzir a sua própria programação; quem a elabora são os produtores particulares, com base na preferência popular manifestada através de subscrições. Nos EUA, as redes emissoras só podem produzir um máximo de 50% de produção própria, devendo necessariamente contratar com particulares o restante da programação.

Uma experiência nesse sentido está sendo realizada também por uma pequena emissora de São Paulo — a TV Gazeta — cujo horário vem sendo ocupado progressivamente por produtores não ligados à emissora. Essa abertura, além de contribuir talvez para perfurar o poder dos monopólios, favorece o surgimento de um número incalculável de produtores independentes, em geral de pequeno capital econômico, que procuram fazer uma vaga nas emissoras comerciais e/ou estatais. Grande parte dos artifices da nova onda do vídeo provém dessas pequenas unidades produtivas, como é o caso, para citar apenas um exemplo mais eloquente, de Jean-Luc Godard, que criou a sua própria empresa de vídeo, a Strangé.

Aldela global

Um outro aspecto a considerar é que, à medida que se expande o seu público se universaliza, a televisão se vê forçada a encarar as diferenças (culturais, sociais) para poder alcançar o maior número diversificado de programas. O nível de

penetração que ela já atingiu — a tão decantada integração universal que McLuhan batizou de "aldeia global" — constitui um fenômeno complexo e contraditório: ao mesmo tempo em que visa e postula essas diferenças com sua estrutura concentracionista, as diferenças logram também dispersar essa homogeneização com suas exigências diversificadas. O aparelho receptor de TV está hoje no gabinete do banquete da Nova Torque, no caseiro do favelado do Rio, na maloca de uma tribo do Chade, no escritório do intelectual parisiense, no cenário do monge budista, como poderia a televisão sobreviver ignorando essas diferenças? O vídeo, em particular, está fazendo explodir o poder de concentração da TV abrindo a imagem eletrônica para a multiplicidade da experiência humana.

A geração que nasceu politicamente nas barricadas de 1968 ainda podia se dar ao luxo de fazer da TV um dos alvos principais de seus ataques, mas hoje

gracias ao advento das novas tecnologias. Talvez os apocalípticos já possam, enfim, dormir tranquilos. Há pelo menos vinte anos, a televisão está deixando de aparecer como um perigoso escorpião do Poder, um cílio espalho que penetra na privacidade dos cidadãos para vigiar estes e passos e ditar-lhes normas de conduta. Inúmeros e contraditórios desdobramentos tecnológicos parecem conduzir a abalar a estrutura radicônica da TV tradicional, apontando para alternativas cada vez mais distantes do modelo broadcasting tradicional.

A revolução do UHF

O florescimento de aparelhos com capacidade de recepção em UHF começa a despertar o interesse de produtores independentes e alternativos, já que possibilita realizar emissões em circuito fechado para populações específicas ou para seqüências qualitativas da população. A modalidade UHF talvez possa permitir

operar em VHF só podem se dirigir à mídia indiferenciada e amortida dos cidadãos abstratos.

A esse respeito, não podemos nos esquecer ainda dos equipamentos autônomos de gravação e reprodução em circuito fechado. Desde 1965, quando surgiram as câmeras portáteis acopladas a gravadores de vídeo, que utilizavam, por sua vez, fitas de pequena bitola, uma espécie de televisão privado tornou-se possível. Essa equipamento, de custo relativamente barato (em relação à qualquer aparelho profissional) e de operação bastante simples, foi colocado no mercado pela indústria do consumo para o lezer da classe média, mas não pôde que as expectativas industriais sejam revistas e possibilitem aos grupos ativos culturalmente ou politicamente produzir os seus próprios programas em circuito fechado.

Na Europa e na América do Norte, já existem redes alternativas da difusão de vídeo, cuja função é colocar em circula-

ção, caso ele engloba todos os tipos de faixas voltadas para as grandes massas, como é o caso das TVs comerciais e estatais que utilizam as ondas verticais como meio de propagação. A "aldeia global" televisiva é, portanto, assim aliada da produção de consumo (como no caso da TV comercial de modelo americano), seja em valores institucionais (no caso da TV estatal de modelo europeu) das televisões do bloco socialista. Isso quer dizer que a programação da macrotelevisão é sempre mais ou menos dirigida para a maior massa de espectadores com vistas a fins determinados. Caracteriza-se pela vontade de atingir o maior número de espectadores, mais justamente porque ela visa uma parcela significativa da população, o poder político exerce uma vigilância cerrada sobre seus emissores.

A sua estrutura de funcionamento é *one-way* ou unidirecional: e cada emissor hegemônico está conectado milhões de receptores isolados que não lhe

canço, como é o caso dos canais UHF. Nessa classificação cabem, portanto, todos os tipos de TVs regionais ou locais, voltadas para o diálogo com um público selecionado e diferenciado.

Pode-se dizer que a macrotelevisão cria um novo tipo de relacionamento entre produtores e espectadores: os seus próprios podem ser, inicialmente, de modo geral, os produtores com o autor, o autor, como na macrotelevisão, mas de interlocutores. Considerando ainda que a autoridade local é geralmente mais flexível e mais próxima da realidade local, esse diálogo pode apresentar momentos de revolução.

Nessa modalidade, a noção de programação não é de um emissor único, quanto a distinção tradicional entre profissional e amadores tende a ser abolida. A operação já não é mais de tipo hegemônico, mas caberá ao retroalimentado pela audiência. Na área da educação, em vez de simplesmente difundir a cultura dominante, a mesotelevisão trabalha no sentido de incentivar a iniciativa do educando, desenvolvendo nele o julgamento crítico e o respeito pelas diferenças. Numa palavra, ela cabe firmemente em todos os implicados no processo comunicativo: o exercício da responsabilidade.

Microtelevisão

Finalmente, a microtelevisão é a TV dos pequenos grupos qualitativos, reunidos por interesses comuns e que utilizam equipamentos portáteis de vídeo para produzir e difundir em circuito fechado. Abrange desde a atividade militante de grupos políticos ativos até os experimentos mais radicais de linguagem que vêm sendo realizados na área da videotelevisão.

Segundo Berger, os equipamentos leves e baratos podem gerar profundas modificações na estrutura da comunicação eletrônica, pois eles praticamente colocam a possibilidade de produzir e mostrar programas sem a necessidade de meios, pelo menos nas mídias de uma quantidade de pessoas infinitamente maior do que aquela que monopoliza a macrotelevisão. Além disso, a autonomia favorecida por esses equipamentos é quase total, pois em nenhuma fase do processo de produção é necessário recorrer ao aparato institucional de emissão de macrotelevisão, potenciais agentes de seleção e censura. A relação não é mais do transmissor com o receptor, nem mesmo de interlocutores, a autonomia *interoperadora*, isto é, pessoas aptas para a comunicação eletrônica inclusive a nível do plano da tecnologia.

Lembrando a alegre criatividade das crianças ao brincar, o autor conclui que a opção fundamental para o vídeo não é apenas fornecer um novo conteúdo da mídia de educação e comunicação, mas também colocar em prática a criatividade através da qual a cultura deixa de ser algo que se recebe, para tornar uma atividade em que todos participam e a qual todos criam.

o vídeo na fronteira da nova televisão

A televisão marcha para uma maior democratização, ou tenderá a ser cada vez mais o domínio

de poucos sobre a maioria? Aqui, uma visão otimista do futuro da TV do papel do vídeo

realizar nos países pobres do Terceiro Mundo uma revolução comunicativa tão importante quanto a que ocorreu nos países capitalistas avançados com o advento do cabo. Embora possa ser também inserido no sistema de redes de transmissão, o regime UHF é, por sua própria natureza, avesso aos conglomerados e monopólios. Ele parece se dirigir, com maior naturalidade, a segmentos específicos da população, oferecendo transmissões diferenciadas, voltadas às aspirações de cada estrato social ou aos interesses de cada grupo cultural. A programação no regime UHF tende a ser diversificada na mesma amplitude da diversidade do público (não nos esqueçamos de que, nessa modalidade, podemos contar com até 70 canais diferentes em cada região), enquanto as redes que

ção as centenas de fitas produzidas por grupos independentes e cujos temas vão desde a experimentação de linguagem, passando pelos trabalhos culturais mais inquietos, até a documentação dos movimentos reivindicatórios de massa. Esses trabalhos de resistência cultural começam também a proliferar entre nós e a tendência é alastrar-se até atingir esquemas de difusão mais eficazes.

Macro e meso

René Berger (*The new television*, The MIT Press, Cambridge) imagina uma classificação que pode ser precisa para se avaliar a dimensão estética e política de cada modalidade particular de TV. Distingue ele três grandes campos de existência televisiva: a macrotelevisão, a mesotelevisão e a microtelevisão. No pri-

podem responder de forma autônoma. O seu esquema de operação é do tipo hegemônico: variações íntimas a externas apenas servem para que ela se ajuste aos ventos da conjuntura, mas não dá o seu abalo o sistema, que tende a se perpetuar através das mídias de audiência.

A macrotelevisão, assim, a programação de tipo educativo tende a tomar-se sinônimo de instrução programada, baseada na relação hierárquica entre professor e aluno e onde o espírito da autoridade se impõe pesa mais que o desenvolvimento da capacidade crítica.

O modelo intermediário é a mesotelevisão, identificada por Berger com a televisão a cabo, mas poderia abarcar também todas as modalidades de *low power TV*, isto é, as televisões de pequeno al-