

o[s] tempo[s] do[s] medi@

ESTUDOS DO SÉCULO

XX

número 7 . 2007

O Público e o Novo Cinema Português

Paulo Cunha

Paulo Cunha. Bolseiro de Doutoramento da FCT, Mestre Colaborador do Centro de Estudos Interdisciplinares do Século XX da Universidade de Coimbra – CEIS20.

Em Novembro de 2005, um estudo intitulado “O Cinema Português e os Seus Públicos Situação Actual e Evolução Futura”, encomendado pela Associação de Produtores de Cinema à Universidade Lusófona, apresentava como uma das principais conclusões a ideia que os problemas do cinema português radicam na sua dificuldade de identificação com o público. Segundo o estudo, a “atitude de desconfiança de base” poderá explicar a aparente antipatia por um cinema que, curiosamente, pouco conhecem ou vêem.

Esta ideia de “desconfiança de base” é discutida no meio cinematográfico de forma recorrente desde finais da década de 1940. O debate em torno de um suposto “divórcio” entre público e cinema português acompanhou o percurso do cinema português durante as décadas de cinquenta e sessenta, quando uma nova geração cinéfila procurava encontrar caminhos para a renovação da cinematografia nacional.

O presente texto procura conhecer os principais momentos da relação entre o novo cinema português e o público de cinema em Portugal desde o período em que António Ferro desempenhava as funções de principal responsável pela política cultural do regime e a “tomada de poder” da nova geração cinéfila nas vésperas do 25 de Abril de 1974.

1. Da comédia à portuguesa a *Dom Roberto*

Como sugere Paulo Viveiros, no estudo acima citado, as comédias à portuguesa foram “o único momento em que o cinema português gerou uma empatia com o público luso. E porquê? Justamente porque eram histórias banais com as “graçolas” (“chapéus há muitos, seu paferma”, “Ó Evaristo! Tens cá disto?”) que incluíam um par romântico, que faz parte de qualquer género, sem qualquer pretensão intelectual.”¹

O êxito comercial da comédia à portuguesa das décadas de trinta e quarenta era geralmente atribuído à popularidade dos actores protagonistas e, em grande medida, à tentativa de representação no cinema da sua condição real dos espectadores. A comédia à portuguesa era protagonizada por personagens da pequena e média burguesia lisboeta, cuja temática girava em torno do quotidiano ou do desejo de ascensão social dos protagonistas. A “máquina dos sonhos a preto e branco do Estado Novo” oferecia ao público uma visão feliz da pequena sociedade burguesa cidadina, uma representação onde se reviam alegremente, contribuindo assim para o reforço dos principais valores da mentalidade salazarista.²

A população da baixa ou média burguesia cidadina preferia um género onde era retratada, ou seja, a situação repetida de filme para filme “era a ‘situação real’ da esmagadora maioria dos frequentadores do cinema. Daí que a projecção e a identificação pudessem ser tão fáceis e daí que esses filmes, feitos também com artesanal e manhoso saber de ofício, tivessem tido o êxito que tiveram e possam hoje ser revistos sobretudo como

¹ VIVEIROS, Paulo – «Uma relação difícil». In: DAMÁSIO, Manuel José (coord.) – *O cinema português e os seus públicos*. Lisboa, Edições Universidade Lusófona, 2006, p. 18.

² GRANJA, Paulo – «A comédia à portuguesa ou a máquina dos sonhos a preto e branco do Estado Novo». In: TORRALBA, Luís Reis (coord.) – *O Cinema sob o Olhar de Salazar...* Lisboa, Círculo de Leitores, 2000, p. 193-234.

espantosos retratos sociológicos. A ficção que encenavam era a sua realidade. Verdade deles e verdade desses filmes, na grandeza da encenação e na pequenez do encenado”.³

Nas designadas décadas de ouro do cinema português, o público era constituído essencialmente por aqueles “que não sabiam ler as legendas dos filmes estrangeiros e, por isso, tinham que limitar a experiência cinematográfica aos filmes nacionais, obrigados que estavam a ter boa boca como única alternativa a estômago vazio, ou aqueles a quem, por serem como eram, bacalhau bastava.”⁴

No entanto, para António Ferro os “caminhos seguros” para a afirmação do nosso cinema passavam pelos filmes históricos, os documentários e os filmes de natureza poética, que, debatendo-se com diversas dificuldades, não conseguiram impor-se no mercado. Contrariamente, os filmes cómicos, baseados em fórmulas simples e repetitivas, e explorando os “chavões”, representavam “o que há de mais inferior na nossa mentalidade”, pareciam conquistar a aceitação generalizada do público.

Este aparente paradigma – a qualidade é mal recebida pelo público, que prefere produtos de origem artística duvidosa – denuncia o fracasso da missão regeneradora de Ferro em tentar educar o gosto do povo. Baseando-se nos resultados obtidos na produção cinematográfica, o dirigente não podia ficar satisfeito com os resultados do seu programa cultural. Optimista, Ferro acreditava que o mau gosto geral do público é “educável”, desde que se verifique vontade e empenhamento das pessoas responsáveis pela criação e divulgação artística, nomeadamente produtores e realizadores.

Durante as duas décadas em que dirigiu a política cultural do Estado Novo, António Ferro não conseguiu concretizar o seu projecto de educação cultural e artística. A *política do espírito* de Ferro dirigia-se ao espírito do povo (à alma do homem e à alma dos povos), dado que o progresso humano não dependia só dos desenvolvimentos materiais, mas também do enriquecimento do espírito, da valorização das actividades artísticas e intelectuais: “um povo que não vê, que não lê, que não ouve, que não vibra, que não sai da vida material, do Deve e do Haver, torna-se um povo inútil.”⁵

O ano de 1955 ficou tristemente célebre na história do cinema português como o “ano zero do cinema português” porque nesse ano não se registou qualquer estreia de uma longa-metragem produzida em Portugal. Este triste facto seria perpetuado simbolicamente como um momento de ruptura entre duas ideias e concepções estéticas e éticas de cinema: o “velho cinema”, cinema produzido durante o período de maior investimento ideológico do Estado Novo, de cariz directa ou indirectamente propagandístico e doutrinator; e o “novo cinema”, projecto de renovação da cinematografia que se iniciou na crítica e restante literatura cinéfila e prosseguiria durante as décadas de cinquenta e sessenta com diversas tentativas de materialização fílmica.

Em 1956, Nuno Portas publicava um artigo no *Diário de Lisboa* onde pretendia esclarecer alguns aspectos em relação ao público do fenómeno cinematográfico. Afirmando que “não há um público, mas públicos”, o crítico apresenta quatro categorias

³ COSTA, João Bénard da – *Histórias do Cinema*. Lisboa, Imprensa Nacional Casa da Moeda, Sínteses da Cultura Portuguesa, 1991, p. 67-71.

⁴ Idem – *O Cinema Português nunca existiu*. Lisboa, CTT, 1996, p. 23.

⁵ FERRO, António – *Salazar, o homem e a sua obra*. 3.^a ed., Lisboa, Empresa Nacional de Publicidade, 1935, p. 273.

distintas: “a) um subpúblico do pequeno aglomerado da nossa Província que consome o filme porque os bonecos falam português [...]; b) um público primário para quem o cinema é o divertimento que faz esquecer o dia-a-dia e ao qual exige que não faça pensar, que lhe dê a passagem para uma ilusória fuga à existência [...]; c) um público primário exigente, que influenciado pela Imprensa e por outros factores, pede já ao filme ‘qualidade técnica’, e ‘problemas’, ‘realismo’, mas ao qual falta uma base cultural que lhe permita separar o trigo do joio [...]; d) um público exigente que integra o cinema na cultura, responde por esse país fora ao esforço do cineclubismo e tende a contagiar novas camadas.”⁶

Em 1959, em tom humorístico, Manuel Gama dedicava parte de uma obra à tipificação do público de cinema português. À questão “Quem vai ao Cinema?”, o autor responde com a enumeração das diferentes classificações observadas: “as formigas”, “os pobres”, “os intelectuais”, “os espectadores conscientes”, “os cultos cinematográficos”, “os jovens críticos”, “os críticos”.⁷ Basicamente, o autor dividia o público de cinema português em dois grandes grupos: uma maioria de consumidores de um espectáculo comercial e uma minoria de público especializado bastante diversificado consoante as referências culturais e artísticas.

Basicamente, na década de cinquenta assiste-se às progressivas transformações nos mercados distribuidor e exibidor nacionais e nos hábitos do público de cinema. Nos retratos anteriores – um em tom sério, outro mais caricatural – sobressai sobretudo uma fragmentação do público cinéfilo em dois blocos de interesses, fragmentação tributária essencialmente do novo ambiente cultural vivido sobretudo desde as experiências cineclubistas. O desenvolvimento destas experiências desde a década de 1950 marcou o ponto de cisão do público cinéfilo. Durante as décadas de trinta e quarenta, o público de cinema era oriundo sobretudo da população da baixa ou média burguesia cidadina e o cinema funcionava então como “único espectáculo agradável e acessível [...] que preenchia, na evasão e no entretenimento, as pausas da ‘pax lusitana’”.⁸ A partir da experiência cineclubista, o público de cinema português diminuiu e tornou-se progressivamente mais exigente e mais selectivo.

Para Adérito Sedas Nunes, a “modernização” da sociedade portuguesa a partir dos anos 1960 deveu-se a dois factores essenciais: “o grau de urbanização das populações” e “a densidade do *escol cultural*”.⁹ De facto, o espaço social da nova geração cinéfila reflectia as transformações da sociedade portuguesa: concentração urbana, juvenilização da intervenção política e cultural e expansão da formação superior. O imaginário social dos novos cineastas, e consequentemente dos seus filmes, deixa de ser o “pátio das cantigas” e passam a ser as novas Avenidas de Lisboa, espaço onde habitam e convivem nas diversas tertúlias. O público de cinema nas décadas de sessenta e setenta passa a ser um público mais culto, com origem nos “cineclubes, grupos universitários, burguesia culta.”¹⁰

⁶ PORTAS, Nuno – «Para um Cinema Novo». In: *Diário de Lisboa*, 2-X-1956, p. 10.

⁷ GAMA, Manuel – *O Público e o Cinema*. Lisboa, Edições Ática, 1956.

⁸ PINA, Luís de – *A Aventura do Cinema Português*. Lisboa, Editorial Vega, 1977, p. 44.

⁹ NUNES, Adérito Sedas – «Portugal. Sociedade dualista em evolução». In: *Antologia sociológica*. Lisboa, Imprensa de Ciências Sociais, 2000, p. 33-34.

¹⁰ PINA, Luís de – *A Aventura do Cinema Português*, p. 72. Os dados aqui apresentados sobre o público de cinema, extraídos das diversas sùmulas históricas do cinema português, são baseados em impressões subjectivas dos seus autores, uma vez que não existe qualquer estudo sócio-cultural sobre o público de cinema em Portugal.

O primeiro sinal visível de que as expectativas em relação à adesão do público ao novo cinema eram elevadas ocorreu a propósito do filme-charneira *Dom Roberto*. O problema da recepção do filme foi, como lembra Cunha Telles, que os interessados pela renovação exigiam que o filme “fosse a redenção do cinema português”, que fosse um manifesto ideológico, quando as condições de produção foram insuficientes.¹¹

2. A expectativa e o fracasso das Produções Cunha Telles

Quando António Cunha Telles se aventurou na produção, a esperança de sucesso junto do público era tal que as Produções Cunha Telles se apoiavam numa estrutura de produção contínua pré-determinada, ou seja, os filmes foram rodados sucessivamente sem aguardar pelas estreias dos anteriores: “quando se estreia os *Verdes Anos*, já o *Belarmino* está filmado e quando este por sua vez estreia, já o *Domingo à Tarde* está filmado”.¹²

Como é possível confirmar em várias declarações e depoimentos de vários membros do novo cinema, sobretudo os elementos das Produções Cunha Telles, a falta de público foi uma desilusão e uma surpresa que contribuiu para a falência deste primeiro período do novo cinema. Como confessa Fernando Lopes, parece “que todos nós contávamos um pouco excessivamente com a existência de um público ‘esclarecido’, para utilizar um chavão da época, público que teria sido formado pelos cineclubes, público universitário, e outro, que de facto não apareceu para os nossos filmes”.¹³ Na mesma sintonia, Paulo Rocha lembra que o novo cinema tentou “seduzir” o público, mas o público “não fez o que havia a fazer por parte dele, ou não o deixaram fazer, os distribuidores, as leis, o condicionalismo geral não o deixou fazer”.¹⁴ Finalmente, Cunha Telles lembra que, apesar das diferenciadas campanhas de marketing operadas nos seus diferentes filmes, o público “abandonou” o compromisso assumido pelo novo cinema: “Em relação aos *Verdes Anos* tudo foi feito de acordo com o realizador [...]. Em relação ao *Belarmino* o lançamento foi feito pela via dos cineclubes. [...] Em relação ao *Domingo à Tarde*, o lançamento foi feito cientificamente por uma agência de publicidade [...] que estudou a maneira de orientar o público”.¹⁵

Uma das aparentes justificações para o afastamento do público foi a falta de estreias de filmes estrangeiros que a censura não deixou exhibir, sobretudo as obras da *nouvelle vague*, “que poderiam ter ajudado a transformar o gosto do público e a encaminhá-lo para os nossos.” O “desfasamento total” entre o público e o novo cinema residia no facto de faltar ao público o “estágio” no estrangeiro que permitira abrir novos horizontes aos jovens realizadores em diversos países da Europa.¹⁶

¹¹ TELLES, António da Cunha – «Primeira Fase do Cinema Novo Português». In: *Cinema Novo Português 1960-1974*. Lisboa, Cinemateca Portuguesa, 1985, p. 50.

¹² *Ibidem*, p. 51.

¹³ LOPES, Fernando – «Cinema Novo, Ano 7». In: *Jornal de Letras e Artes*, 274, III-1970, p. 25.

¹⁴ ROCHA, Paulo – «Cinema Novo, Ano 7». In: *Jornal de Letras e Artes*, 274, III-1970, p. 23.

¹⁵ «O Passado, o Presente e o Futuro. Uma entrevista em 3 tempos com António da Cunha Telles». In: *Jornal de Letras e Artes*, 275, IV-1970, p. 28-31.

¹⁶ LOPES, Fernando – «Centro Português de Cinema. Entrevista». In: *Cinema Novo Português*, p. 62.

O público de cinema português padecia, segundo o diagnóstico do novo cinema, de falta de oferta cultural válida e de excesso de produtos de uma indústria apostada na reprodução de obras estereotipadas e de sucesso fácil. Por um lado, “o realismo narrativo-dramático” dominante na generalidade do velho cinema e do cinema estrangeiro exibido em Portugal” serviu de obstáculo a propostas alternativas do ponto de vista de interpretação e narração.¹⁷ Por outro lado, o público também estava “bastante viciado em relação ao cinema português.” Esse vício advinha de “erros cometidos no passado e que portanto tinha em relação ao cinema português um ponto de vista extremamente depreciativo.”¹⁸

Outra justificação avançada foi a existência da Censura, cujo dispositivo de controlo “não consciencializado” impunha “um leque de assuntos como tabus.”¹⁹ Apesar de não se registar cortes significativos nas produções de Cunha Telles, houve casos em que obras foram esartejadas ou mesmo proibidas integralmente.²⁰

Ironicamente, Bénard da Costa atribui o insucesso das obras produzidas por Cunha Telles a razões políticas e ideológicas: “Julgara-se que o movimento de oposição cultural era suficientemente poderoso para ‘obrigar’ cada português que votara Delgado em 1958 a ir ver esses filmes. O engano foi trágico.” Por outras palavras, defendendo uma certa politização da população cinéfila de então, o autor sustenta que estas obras não eram as mais indicadas para “despertar fervores ideológicos e a esquerda tradicional desconfiou tanto delas como a direita.”²¹

Perante o fracasso comercial destes primeiros filmes, alguns realizadores adoptaram uma posição de radicalismo e ruptura total com possíveis concessões ao público. Com *Uma Abelha na Chuva*, Fernando Lopes assume um risco justificado pelo “desespero”: “Apostámos sinceramente em filmes muito pessoais, sem nos importarmos que viessem a atrair 8 ou 80 espectadores”²². Também António de Macedo, com *Nojo aos Cães*, procurou fazer um filme de “desespero” e de “revolta”, sem qualquer concessão ao designado gosto do público.²³

3. O Centro Português de Cinema

A formação da cooperativa de produção Centro Português de Cinema (CPC) permitia a esta nova geração de cineastas “fazer filmes em cuja concepção a conquista de um público não pesava, ou se quiserem não era um elemento vital. O mais importante para nós era a presença em Festivais e a reacção da crítica internacional. Julgávamos que os filmes acabariam por se impor de fora para dentro”.²⁴

¹⁷ MONTEIRO, Paulo Filipe – «Uma margem ao centro: a arte e o poder do ‘novo cinema’». In: TORRAL, Luís Reis (coord.) – *O Cinema sob o olhar de Salazar...* p. 334.

¹⁸ LOPES, Fernando – «Cinema Novo, Ano 7», p. 25.

¹⁹ TELLES, António da Cunha – «Primeira Fase do Cinema Novo Português», p. 54.

²⁰ António de Macedo viu *Domingo à Tarde* penalizado com quatro cortes e só foi estreado com “escurecimento laboratorial de cenas controversas”, enquanto João César Monteiro preferiu não estreiar *Quem espera por sapatos de defunto* a sujeitá-lo aos cortes impostos.

²¹ COSTA, João Bénard da Costa – *Histórias do Cinema*. p. 126.

²² LOPES, Fernando – «Centro Português de Cinema. Entrevista», p. 62.

²³ Depoimento de António de Macedo In: *Cinema Novo, Novo Cinema*. Documentário audiovisual produzido pela Acetato para a RTP, 1998.

²⁴ LOPES, Fernando – «Centro Português de Cinema. Entrevista», p. 66.

Conscientes de que o período de experiência haveria de terminar, e com ele os dinheiros da Gulbenkian, alguns membros do CPC – sobretudo Fernando Lopes – iniciam a defesa do princípio de que a cooperativa deveria começar a constituir fundos próprios: “Nos quatro filmes de cada ano, eu achava ter cabimento um título que oferecesse possibilidades de recuperação do dinheiro investido, como de resto aconteceu com a Promessa.” Contrários a esta ideia, um grupo onde se integravam Seixas Santos, Paulo Rocha e António-Pedro Vasconcelos recusam totalmente qualquer concessão estética em nome do público.²⁵

Se a nova crítica aplaudiu as pretensões artísticas e culturais das diversas propostas do CPC, por outro lado, a velha crítica não poupou palavras para as condenar.²⁶ Um dos textos mais curiosos que encontrei assumia a defesa do “povo que esperou alguma coisa do novo Cinema português e se viu defraudado”, e reagia àquilo que considerava ser “um Cinema novo que se propõe coisas do arco da velha e se arrasta em busca de meia dúzia de Pedros que o vejam, que o aplaudem, que o lisonjeiem... e que talvez, até, nem o percebam...” Em tom indignado, Mário Clemente acusa os filmes do CPC de estarem numa “escala de intelectualidade acima da esmagadora possibilidade do povo português.” No mesmo sentido, o colonista interroga-se porque é que filmes pagos por uma instituição cultural a fundo perdido e “dirigidos à inteligência das pessoas percorrem os circuitos comerciais (repugnantes) cobrando dinheiro aos espectadores como qualquer banal filme dirigido a não intelectuais?” Finalmente, este colonista deixa uma interrogação sobre as relações entre o novo cinema e o público: “Terão os ‘Pedros Sós’ contribuído de alguma forma para uma melhoria do nível intelectual do povo português?”²⁷

Procurando agradar à tendência programática do CPC que defendiam uma “reconciliação” com o público, o segundo plano de produção contemplou os projectos de António de Macedo e Cunha Telles, dois filmes que procuravam o êxito da bilheteira. Apesar do debate interno, estes realizadores conseguiram fazer valer os seus argumentos de tentar reconciliar o público com o novo cinema e de procurarem retorno financeiro para o investimento da cooperativa.

Em 1973, a chegada de elementos da “novíssima geração” ao CPC, como Eduardo Geda e Lauro António, levaria ao reatamento do debate acerca da orientação programática preconizado pelas duas facções mais influentes no seio da cooperativa. A “novíssima geração” criticava sobretudo a orientação da própria Gulbenkian em permitir que o CPC optasse por um elitismo cinéfilo que afastava progressivamente o cinema português do desenvolvimento de uma indústria de cinema em Portugal.²⁸ Eduardo Geda era elemento de um “velho núcleo cineclubista” muito apegado à ortodoxia marxista que defendia os artistas enquanto “engenheiros de almas” e, conseqüentemente, uma relação de proximidade entre a expressão artística e a repercussão social.

²⁵ *Ibidem*, p. 28.

²⁶ Sobre a crítica de cinema durante as décadas de 1960-70, lembro que esta questão já foi estudada por Eduardo Paz Barroso. Na sua dissertação de doutoramento, o autor percorre os diversos núcleos da crítica cinematográfica (imprensa, cineclubes) e analisa a argumentação e os diversos discursos utilizados na afirmação do cinema de autor em Portugal.

²⁷ CLEMENTE, Mário – «Os Pedros Sós, as críticas, a Gulbenkian e o Povo Português». In: *Plataia*. 597, 11-VII-1972, p. 40-41.

²⁸ LOPES, Fernando – «Centro Português de Cinema. Entrevista». p. 69.

O fim do projecto tentado pelo CPC está, na opinião de Fernando Lopes, intimamente relacionado com o assassinato do “estatuto de autor”, estatuto que tinha estado na origem da criação desta “cooperativa de criadores”. Era necessário fazer com que os “autores” se preocupassem com o público e com a indústria.²⁹ Curiosamente, os filmes “com maior referência política à actualidade de então, como *O Cerco* e *O Recado*, foram os que tiveram, apesar de tudo, mais público.”³⁰ A estes, Bénard da Costa acrescenta *A Promessa*, “o maior êxito comercial da história do ‘cinema novo’ fazendo cerca de 80 000 espectadores.”³¹

O filme de Cunha Telles foi o maior sucesso comercial até então obtido por qualquer obra do novo cinema e o primeiro filme do novo cinema a pagar os custos de produção com as receitas de exibição. Surpreendentemente, *O Cerco* estabeleceu uma “relação especial” com o público. Fernando Lopes atribui o sucesso do filme a Maria Cabral, “porque era uma personagem cativante”, e “ao modo como o filme se agarrava ao quotidiano, com uma euforia que acompanhava a efémera euforia marcelista”.³² Designando-a como um “ovo de Colombo”, Bénard da Costa inclui Maria Cabral numa casta de rostos fotogénicos femininos que, exceptuando Beatriz Costa e Mirita Casimiro, não foram devidamente explorados pelo cinema português em termos de projecção mediática. O sucesso do filme justificou-se aparentemente pela exploração do filão do *star-system* que sustentava a hegemonia de Hollywood e que “os nossos cineastas sempre estiveram particularmente desatentos”.³³ Cunha Telles compara o fenómeno da popularidade de Maria Cabral ao fenómeno da *vedette* popularizada pela *nouvelle vague*, como Brigitte Bardot e Jean-Paul Belmondo, e que foi determinante para o sucesso comercial do movimento.³⁴ Em sintonia com estes argumentos, os responsáveis pela frustrada tentativa do *blockbuster* *Sete Balas para Selma* atribuíram o fracasso comercial à falta das vedetas que garantiam o sucesso de tentativas semelhantes nos mercados internacionais.

Um dos principais motivos do fracasso comercial do novo cinema foi a falta de estratégias de *marketing* ou de sedução do público dito convencional e com menos cultura cinéfila.³⁵ No período do novo cinema, quem ditava o sucesso comercial de um filme não era o público cinéfilo, mas o público convencional da classe média urbana que, décadas antes, sentenciara o sucesso da comédia à portuguesa. Faltou talvez um apelo ao público convencional, depositando-se imensa expectativa no público ideologicamente comprometido que, reflectindo as discussões internas do novo cinema, não correspondeu massivamente ao apelo.

²⁹ *Ibidem*, p. 70.

³⁰ MONTEIRO, Paulo Filipe – «Uma margem ao centro: a arte e o poder do ‘novo cinema’», p. 334.

³¹ COSTA, João Bénard da – «Cinema Novo Português: Revolta ou Revolução?». In *Cinema Novo Português 1960-1974*, p. 62.

³² LOPES, Fernando – «Centro Português de Cinema. Entrevista», p. 62.

³³ COSTA, João Bénard da – «Cinema Novo Português: Revolta ou Revolução?», p. 36.

³⁴ *Novo Cinema Português 1961-1981*. Figueira da Foz, Festival Internacional de Cinema, 1981, p. 23-24.

³⁵ Evidentemente, esses filmes foram alvo de campanhas publicitárias aquando dos respectivos lançamentos, mas as estratégias definidas não foram as mais correctas nem bem direccionadas. Não houve, como sucedeu por exemplo com a *nouvelle vague*, uma estratégia de *marketing* contínua e coerente em torno do novo cinema.

Para além de Maria Cabral, os filmes de Cunha Telles e de Fonseca e Costa tinham uma característica em comum: eram os elementos do novo cinema que mais se aproximavam da realidade social de então. Esta proximidade dos problemas sociais permitia que o público se identificasse e se revisse nas personagens, proximidade que, aliada a uma linguagem cinematográfica mais simples e objectiva do que a habitual, convencia o público a deslocar-se ao cinema para ver o filme.

De todos os realizadores da nova geração, os que mais se prenderam com a relação com o público foram António-Pedro Vasconcelos, António de Macedo, José Fonseca e Costa e António da Cunha Telles. Aquele que foi apelidado de produtor-milagre do novo cinema haveria de se impor definitivamente no novo cinema como realizador. Enfrentando a falência da sua casa produtora e “objecto da ‘quarentena’ que lhe fora aplicada pelos homens do ‘cinema novo’”, Cunha Telles arriscou os poucos meios disponíveis na realização de um filme modesto.³⁶ Para Fernando Lopes, o sucesso deste filme foi uma “vingança” do antigo produtor: “Era ele a dizer-nos: ‘Vocês lixaram-me, andaram para aí a fazer os vossos filmes de autor, mas eu vou mostrar-vos o que é um filme de autor que ainda por cinema ganha dinheiro’. É pá, e ganhou!”³⁷ Depois do sucesso d’ *O Cerco*, Cunha Telles procurou repetir a receita com *Meus Amigos*, mas o resultado ficou aquém das expectativas.

Cunha Telles perseguia, desde cedo, o sucesso alcançado junto do público pela *nouvelle vague* e pelo “cinema nôvo brasileiro”. O paradoxo destes dois exemplos estrangeiros – conquistar simultaneamente a crítica e o público – constituiu um exemplo obsessivo para algumas cinematografias periféricas que procuravam afirmar-se como alternativa qualitativa à hegemonia do cinema comercial norte-americano.

Para António-Pedro Vasconcelos, esta preocupação com o público ganhou evidência com o sucesso de *O Cerco*, levando António-Pedro Vasconcelos a defender seriamente o filme de Cunha Telles. A propósito de *Perdido por cem...*, o realizador afirmaria: “O que é importante é tentar uma reconciliação do público português com o seu cinema, fazendo filmes que nos digam directamente respeito e abram novos caminhos.” Admitindo a existência de um “fosso” entre o novo cinema e o público, Vasconcelos insiste na intenção de promoção de uma “reconciliação.”³⁸

Fonseca e Costa, sobretudo pela sua formação ideológica próxima do marxismo, sempre valorizou a função social da arte. Revendo-se em algumas directivas do “primado do conteúdo sobre a forma”, o cineasta procurou desenvolver um cinema de qualidade com alcance “popular”. O projecto cinematográfico de Fonseca e Costa haveria de potenciar diversos conflitos no seio do CPC, sobretudo devido à tentativa, segundo opinião do próprio Fonseca e Costa, de alguns membros destacados na cooperativa em impor directivas estéticas.³⁹

No caso de António de Macedo, a relação entre o seu cinema e o público foi mesmo motivos para algumas divergências com alguns colegas de geração. O polémico caso de *Sete Balas para Selma* mereceu-lhe as mais duras críticas de figuras do novo cinema, nomeadamente João César Monteiro, que considera este filme “como empresa reacção-

³⁶ COSTA, João Bénard da – «Cinema Novo Português: Revolta ou Revolução?». p. 36.

³⁷ LOPES, Fernando – «Centro Português de Cinema. Entrevista». p. 62.

³⁸ «António Pedro Vasconcelos: Depoimento». In: *Celulíde*. 185, V-1973, p. 8-10.

³⁹ COSTA, José Fonseca e – *Entrevista inédita*. 4-III-2004.

nária carregada de balas que se desfecham traiçoeiramente nas costas dos promotores de uma revolução cinematográfica em Portugal.”⁴⁰

Apostado em reconciliar o cinema português com o público, António de Macedo afirmava então que “um filme que faça adormecer o público na plateia é para mim um filme errado, mesmo que seja o público que esteja fora da razão...” Acusado por Fernando Lopes de ser, “de longe, o realizador que mais se preocupa com a quantidade de público que há para as fitas portuguesas”, Macedo confessava que o desencontro entre o público e o cinema português “é um problema extremamente importante para mim.”⁴¹

Sustentando um ponto de vista diametralmente oposto ao que o próprio preconizara no filme experimentalista *Nojo aos Cães*, Macedo parece abandonar definitivamente uma batalha assumida pela sua geração cinéfila, a batalha pela formação do público. Segundo uma das alíneas do artigo 4.º dos estatutos do CPC, um dos compromissos assumidos pelos membros da cooperativa é “interferir, directa ou indirectamente, na formação do gosto do público português pelo cinema, especialmente pelo cinema nacional.”⁴² Recordo ainda que um dos principais argumentos usados pelo novo cinema para vencer a Gulbenkian foi a tese dos “93 por cento”, argumento que valorizava o papel do cinema na formação do público. Entre as principais conclusões apresentadas, o “afastamento do público” figurava como causa da inexistência de uma cinematografia portuguesa, tanto a nível da qualidade como da quantidade. A solução era exposta da seguinte forma: “formação do gosto do público”.

O público-alvo do novo cinema começou por ser, como foi caracterizado à época, o público “lúcido” e “esclarecido”, um público que se interessa “seriamente pelo cinema” e que “começa a estar mentalizado para uma outra ideia de cinema português.”⁴³ Por outras palavras, o público para o novo cinema seria, *grosso modo*, o público cineclubista, um grupo com conhecimentos específicos na cinefilia e dotado de um espírito crítico pouco comum à generalidade dos frequentadores de cinema em Portugal. Numa segunda fase, o novo cinema esperava promover a formação de público e chegar à generalidade dos consumidores cinéfilos. Ingenuamente, a nova geração acreditou que era possível estabelecer uma relação com o público-comum sem concessões ao gosto mais popular.

Mas, curiosamente, o cinema destes quatro últimos realizadores é aquele que cumpre um dos principais pilares da afirmação do novo cinema: o tratamento da realidade portuguesa. Uma das críticas mais frequentes ao velho cinema era o alheamento dos temas tratados em relação à realidade política e social do País de então. Como resposta a este alheamento, os signatários do *Ofício* reclamavam um cinema de qualidade que garanta “um conhecimento mais exacto e vivo da nossa realidade.” No entanto, este plano de intenções apenas foi concretizado por alguns cineastas, procurando ir ao encontro dos problemas políticos e sociais com que o público mais se identificava.

⁴⁰ MONTEIRO, João César – «7 balas para Selma». In: *O Tempo e o Modo*. 67. I-1969, p. 125.

⁴¹ «António de Macedo Entrevistado». In: *Cinéfilo*. 19, 9-II-1974, p. 25.

⁴² *Estatutos: Centro Português de Cinema*. Lisboa, Centro Português de Cinema, 1971, p. 2.

⁴³ «Debate em torno do Novo Cinema Português». In: *Plano*. 2-3, XII-1965, p. 34.

Conclusões

Se é unânime que a luta por um cinema português de qualidade foi alcançada pela geração do novo cinema português, o mesmo não se pode dizer em relação à conquista do público. De resto, apesar do sucesso pontual de algum filme específico, esta derrota sempre foi assumida como o “calcanhar de Aquiles” do novo cinema: “não tanto pela não entrada de dinheiro (as receitas de bilheteira, num mercado reduzido como o português, nunca mais voltarão a poder cobrir os custos de um filme, com valores crescentes a partir dos anos setenta), mas pelo défice de legitimação, que se irá acentuando.”⁴⁴

O público que faltou ao novo cinema português foi sobretudo o público que continuava a consumir os filmes americanos saídos da máquina industrial de Hollywood. Como acontecia por toda a Europa, o cinema americano era o cinema predominante nas salas de cinema em Portugal, divulgando estrategicamente um cinema estilizado pelos diversos géneros cinematográficos. O público que procurava refugiar-se ou evadir-se dos problemas do quotidiano preferia o entretenimento dos filmes de aventuras, dos musicais, dos filmes de espionagem, das comédias ligeiras com a chancela da indústria americana. Os filmes do novo cinema português apostaram em propostas formais mais arrojadas e subjectivas que pareciam um pouco estranhas aos hábitos do espectador português.

Eduardo Prado Coelho deposita a explicação do divórcio do novo cinema com o público na “aura de incomunicabilidade que se veio a associar a um cinema que, para muitos, passou a ser demasiado literário, cerebral, experimentalista, intelectualizado ou politizado. Daí que os anos mais recentes tenham visto o agitar de um novo mito cinematográfico: o da necessidade de uma reconciliação do público com o cinema português. [...] Retomam-se aqui alguns tópicos da antiquíssima discussão entre o cinema como arte e o cinema como indústria, entre o cinema como escrita e o cinema como espectáculo.”⁴⁵

Finalmente, João César Monteiro, numa das suas declarações polémicas, exprime de forma transparente e definitiva a intransigência na relação que a facção dominante do novo cinema (não) manteve com o público: “Só me interessa fazer filmes onde o grande centro seja o meu umbigo – que não é notável –, sem público, fora do público, contra o público, de preferência em casa e em sítios da casa, como a banheira, a cama e a retrete. [...] O público, para mim, não existe. [...] Quando tiver de fazer um filme para o público, acho que faço um filme pornográfico e espectacular.”⁴⁶

⁴⁴ MONTEIRO, Paulo Filipe – «Uma margem ao centro: a arte e o poder do ‘novo cinema’», p. 335.

⁴⁵ COELHO, Eduardo Prado – *Vinte Anos de Cinema Português 1962-1982*. Lisboa, Instituto de Cultura e Língua Portuguesa, 1983, p. 10.

⁴⁶ LOURO, Maria Regina – «João César Monteiro. Cinema contra o público». In: *Cinema Novo*. 17 – III-VII-1981, p. 19-21.