

AÇÃO E POLÍTICA CULTURAL PARA FORMAÇÃO DE PLATÉIA EM AUDIOVISUAL- A EXPERIÊNCIA DO CINEMA DA FUNDAÇÃO

Augusto Amorim*

Introdução

Este artigo é resultado de pesquisa em desenvolvimento na Diretoria de Pesquisas Sociais da Fundação Joaquim Nabuco e tem como objetivo analisar a trajetória do Cinema da Fundação¹, na cidade do Recife-PE enquanto ação cultural durante o período compreendido entre os anos de 1998 e 2004. O trabalho aborda as seguintes questões: política cultural para o audiovisual, participação do poder público na ação de formação de platéia e relação do produto cultural com o seu espectador.

A fundamentação teórica é embasada nos estudos culturais, especialmente na questão relativa às políticas culturais para países emergentes e na compreensão sobre um receptor/espectador ativo, capaz de produzir sentido a partir da experiência ci-

nematográfica de contato com as cinematografias alternativas.

A pesquisa envolveu, numa primeira etapa, observação participante, levantamento bibliográfico e documental, tomada de depoimentos e entrevistas com os gestores culturais responsáveis pela ação no âmbito da Fundação Joaquim Nabuco, que resultaram na produção deste artigo. A etapa posterior, a ser desenvolvida no segundo semestre de 2005, inclui a pesquisa de recepção do produto cultural, com o espectador do Cinema da Fundação, cujos resultados serão apresentados em um segundo artigo, completando a proposta de avaliação global da ação.²

A Fundação Joaquim Nabuco, que abriga o Cinema da Fundação, é uma instituição pública, fundada em 1949, inicialmente como

Ação e política cultural para formação de platéia em audiovisual: a experiência do Cinema da Fundação

Augusto Amorim

* José Augusto Amorim Guilherme da Silva é doutorando em Sociologia (UFPE), mestre em Comunicação e Cultura (UFRJ), analista em C&T da Fundação Joaquim Nabuco. E-mail: augusto.amorim@uol.com.br.

uma autarquia denominada Instituto Joaquim Nabuco de Pesquisas Sociais, por proposta do escritor e sociólogo Gilberto Freyre, então deputado federal, com o objetivo de investigar as condições de vida do homem brasileiro situado nas regiões Norte e Nordeste.

Em 1980, foi transformada em fundação pública, trazendo para si, a partir de então, outros objetivos (JUCÁ, 1991, p. 184). Além de realizar pesquisas na área de ciências humanas e sociais, passou a atuar também na promoção e difusão cultural do Norte-Nordeste, incentivando expressões artísticas locais e regionais; e na área de documentação, preservando, restaurando e guardando acervos, documentação textual, iconográfica, sonora e audiovisual. É nessa nova formatação que se insere o Cinema da Fundação.

Os filmes lançados pelo Cinema da Fundação são distribuídos por empresas que encontram dificuldades em exhibir comercialmente os seus filmes no Norte-Nordeste do país. São filmes produzidos independentemente do sistema das grandes companhias produtoras internacionais. Essa produção contemporânea inédita, de diversas nacionalidades, encontra-se descartada da agenda de lançamentos dos exibidores na Região, possibilitando que o espectador local conheça a produção cinematográfica não enquadrada no cinema *mainstream*.

De um modo geral, os grupos exibidores estão mais interessados no padrão comercial *hollywoodiano*. Em consequência, filme alternativo, nesse contexto, deve ser compreendido como o filme que foge do padrão tipicamente comercial voltado para o mercado e presente na programação das salas múltiplas de *shopping centers*.

Ação e política cultural

Apesar de muito explorado pela mídia e pelos gestores públicos de um modo geral, quando em campanha eleitoral, o conceito de política cultural é algo pouco compreendido no conjunto das políticas públicas no Brasil. De fato, no que tange ao cinema, e mais pre-

cisamente às questões de exibição do filme brasileiro e do chamado filme alternativo, percebe-se um acanhado rol de iniciativas que permitam ao espectador o acesso ao produto audiovisual de melhor qualidade artística. Teixeira Coelho (2001, p.73) afirma que a complexa "democratização da cultura" não passa apenas por uma atitude isolada ou iniciativa de uma instituição ou de um governo.

Para Néstor García Canclini, política cultural democrática é aquela que leva em conta a diversidade de demandas e necessidades de toda a população e não necessariamente aquela unicamente relacionada ao acesso da maioria ao produto ou bem cultural. Ele explica:

As políticas culturais mais democráticas e mais populares não são necessariamente as que oferecem espetáculos e mensagens que cheguem à maioria, mas as que levam em conta a variedade de necessidades e demandas da população. Nem as elites nem os setores populares, como revela a fragmentação de seus comportamentos, constituem uma massa homogênea. (CANCLINI, 1996, p. 114).

Teixeira Coelho é crítico a respeito das ditas "políticas culturais" tradicionalmente adotadas no Brasil. Em primeiro lugar, porque há um equívoco sobre o que vem a ser política cultural, em segundo lugar porque, em consequência desse equívoco, grande parte das ditas ações culturais está desconectada do conceito maior de política pública.

Para que isto aconteça é imperioso que os fenômenos culturais sejam vistos formando aquilo que são: um todo cujos componentes mantêm relações determinadas entre si, e sujeitos, por princípio mas não inelutavelmente, à lógica geral da sociedade onde se localizam. A democratização cultural só poderá se dar, na medida em que for possível e colocando-se ou não essa expressão entre aspas, quando todas as partes desse todo, e suas relações, forem igualmente tocadas pelas iniciativas pertinentes. (TEIXEIRA COELHO, 2001, p. 74).

Para o autor, o conceito de política cultural está condicionado à articulação de vá-

Ação e política cultural para formação de platéia em audiovisual: a experiência do Cinema da Fundação

Augusto Amorim

rias ações, que acompanham o processo de produção, distribuição e difusão do bem cultural. A dinâmica cultural deverá ser compreendida e inserida no universo de qualquer outro sistema de produção, do qual a produção cultural é somente uma variante. Essa política deve ser orientada para melhorar a qualidade de vida da população através de atividades artístico-culturais, devendo ter um amplo escopo de ação por se tratar de uma ação voltada para todos segmentos da sociedade.

Atuação nesse sentido, forma, consequentemente, um espectador mais crítico e é uma estratégia eficaz de inclusão social e de acesso da população em geral à cidadania. É importante contribuir para o acesso a espetáculos artísticos não comerciais porque o contato com o produto cultural de qualidade amplia a visão que o cidadão tem de si mesmo e do mundo em que vive, visão essa desvinculada das demandas de consumo que os meios de comunicação e a indústria cultural tendem a mostrar cotidianamente.

As políticas culturais devem ser observadas também pelo critério econômico, pois é sabido que a hegemonia do produto cultural norte-americano, ao longo do Século XX, em todos os mercados latino-americanos, trouxe uma realidade adversa para a economia da cultura da parte hispano-portuguesa do continente. "No intercâmbio mundial de bens culturais, a América Latina fica apenas com 5% dos ganhos". (CANCLINI, 2003, p. 28).

Ou seja, pensar na indústria cinematográfica norte-americana como discurso único ou hegemônico em tempos de globalização cultural é renegar à idéia da importância do multiculturalismo e da multilateralidade no cenário internacional contemporâneo. García Canclini (p.30) alerta para a ação das grandes empresas transnacionais de comunicação dos Estados Unidos que trabalham e desenvolvem verdadeiro *lobby*, para que os governos latino-americanos abandonem a idéia de implementar leis de proteção ao seu produto audiovisual, quanto à produção, distribuição e exibição.

Política audiovisual

Quando existiu entre os anos 1970 e 1980, até a sua extinção no governo Fernando Collor, a Embrafilme, empresa estatal encarregada da produção de filmes nacionais, tratou apenas do incentivo financeiro à produção de filmes históricos e adaptados da literatura nacional, sempre na perspectiva da ideologia nacionalista de então. Deixou de lado a distribuição e a exibição. O resultado é que muitos foram os filmes nacionais "esquecidos" na prateleira em virtude da feroz concorrência do produto estrangeiro, especialmente o norte-americano, que tradicionalmente domina o mercado de exibição.

Apesar de não ser função do Estado tratar diretamente de distribuir e exibir filmes, Teixeira Coelho questiona o fato de apenas produzir. No entanto, o próprio autor se apressa em responder a questão, argumentando que – apenas distribuir - era exatamente o objetivo. Diante da existência da Embrafilme, a classe cinematográfica não poderia reclamar de falta de incentivo à produção, mas não era interesse do Estado que a produção brasileira realmente fosse exibida no país, "por razões políticas ou econômicas (submissão a interesses estrangeiros etc.)". Um desperdício de recursos públicos.

É assim que se mantém o discurso fragmentante da ideologia, cujo objetivo específico é produzir a neurose absoluta naqueles aos quais se dirige: produz seus filmes mas não permito a sua exibição, e se permiti-la nada farei quanto a criar as condições para seu real uso através da compreensão de seu significado. Assim, o sistema de produção cultural não se completa nunca. (TEIXEIRA COELHO, 2001, p. 79).

Néstor García Canclini aborda a necessidade de os países latino-americanos adotarem políticas culturais que contemplem não apenas as artes tradicionais e seculares, mas também (e igualmente) as artes relacionadas aos meios de comunicação de massa. Argumenta o antropólogo que são essas as expressões culturais contemporâ-

Ação e política cultural para formação de platéia em audiovisual: a experiência do Cinema da Fundação

Augusto Amorim

neas, relacionadas aos meios de comunicação, que realizam a mediação das novas identidades.

O autor defende a necessidade de, no caso do cinema, não apenas incentivar a produção de filmes, mas também de permitir o acesso da população àquele produto que não seja o filme narrativo comercial hollywoodiano. Em todo o mundo, mas sobretudo na América Latina, García Canclini identifica um processo em curso compreendido como "americanização do espectador". Uma oferta diversificada de espetáculos cinematográficos de variadas nacionalidades é imprescindível para reverter esse processo de "americanização", pois possibilitará ao espectador alternativas à estética *made in Hollywood*. Sobre esse aspecto, o autor destaca:

Quanto à chamada "americanização" de todo o planeta, é inegável que um setor vasto da produção, distribuição e exibição audiovisual seja propriedade de corporações dos Estados Unidos ou se dedica a difundir seus produtos: filmes de Hollywood e programas televisivos estadunidenses são distribuídos por empresas desse país em cadeia de cinemas e circuitos televisivos, em que o capital predominante é norte-americano ou associado a empresas japonesas ou alemãs que favorecem o cinema de língua inglesa. (CANCLINI, 2003, p.30).

Algumas das estratégias de permanência da hegemonia cultural norte-americana na América Latina e no mundo são orquestradas pela indústria *hollywoodiana*. George Yudice destaca que a indústria cultural audiovisual dos Estados Unidos argumenta, nos fóruns internacionais de comércio, sobre a "necessidade" de tratar o bem audiovisual como um produto qualquer, ao que os governos de países europeus como Espanha e França já responderam e reagiram. Esses países, especialmente a França, consideram o cinema como uma "exceção cultural" que deve ser protegida das ingerências do mercado audiovisual, criando leis que protegem a produção, a distribuição e a exibição do produto considerado nacional.

Os franceses já discutiram longamente a respeito, por exemplo, em suas tentativas de isentar a cultura do circuito do GATT³ e das negociações da OMC⁴, que os filmes e a música são cruciais para a identidade cultural e não deveriam ser sujeitos aos mesmos termos do mercado, como, por exemplo, carros e tênis. Os negociadores norte-americanos contra-argumentaram que os filmes e programas de televisão são bens, sujeitos aos mesmos termos. (YUDICE, 2004, p.37).

Segundo dados apresentados pelo secretário executivo do Ministério da Cultura, Juca Ferreira (HOLLANDA, 2004), 93% dos municípios brasileiros não têm sequer um cinema e apenas 8% dos brasileiros costumam ir ao cinema. O Brasil tem apenas 1.800 salas de exibição, o que explica o baixo percentual de brasileiros que vai regularmente ao cinema.

Além da manutenção e aperfeiçoamento dos mecanismos de incentivo à produção audiovisual, existem propostas, na nova legislação que deverá reger o setor, contemplando também o incentivo à participação da iniciativa privada na distribuição e exibição do bem cultural cinematográfico. No que concerne somente à exibição, há expectativa de construção de mais de mil salas em todo o país, principalmente nas grandes regiões metropolitanas e em cidades com população acima de 100 mil habitantes.

Caso a proposta do governo federal seja posta em prática, é possível que o Estado brasileiro finalmente tome para si a responsabilidade de gerir políticas públicas na área do bem cultural cinematográfico. Exercerá, assim, o papel de gestor cultural dentro de um paradigma contemporâneo, tal qual o pensamento de Yudice e Canclini, entre outros, não intervindo diretamente, mas incentivando e regulando os três vértices básicos do setor: produção, distribuição e exibição. Está descartado o temor de um "dirigismo cultural" na área cinematográfica, tal como aconteceu durante o regime militar, quando da existência da Embrafilme, posto que os setores envolvidos já estão exercendo o di-

Ação e política cultural para formação de platéia em audiovisual: a experiência do Cinema da Fundação

Augusto Amorim

reito de contestar eventuais tentativas nesse sentido. O secretário executivo do Ministério da Cultura, Juca Ferreira, em entrevista a Eduardo Holanda, para a revista *IstoÉ*, explicita a urgência em construir uma política cultural para o setor audiovisual.

Temos que ampliar o número de salas de exibição, aumentando o faturamento mesmo com ingressos mais baratos... (...) ...Foram produzidos, em 2001 e 2002, mais de 80 filmes no Brasil. Pouco mais de 30 foram exibidos. Primeiro, por causa da concorrência desleal do cinema americano. Segundo, pela distribuição monopolizada, pelo fato de as cadeias serem, na grande maioria, de grupos multinacionais. Terceiro, pelo pequeno número de cinemas. Não adianta investir na produção se não houver possibilidade de veiculação, de exibição. (HOLLANDA, 2004, p.10).

Globalização da exibição no Brasil

Os anos 1990 estão marcados como a década da extinção do cinema brasileiro, uma vez que a produção de filmes, especialmente de longa-metragem, reduziu-se a quase zero. No que concerne ao mercado exibidor, um novo panorama foi estabelecido, sepultando quase que definitivamente a era nostálgica e glamurosa das grandes salas de cinemas do centro da cidade, repetindo o que havia acontecido nos anos 1970 com os cinemas de bairro. Uma mudança radical e profunda efetivou-se no rastro da globalização, com a chegada das empresas transnacionais de exibição.

Essas empresas – como a norte-americana Cinemark cujo número de telas nos Estados Unidos é maior do que o número de telas existentes no Brasil, sendo apenas a quinta maior empresa daquele país – introduziram o conceito de salas multiplex, que são na realidade verdadeiros complexos cinematográficos de exibição, concentrando um número variável entre seis e 15 salas em um único local. As salas multiplex são regidas por modernas técnicas de administração, cuja concentração permite o barateamento da rela-

ção custo/sala, através da racionalização do emprego de mão-de-obra e de equipamentos de operacionalização da atividade. (ENCICLOPÉDIA DO CINEMA BRASILEIRO, 2000, p. 224).

No mundo globalizado, o conceito de sala de cinema, como espaço de entretenimento social, altera-se uma vez que essas grandes estruturas de salas de exibição, existentes fundamentalmente em grandes centros comerciais, passam a oferecer vantagens ao espectador, melhorando consideravelmente o nível técnico da exibição – projeção da imagem e som –, além de explorar, a altos preços, a venda de comidas e bebidas. Essas grandes empresas transnacionais enxergam o potencial do mercado de exibição no Brasil – há estimativas de déficit em torno de 1.500 salas – e planejam investimentos na construção de mais cinemas nas grandes cidades do país.

Quando surgiu, em maio de 1998, o Cinema da Fundação passou a integrar, no Recife, um restrito ambiente de exibição de filmes pouco comerciais ou alternativos⁵. O mercado cinematográfico local estava dominado basicamente por uma cadeia de exibição interessada em filmes de grande apelo comercial. Como linha de fuga havia apenas uma chamada “sessão de arte”⁶ mantida por um grande grupo exibidor entre 1995 e 1998, com três sessões semanais de um mesmo filme que, normalmente europeu, não encontrava espaço nas sessões diárias dos cinemas da empresa: última sessão às sextas-feiras e segundas-feiras, e aos sábados pela manhã⁷.

Antecedentes do Cinema da Fundação

Durante os últimos anos da década de 1980, em Pernambuco, assim como em outras partes do país, havia uma tendência crescente de fechamento de várias salas comerciais de exibição cinematográfica, fenômeno esse notado em grandes e pequenas cidades. Em consequência, o espectador cinematográfico também ficou privado das chamadas sessões de arte que esses cine-

Ação e política cultural para formação de platéia em audiovisual: a experiência do Cinema da Fundação

Augusto Amorim

Ação e política cultural para formação de platéia em audiovisual: a experiência do Cinema da Fundação

Augusto Amorim

mas apresentavam em horários e dias específicos, com o objetivo de exibir filmes que, por um ou outro motivo, fugiam do padrão comercial do cinema narrativo predominante nas sessões diárias tradicionais. Falta de espaço era igualmente um problema para o cenário teatral nos anos 1980, uma época na qual havia um *boom* de produção teatral em Pernambuco e pouco espaço de visibilidade para esses trabalhos.

Nesses anos, o então chamado Instituto de Assuntos Culturais da Fundação Joaquim Nabuco era o responsável pelas atividades de difusão e promoção cultural dentro da estrutura da instituição. O prédio do instituto, recém-ocupado pela Fundaj, dispunha de um auditório que, para as suas necessidades, foi transformado em um cineteatro. Com o tempo, a escassez de recursos e devendo atender à dupla demanda (teatro e cinema), a Fundação Joaquim Nabuco priorizou inicialmente o espaço para o teatro, uma vez que o equipamento de projeção de filmes encontrava-se defasado. A escolha ocorreu também pelo fato de haver um segmento teatral mais organizado e reivindicante.

No entanto, havia dias da semana destinados à exibição de filmes em mostras específicas: clássicos, temáticas, gênero, diretor e, eventualmente, ator, além de esporádicas mostras com filmes europeus inéditos, com apoio dos serviços culturais de embaixadas e consulados. Esse período permaneceu alguns anos de forma não sistematizada até que a falta de recursos financeiros, a precária aparelhagem técnica (corriqueiramente, panes aconteciam em plena sessão) e a extinção dos serviços culturais das representações diplomáticas no Recife determinassem o fim da parte cinema do cineteatro.

Curiosamente, essa primeira fase do cinema foi finalizada com um grande sucesso: a exibição da trilogia do cineasta franco-polonês Krzysztof Kieslowski (*A liberdade é azul*, *A igualdade é branca*, e *A fraternidade é vermelha*) lotou o cineteatro. Isso e o fato de se tratar de uma mostra sem a participação de

um consulado geraram a semente do que viria a ser anos mais tarde o Cinema da Fundação. Naquele momento, os gestores perceberam que havia no Recife potencial para o surgimento de sala destinada exclusivamente à exibição de filmes alternativos. Segundo Silvana Meireles (2005), existia um público de faixa etária de 30 a 40 anos, que havia sido formado como espectador de cinema numa época de intensa atividade de cineclubes e sessões de arte na cidade, uma platéia com gosto mais refinado.

No final da década de 1990, recursos pleiteados pela Fundação Joaquim Nabuco ao Ministério da Cultura para reformar o cineteatro finalmente apareceram, mas apenas o correspondente a 20% do valor total inicialmente previsto no projeto de melhoria do espaço. Era final de ano e como se tratava de recursos públicos, a legislação prevê que a verba liberada deva ser utilizada antes do término do ano, sob pena de a instituição beneficiada ter que devolver os recursos aos cofres públicos. Além do valor reduzido, outro problema se configurava: não havia tempo hábil para cumprir os trâmites das licitações e concorrências públicas. Um misto de sorte e acaso trouxe a solução. Naquela época, no Brasil, havia apenas uma empresa que revendia equipamentos para projeção de cinema. Esse fato desobrigava o processo de licitação e tomada de preços.

A Fundação Joaquim Nabuco adquiriu o moderno aparelho *dolby stereo*, comprado três meses antes do aparecimento do sistema de salas múltiplas no maior *shopping center* da cidade. Esse primeiro passo permitiu que, finalmente, o Instituto de Cultura da Fundação seguisse adiante no projeto de implementar uma sala alternativa. Havia público potencial e equipamento, faltava apenas a programação de filmes orientada para atender à demanda do público mais exigente.

Surge o Cinema da Fundação

Em 1998, quando do lançamento do Cinema da Fundação, o Brasil se encontrava

sob o governo do presidente Fernando Henrique Cardoso, no final do primeiro mandato. A política cultural pensada pelo governo brasileiro para o audiovisual restringia-se, basicamente, ao fomento à produção por meio das leis de incentivo à cultura e ao audiovisual. Quase não havia políticas que se referisse à distribuição e exibição de filmes e muito menos apoio às salas de cinema que pretendessem exibir o filme alternativo.⁸

Considerando que a política cultural da gestão FHC era consideravelmente melhor do que a (não) política cultural da era Collor, que desestruturou e extinguiu instituições públicas de fomento cultural, a iniciativa da Fundação Joaquim Nabuco de criar uma sala de exibição vinha na contra corrente em um tempo de quase ausência do Estado no campo cultural. Tratava-se de uma ação que, de alguma forma, interferia no mercado de exibição que, em tese, era livre.

Sendo assim, a formulação do Cinema da Fundação bem como o seu uso e destinação partiram de uma deliberação interna da Fundação Joaquim Nabuco e não do Ministério da Educação, ao qual a instituição é vinculada, ou do Ministério da Cultura, em virtude das questões de afinidade de atuação no braço cultural da Fundaj.

Naquele momento, por conta de uma reformulação interna da estrutura da Fundação Joaquim Nabuco surgia um Instituto de Cultura – atualmente, chama-se Diretoria de Cultura – redesenhado institucionalmente. Uma nova ação cultural também emergia desse redesenho. A ênfase foi dirigida às artes plásticas contemporâneas e ao Cinema da Fundação.

Em junho de 1998, o Cineteatro José Carlos Cavalcanti Borges foi transformado em espaço de exibição de filmes alijados do circuito comercial, com foco nos lançamentos mais recentes da cinematografia mundial.⁹

Nosso diagnóstico, não científico, era de que havia uma platéia e essa platéia existia porque houve, no passado, um movimento na cidade que formou essa geração. Então, alguém ou alguma instituição deveria cuidar das próximas ge-

rações. Esse seria o papel do setor público e que nós só poderíamos formar gerações ou pensar num cinema consolidado se tivéssemos uma boa programação. (MEIRELES, 2005).

Novos horizontes para o espectador

Silvana Meireles encontrou no crítico de cinema do *Jornal do Commercio* do Recife, Kleber Mendonça, o profissional capacitado para pensar numa programação compatível com a proposta de oferta de cinema de qualidade. Kleber, posteriormente auxiliado por Luiz Joaquim, deu um recorte contemporâneo conforme a proposta geral formulada para o então Instituto de Cultura. Segundo Meireles, em um primeiro momento, o foco da programação do cinema atraía o espectador jovem, dos 18 aos 25 anos, em média.

Não vejo nada de errado no produto comercial hollywoodiano exceto quando ele é a única opção...(...)... Acontece é que o público está condicionado a ver um tipo de coisa e isso tem conseqüências adversas. Significa que você passa a ter apenas uma visão do mundo. O cinema é uma janela para o mundo, para outras culturas; isso não é novidade, mas se só se mostra sempre a mesma coisa, isso termina trazendo resultados negativos. Então, o Cinema da Fundação abre essas janelas para outros tipos de cinema e essas janelas funcionam como um aspecto formador, a partir do momento que se observa ponto de vistas diversos. (MENDONÇA, 2005).

Para cumprir os objetivos e as metas pensadas para o Cinema da Fundação, seria preciso negociar com as pequenas distribuidoras do Brasil interessadas em encontrar espaço, no Norte-Nordeste, para os filmes considerados mais artísticos, mais "cerebrais". No início do cinema, havia cerca de 15 empresas distribuidoras com carteira de filmes que interessavam aos gestores da Fundação. Com isso, abriu-se um leque de opções. Três títulos de cada um dos distribuidores resultavam numa relação de 45 filmes novos no mercado (JOAQUIM, 2005). Com praticamente nenhum recurso destinado à aquisição de

Ação e política cultural para formação de platéia em audiovisual: a experiência do Cinema da Fundação

Augusto Amorim

filmes, os gestores culturais da Fundaj fizeram uma proposta considerada arriscada.

Usamos o argumento de que havia uma platéia em potencial. Era uma questão de tempo, de apostar na nossa programação e correr o risco conosco. Nós entregaríamos boa parte da bilheteria no começo para eles e, à medida que fôssemos tendo platéia, este percentual iria ficar menor. Era o seguinte: no começo, 70% e 30%; depois 60% e 40%. Em eventos consagrados como a Retrospectiva/Expectativa, que exhibe filmes inéditos recentemente legendados, o Cinema não ficava com nada. A bilheteria era do distribuidor. Embora nossa intenção não fosse o lucro, precisávamos ter algum retorno financeiro. Nas negociações com o distribuidor, o cinema paga o frete e o aluguel da fita. Nós nunca pagamos o aluguel, mas o frete teria que ser pago, pois era impossível deixar esse ônus com os distribuidores. (MEIRELES, 2005).

Os anos de 1998 a 2001 formam o período em que o espaço começou a firmar o seu nome, consolidando, inclusive, a marca Cinema da Fundação, um nome de melhor assimilação por parte do público frequentador do que o oficial José Carlos Cavalcanti Borges. Nos três primeiros anos havia pouco público, uma média era de 150 pessoas por semana. Em 2001, depois de um processo de divulgação que incluiu ações de *marketing* e publicidade, houve um aumento de espectadores no Cinema da Fundação.

Em 2001, o Cinema da Fundação já era o espaço de exibição que mais proporcionava lucro a muitos desses distribuidores. Em 2002, quando da realização da Retrospectiva/Expectativa, o sistema de partilha já havia mudado com as distribuidoras não mais ficando com 100% da bilheteria da mostra. Era um claro sinal de que o negócio inicialmente arriscado havia se desenvolvido, transformando-se numa aposta certa e rentável para as partes envolvidas. (MEIRELES, 2005).

No Plano Anual de Trabalho da Fundaj (2003), está clara essa escolha. Sobre as atividades de exibição de filmes e vídeos, Silvana Meireles, afirma que "ao lado dos

segmentos e atividades prioritárias, interessa manter os programas que consolidaram o Instituto de Cultura, a exemplo do Cinema da Fundação – com a exibição diária de filmes...". O objetivo estava expresso na proposta de trabalho do Instituto de Cultura:

Exibir e lançar filmes produzidos nacional e internacionalmente, com atenção especial a produções do mercado alternativo de filmes [...] Contribuir para a reflexão crítica de estudantes e formadores de opinião, além de atender à demanda da comunidade em geral. Os resultados de público e abertura do mercado exibidor demonstram os acertos da programação. (PAT-Fundaj, 2003, p. 32).

Com relação à Retrospectiva/Expectativa 2003/2004, o objetivo era:

*Realizar uma revisão de títulos cinematográficos mais importantes lançados em 2003; promover a *première*, no Norte-Nordeste, de significativos títulos a serem lançados em 200[...].) Responder à demanda comunitária pela reprise de filmes que fizeram maior sucesso de bilheteria ao longo do ano e demonstrar a atualidade da sala de cinema da Fundaj, trazendo filmes não exibidos no circuito comercial, nem nas regiões Norte e Nordeste.* (PAT Fundaj, 2003, p.33).

Os números recentes confirmam o empenhamento bem-sucedido: um espaço com 322 lugares, com 13 sessões semanais, que lança dois a três títulos semanalmente. Até o final de 2004, a média de público semanal oscilou entre 900 e 1.100, com picos de até 1.700, fazendo com que o Cinema da Fundação seja procurado pelas distribuidoras, que fazem questão de ter seus filmes lançados pela sala. Diz Kleber Mendonça: "O primeiro ano foi dramático. Se fosse uma empresa privada, o cinema fechava. Foi um trabalho de construção aos poucos, havia sessões com duas pessoas. Aos poucos, o público chegou e entendeu a idéia". Entre junho de 1998 e o final de 2002, o público do Cinema da Fundação octuplicou, passando de 7.955 no ano de 1998 para 55.242 em 2002.¹⁰

Ação e política cultural para formação de platéia em audiovisual: a experiência do Cinema da Fundação

Augusto Amorim

Atualmente, há casos de filmes que foram lançados no Recife pelo Cinema da Fundação e depois relançados em cinemas tradicionais, como *Buena Vista Social Clube*. Há casos também de exibidores que, ao saber que determinado filme será exibido no Cinema da Fundação, passam à frente e o adquirem com o objetivo de exibi-lo antes. Segundo seus gestores, o público do Cinema da Fundação é, de um modo geral, um público diferenciado, que inclui cinéfilos e iniciados, pessoas com acesso à informação sobre o filme através de revistas especializadas.

Para Kleber Mendonça, uma sala como o Cinema da Fundação existe para mostrar ao espectador que há um outro tipo de cinema que foge ao padrão de filme meramente entretenimento comercial. E isso, entende o programador, é uma "questão política", configurando-se como o traço mais evidente do perfil da sala. Conseqüentemente, o trabalho de programação carrega em si essa característica "política".

Longe de dar a parecer uma postura antinorte-americana ou anti-*Hollywood*, os gestores do cinema ocupam-se em trazer para a exibição no Recife produções fora do grande circuito comercial. Isso não quer dizer, no entender de Mendonça: "trazer filmes obscuros que não são vistos por ninguém". Pelo contrário, há um grande número de produções fora do circuito comercial que chegaram às telas das principais praças do mundo e que são trazidas para o Recife graças ao Cinema da Fundação. Muitas vezes, esses filmes não se encontram acessíveis até mesmo na maior parte das grandes cidades brasileiras ou, pelo menos, vêm primeiro ao Recife.

Também não é uma preocupação direta dos gestores a nacionalidade do filme. Apenas há uma orientação para que sejam privilegiados os títulos relevantes das cinematografias nacionais cujos filmes não são contemplados pela exibição no grande circuito. Nessa perspectiva inclui-se o filme brasileiro.

Quando iniciei aqui como programador do Cinema da Fundação, o cinema brasileiro estava também recomeçando. Havia parado com o Collor e aquela safra 97, 98, 99 era bem ruim. Muita coisa não passou aqui porque eu não achava que iria construir um público para o cinema brasileiro mostrando filmes ruins. Aos poucos chegaram alguns bons títulos. Então, nós não exibimos filmes brasileiros somente porque eram brasileiros mas porque eram bons...(...)... Acredito que quando exibimos bons filmes brasileiros, o público vem. Melhor do que mostrar filmes que, na verdade, vão ter um efeito negativo para o cinema nacional. O público funciona muito assim. Ele reage. (MENDONÇA, 2005).

Filmes importantes

No período de seis anos (1998-2004), torna-se complexa a tarefa de analisar o crescente grau de envolvimento do espectador pernambucano com alguns dos filmes apresentados na programação do Cinema da Fundação. Um envolvimento observado, em muitas ocasiões, como sedução/repulsão pelo filme em cartaz, configurando uma relação de amor e ódio. Há casos de filmes exibidos no Cinema que se transformaram em verdadeiros eventos ou foram elevados à categoria de *cult* (*Felicidade*, de Todd Solondz; *Lúcia e o sexo*, de Julio Medem; *Funny games*, de Michael Haneke; *Amor à flor da pele*, de Wong Kar Wai, entre tantos outros).

O cinema da atualidade, industrializado, corta o diálogo com a imaginação, é um cinema editorial, não suscita a dúvida, não permite que o público imagine. O filme não tem regra de sedução fácil, procura o diálogo com o público em um nível espiritual. (JORNAL DA FUNDAÇÃO, 2001, p. 4).

A fala é de Luiz Fernando Carvalho, dita por ocasião do lançamento de seu filme *Lavoura Arcaica* no Cinema da Fundação. Na apresentação do filme¹¹, um dos mais belos e radicais exercícios de narrativa e linguagem cinematográfica já realizados no Brasil, o diretor destacou, a respeito da adaptação do livro de Raduan Nassar, que procurou fazer

Ação e política cultural para formação de platéia em audiovisual: a experiência do Cinema da Fundação

Augusto Amorim

uma adaptação não-ortodoxa e “não-americanizada” do autor, “transpondo, com fidelidade possível, a linguagem de um para outro veículo”.

Lavoura Arcaica não tinha espaço de exibição garantido no Recife, uma vez que poucas cópias circulavam pelo Brasil naquele 2001 (ano de lançamento do filme); cópias essas que permaneceram em cartaz por longo tempo nas cidades em que estava sendo exibidas, tal a receptividade do público ao trabalho de Carvalho. O Cinema da Fundação reservou ao filme uma pré-estréia no Norte-Nordeste, antes da temporada na qual permaneceu em cartaz, tornando-o a produção brasileira mais vista (3.769 espectadores em quatro semanas) na sala e o segundo título mais visto entre os nacionais e estrangeiros de 2002, perdendo apenas para o sucesso mexicano...*E sua mãe também*. Um número considerável se for levado em conta o perfil absolutamente não comercial da produção e a tensa relação que o público recifense, em sua maioria, ainda mantinha, naquele ano, com o cinema brasileiro. No Recife, *Lavoura Arcaica* somente foi mostrado no Cinema da Fundação.

Dançando no Escuro, de Lars Von Trier, foi, por conta de sua premiação com a Palma de Ouro em Cannes, exibido comercialmente em um cinema de *shopping center*, mas seu pré-lançamento aconteceu no Cinema da Fundação porque tem perfil adequado à essa sala. Como era de se esperar permaneceu pouco tempo em cartaz no multiplex. E não é difícil imaginar o motivo: a receita pouco comercial da linguagem digital de Von Trier, aliada à estrutura do gênero musical com enredo melodramático, mas que não oferece recompensa nem redenção à personagem principal, funciona como uma bomba-relógio para o grande exibidor que espera retorno imediato da bilheteria.

Kleber Mendonça considera que os exibidores costumam retirar rapidamente de cartaz este tipo de filme porque o público do cinema tradicional não está “formado” para filmes como *Dançando no Escuro*:

É tudo uma questão de formação de platéia. Eles mesmos (os exibidores, grifo meu) não formaram um público que entenda um filme mais incomum como esse. Então não exibem porque não formaram o público e porque não formaram o público, não exibem. No Rio e São Paulo, Dançando no Escuro entrou em circuito alternativo e nos multiplexes. Já Dogville é um filme que faz as pessoas reagirem, o espectador sai perturbado. Eu acredito que o Cinema da Fundação enveredou por esse tipo de filme, que dá um tapa, que mexe com você de alguma maneira. (MENDONÇA, 2005).

O lançamento de *Buena Vista Social Club*, de Win Wenders, no Cinema da Fundação aconteceu, guardadas as proporções, como um fenômeno, um sucesso previsto pelos gestores do cinema (MEIRELES, 2005), pois o filme sobre os veteranos músicos cubanos havia sido rejeitado pelo grande circuito exibidor do Recife. No Cinema da Fundação, esteve em cartaz por um período de seis semanas, com casa lotada diariamente e exibições posteriores.

Buena Vista teve o mérito ainda de articular no espaço do cinema dois perfis diferenciados de espectador do Cinema da Fundação: os jovens frequentadores da primeira fase do cinema e um público mais velho, formado pelos cineclubes e sessões de arte dos cinemas do centro da cidade nos anos 1970 e 1980. Segundo Meireles (2005), o filme foi um divisor de águas porque, a partir dele, estabeleceu-se uma certa regra: a cada semana alternava-se a estréia de um filme voltado para uma e outra platéia. No entanto, conforme o exemplo do filme de Wenders, nada impedia que determinados filmes agradassem as duas platéias. Depois do sucesso no espaço alternativo, os cinemas tradicionais exibiram *Buena Vista Social Club*.

Conclusão

Nesse sentido, a atuação da Fundaj se constitui mais em uma ação do que propriamente em uma política, uma vez que ainda

Ação e política cultural para formação de platéia em audiovisual: a experiência do Cinema da Fundação

Augusto Amorim

não estão claras no horizonte brasileiro, de fato, qual será a política cultural para o setor, seja em termos de produção, distribuição e exibição do bem audiovisual. Há intensa discussão nos meios culturais do país com relação à proposta de política que consiga alavancar a indústria cinematográfica no Brasil. Algumas propostas, como a criação da Ancinav (Agência de Cinema e Audiovisual), no que diz respeito à produção e distribuição, estão encaminhadas e somente serão aprovadas depois das devidas negociações com os setores envolvidos. No que tange à exibição, há em perspectiva linhas de financiamento via BNDES para a construção de novos espaços.

A Fundação é uma instituição pública que goza de relativa independência quanto às suas ações no setor cultural, o que permite afirmar que, embora interessada em se alinhar com os programas e projetos do governo federal, não há propriamente uma obrigatoriedade jurídico-institucional. Em todo o caso, quando o governo federal ainda nem se interessava pelas questões pertinentes à exibição em cinema (ainda na administração Fernando Henrique Cardoso, em 1998), o espaço, com um certo pioneirismo, trazia para si o trabalho de ser uma alternativa à hegemonia do filme norte-americano no mercado exibidor.

Depois de sete anos de contínua atuação, o Cinema da Fundação está cumprindo os objetivos a que se propôs. Há um público em formação, cujo perfil ainda não está devidamente conhecido, quantificado e qualificado, uma vez que há necessidade de realizar pesquisa de recepção que responda a essa questão. Os números de ocupação da sala confirmam a avaliação inicial, assim como o reconhecimento da sociedade¹², a procura dos distribuidores independentes pelo espaço para lançamento de seus títulos e a realização das mostras retrospectiva/expectativa, um esperado evento de final de ano na cidade.

Sob o critério da eficiência – sua interação com políticas governamentais relacio-

nadas à área da cultura – o Cinema da Fundação antecipou ações que privilegiam a abertura de espaços alternativos à maciça hegemonia do produto comercial norte-americano nas salas de cinema do Brasil.

Em nível nacional, o Cinema da Fundação alinha-se a outras iniciativas, a exemplo das realizadas pelas instituições financeiras públicas e privadas do Brasil que incentivam a construção de espaços de difusão cultural com a manutenção de programações mais artísticas e menos comerciais. Essas iniciativas existem graças às leis de incentivo à cultura e ao audiovisual. Embora esteja prevista inauguração de espaços mantidos pela iniciativa privada para a exibição de filmes alternativos, essa não é ainda uma realidade do Estado.

Nesta primeira etapa da pesquisa sobre o Cinema da Fundação é cedo para julgar os critérios de eficácia e efetividade social, posto que, para serem devidamente comprovados, há que se ter em disponibilidade resultados completos, que somente serão aferidos em sua totalidade quando completada, numa segunda etapa, a pesquisa de recepção com o espectador do cinema.

O caráter alternativo da sala destoa do padrão comercial vigente, contribuindo para o acesso diversificado ao bem cultural, que deve ser um item constante das políticas culturais. Raro também é o fato de a referida sala, com essas características, ser um espaço de exibição alternativa pertencente a uma instituição pública, colocando a Fundação Joaquim Nabuco na vanguarda do papel de difusor cultural no setor de audiovisual. Há no Brasil poucas salas de cinema com a mesma configuração do Cinema da Fundação vinculadas a organismos públicos. Essas se limitam a reprisar filmes antigos e/ou promover mostras retrospectivas, certamente de grande valor para a formação de platéia crítica, mas incompleta porque colocam de lado a produção contemporânea inédita.

O Cinema da Fundação cumpre o papel de formador de platéia desvinculado das demandas comerciais de mercado, que sis-

Ação e política cultural para formação de platéia em audiovisual: a experiência do Cinema da Fundação

Augusto Amorim

tematicamente impõem um padrão estético-narrativo ao espectador. Formar platéia não é apenas a ação de exibir determinado filme uma ou duas vezes numa “sessão de arte”, mas sobretudo permitir que esse filme “encontre” o seu espectador, que o espectador tenha tempo de descobrir o filme.

Quanto à produção brasileira, os gestores compartilham de uma visão contemporânea de apoio ao filme nacional, mas sem reserva de mercado. O apoio existe em função daquela produção considerada de qualidade e, sobretudo, a que encontra mais dificuldade para chegar ao mercado. Se a maioria dos filmes exibidos no Cinema da Fundação é estrangeira – a saber, europeus, asiáticos e até mesmo norte-americanos independentes – isso pode ser interpretado como um aspecto positivo, á medida que oferece a opção diversificada. Os filmes brasileiros com perfil mais alinhado à narratividade clássica e reconhecido potencial comercial, uma tendência crescente no cinema nacional, já começam a encontrar algum espaço nos complexos de exibição tradicional.

O Cinema da Fundação está distante de, desempenhar pretensiosamente, o papel de

“regulador” do gosto estético ou do que o cidadão deve consumir em termos de produção cinematográfica. No entanto, diante de um mercado cinematográfico predominantemente ocupado por uma produção fortemente comercial, que chega às salas de cinema com maciça campanha de marketing e publicidade, é uma saudável alternativa de diversidade cultural.

A experiência de assistir ao filme está progressivamente multiplicada pelo crescente número de mídias e veículos que o exibem, graças ao avanço incessante da tecnologia. Sabe-se que, atualmente, 70% da renda de um filme, em média, são oriundos da comercialização das cópias em DVD e vídeo, ou através da venda para exibição em TVs abertas, fechadas e internet. Brevemente, os filmes serão também veiculados por novos suportes, ou seja, fora das salas de projeção tradicionais. No entanto, a exibição pública continua a qualificar e legitimar artística (e não apenas comercialmente) a obra cinematográfica, além de tornar singular a experiência social de assistir ao filme na “sala-escura”.

Ação e política cultural para formação de platéia em audiovisual: a experiência do Cinema da Fundação

Augusto Amorim

Notas

¹ Cinema da Fundação é o nome pelo qual ficou conhecida a sala de cinema da Fundação Joaquim Nabuco e, também, o nome comercialmente adotado pela instituição para a apresentação desse serviço de exibição de filmes. O nome oficial do espaço é Cineteatro José Carlos Cavalcanti Borges (Goiana, PE, 15.03.1910 – Recife, PE, 11.01.1983), em homenagem ao médico, psicólogo social, escritor, dramaturgo e ator pernambucano.

² Segundo Teixeira Coelho (2004, p. 64-65): "A possibilidade, pertinência, necessidade e especificidade de avaliação das políticas culturais são questões que vêm se apresentando com insistência cada vez maior desde meados dos anos 80. Tornando-se historicamente possível a partir da iniciativa de realização de pesquisas quantitativas e qualitativas sobre os vários aspectos do sistema de produção cultural (dados econômicos relativos à produção de bens culturais, aos gastos culturais de órgãos públicos e às modalidades de consumo cultural, de modo particular), que geraram embriões de bancos de dados, a avaliação não apenas das políticas culturais como de todas as políticas públicas tem sido exigência de corrente de uma consciência mais aguda de cidadania tanto quanto de uma descrença nos processos tradicionais de representação política e de uma valorização (acaso prematura) dos métodos de gestão adotados de longa data pela iniciativa privada nos regimes capitalistas. No caso das políticas culturais, quando a possibilidade de realizar avaliações foi inicialmente avançada como justificada e produtiva, o primeiro argumento encontrado para negá-las foi o da especificidade destas políticas... É um argumento com algum peso. De fato, o resultado de uma política cultural pouco em comum tem com o resultado de uma iniciativa no domínio da educação, da construção de conjuntos habitacionais ou do desenvolvimento de produtos de alta tecnologia. Não resta dúvida, porém, que a rejeição da avaliação em políticas culturais origina-se em ampla medida no desejo de evitar intromissões de variada origem que poderiam desviar as iniciativas primeiramente tomadas ou, mesmo, eliminá-las por inteiro. De todo modo, a primeira grande dificuldade na avaliação de políticas culturais diz respeito à incerteza relativa de seus objetivos e à multiplicidade de feitos buscados ou por ela alcançados. Esses objetivos são, não raro, e simultaneamente, de natureza política e econômica tanto quanto propriamente cultural... Se uma determinada política cultural tem fundamentalmente, ou se tem também, o objetivo de enquadramento ideológico de uma comunidade ou de toda a sociedade, a forma a ser assumida pela avaliação será de construção previsivelmente trabalhosa, embora mesmo assim viável. E se o objetivo não for esse, e, sim, tiver uma visada mais propriamente cultural – ampliar as ocasiões para a produção ou o consumo cultural, elevar o nível cultural geral de uma comunidade etc. -, os obstáculos para o processo avaliativo não são menores, dado que os primeiros resultados eventuais se dissolvem no contexto cultural geral para apenas num momento posterior, indeterminado e incerto, assumir alguma materialidade. Políticas culturais são implementadas, frequentemente, com o objetivo de intervir no núcleo organizacional (indiretamente) e nos procedimentos de operação simbólica e de construção do imaginário (diretamente) de uma sociedade, procurando criar as condições para a construção ou aprimoramento de uma

mentalidade geral exigida para o enfrentamento de problemas cujas respostas devem ser encontradas por essa sociedade. Avaliar essas políticas, nessas circunstâncias é tarefa árdua. São outros complicadores do processo avaliativo questões como a da legitimidade de princípio dessas políticas ou a das orientações de valor por elas adotadas ou acionadas. Mesmo assim, é possível, pertinente e necessário, na contemporaneidade, encontrar métodos de avaliação das políticas culturais".

³ GATT (Acordo Geral Sobre Tarifas e Comércio).

⁴ OMC (Organização Mundial do Comércio).

⁵ O Cinema da Fundação passava então a ser o único espaço de exibição de filmes alternativos no Recife, uma cidade com região metropolitana de mais de dois milhões de habitantes, rica tradição cultural e um público historicamente interessado em cinema.

⁶ A tradição de sessão de arte no Recife: ao longo das décadas de 1970 e 1980, houve o Art Palácio e o Cinema da Associação de Imprensa de Pernambuco, conhecido como AIP, com sessões em horários e dias não muito atraentes. Até mesmo um cinema especializado em filmes pornográficos, o Cinema Especial, aventurou-se em uma sessão de arte aos sábados. O Veneza foi o último cinema comercial a optar por uma sessão de arte, realizada às segundas-feiras. Atualmente, essas sessões acontecem nos complexos de salas dos grandes centros comerciais da cidade.

⁷ O mesmo grupo era então o proprietário de praticamente todas as salas locais. Um mau momento para o espectador recifense. Havia poucos cinemas no centro da cidade - os tradicionais Veneza e Moderno (atualmente desativados), o São Luiz, três salas no bairro de Boa Viagem e dois no bairro de Piedade - de classe média - no município vizinho de Jaboatão dos Guararapes, pertencente à Região Metropolitana do Recife.

⁸ Neste aspecto, devem ser consideradas as iniciativas de instituições financeiras públicas e privadas, que direta ou indiretamente receberam apoio do governo federal para os projetos de construção de espaços de exibição de filmes alternativos. Porém, esta é uma realidade do Centro-Sul do país. O Recife ainda não dispõe desses espaços, embora haja projetos em andamento.

⁹ Além do foco da programação em filmes alternativos, o valor do ingresso no Cinema da Fundação, desde o seu início, costuma ser menos do que a metade de um ingresso nos cinemas tradicionais.

¹⁰ Ano a ano, a evolução foi a seguinte: em 1998 (junho-dezembro), 7.955; em 1999, 15.377; em 2000, 23.744; em 2001, 48.043; e em 2002, 55.242. Fonte: Coordenadoria de Cinema da Diretoria de Cultura da Fundação Joaquim Nabuco.

¹¹ Na pré-estréia, o diretor e o ator Selton Mello estiveram no palco do cinema para, após a exibição do filme, debater com o público que lotou a sala na ocasião.

¹² A Fundação Joaquim Nabuco e a Companhia Hidrelétrica do São Francisco (Chesf), em parceria, reformaram as

Ação e política cultural para formação de platéia em audiovisual: a experiência do Cinema da Fundação

Augusto Amorim

instalações físicas e técnicas da sala, cujas obras foram finalizadas, com a reabertura do espaço em setembro de 2005. Segundo o site www.fundaj.gov.br: orçado em R\$ 150 mil, o novo maquinário permite a ampliação do leque de opções cinematográficas. Além do formato 35mm, o Cinema da Fundação tem capacidade para projetar curtas e longas-metragens que utilizem os formatos Mini-DV, Digital8,

Betacam e DVCam. A reforma tornou o espaço mais confortável: elevador instalado na entrada da sala de exibição permitindo o acesso de portadores de deficiência física, espaço para um café, e as cadeiras da plateia foram trocadas por confortáveis poltronas. A exibição de sessões especiais para os estudantes de escolas públicas acontece como contrapartida social no projeto de reforma.

Ação e política cultural para formação de platêia em audiovisual: a experiência do Cinema da Fundação

Augusto Amorim

Referências Bibliográficas

- BELLONI, Isaura et al. *Metodologia de avaliação em políticas públicas*. São Paulo: Cortez, 2001.
- CANCLINI, Nestor Garcia. *Consumidores e Cidadãos – Conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: UFRJ Editora, 1996.
- CANCLINI et al. *Políticas culturais para o desenvolvimento: uma base de dados para a cultura*. Brasília: UNESCO, 2003.
- COELHO, Teixeira. *Dicionário crítico de política cultural: cultura e imaginário*. São Paulo: Iluminuras, 2004.
- COELHO, Teixeira. *O que é ação cultural*. São Paulo: Brasiliense, 2001.
- FUNDAÇÃO JOAQUIM NABUCO – PLANO ANUAL DE TRABALHO 2003. Superintendência de Planejamento e Administração. Recife: Fundaj, Editora Massangana, 2002.
- JUCÁ, Joselice. *Joaquim Nabuco: uma instituição de pesquisa e cultura na perspectiva do tempo*. Recife: Fundaj, Editora Massangana, 1991.
- RAMOS, F.; MIRANDA, L.F.; (Ed.). *Enciclopédia do cinema brasileiro*. São Paulo: Editora Senac, 2004.
- YUDICE, George. *A conveniência da cultura – Usos da cultura na era global*. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2004.
- HOLLANDA, Eduardo. *É hora de dialogar – O secretário-executivo do Ministério da Cultura esclarece pontos polêmicos da Ancinav e diz que a reação inicial foi uma tentativa de abortar o projeto*. Istoé, 15 de setembro de 2004.
- JORNAL DA FUNDAÇÃO. *Informativo da Fundação Joaquim Nabuco. Ano II. Número 3*. Janeiro/fevereiro de 2002. Recife-PE.
- <http://www.fundaj.gov.br>, em 18 de maio de 2005, às 10h30.
- JOAQUIM, Luiz. *Depoimento [jan.2005]. Entrevistador: Augusto Amorim*. Recife: FUNDAJ, 2005. 1 fita cassete (60 minutos).
- MENDONÇA, Kleber. *Depoimento [mar. 2005]. Entrevistador: Augusto Amorim*. Recife: FUNDAJ, 2005. 1 fita cassete (60 min).
- MEIRELES, Silvana. *Depoimento [jan. 2005]. Entrevistador: Augusto Amorim*. Recife: FUNDAJ, 2005. 1 fita cassete (60 min).

