



O Rio de Janeiro no cinema: entre a “Cidade Maravilhosa” e a “Cidade Partida”, o sonho de ser uma “Cidade Global”¹

Rafael CASÉ²

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

RESUMO

O Rio de Janeiro, em uma ação conjunta da prefeitura e do governo do Estado, lançou uma ofensiva para conseguir maior visibilidade cinematográfica e, conseqüentemente, a divulgação de seus atrativos. A estratégia visa transformar a cidade em um polo cinematográfico mundial, além de buscar divisas através do investimento dos grandes estúdios e do aumento do turismo decorrente da exposição da imagem da cidade ao redor do mundo. A iniciativa que segue modelos vitoriosos aplicados em outras grandes metrópoles como Paris e Nova Iorque, no entanto, encontra resistência entre alguns profissionais brasileiros. Este artigo tem como objetivo descrever a iniciativa governamental e analisar a imagem do Rio de Janeiro na produção filmográfica mundial.

PALAVRAS-CHAVE: Cinema; turismo; economia e cidade.

INTRODUÇÃO

Ao redor do planeta existem alguns pontos turísticos clássicos, que simbolizam, sem deixar qualquer dúvida, a cidade em que estão localizados. Ícones como a Estátua da Liberdade, a Torre Eiffel, o Coliseu, a Grande Muralha ou a Acrópole são conhecidos no mundo inteiro. O Rio de Janeiro tem o privilégio de possuir dois símbolos como esses: o Cristo Redentor, no alto do morro do Corcovado e o Pão de Açúcar, com seus bondinhos.

A existência destas paisagens famosas mundialmente, somada a outros locais também muito conhecidos, como por exemplo o Maracanã e as praias de Copacabana e de Ipanema, com sua “garota”, faz com que a cidade seja o cenário para diversos filmes estrangeiros. Mas, se compararmos o número de filmagens com os de outras metrópoles como Paris ou Nova Iorque, este parecerá ínfimo.

Sabendo do potencial visual da cidade e aproveitando a visibilidade do Rio de Janeiro com a realização da Copa do Mundo de 2014 e dos Jogos Olímpicos de 2016, prefeitura e governo do estado decidiram investir na captação de produções cinematográficas que usem a cidade como locação principal. Para isso criaram uma

¹Trabalho apresentado no GP Geografias da Comunicação, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professor Auxiliar FCS//Uerj e Mestrando em Comunicação Social da Uerj.



Film Comission, entidade que tem a responsabilidade de facilitar o trabalho dos cineastas em terras cariocas, além de oferecer isenção de impostos e aportes financeiros.

Apesar de todos os belos cenários, o Rio de Janeiro está longe de ser um pedaço do paraíso e nada impede que problemas como a miséria e a violência urbana acabem ganhando espaço na telona, ao invés do tripé clássico: praia, samba e futebol, a que estamos acostumados. Ou seja, a exposição para o mercado exterior pode acabar se tornando uma faca de dois gumes.

Neste trabalho abordaremos a questão do imaginário das cidades e a influência do cinema na transformação das mesmas em símbolos do desejo. E, através da análise de alguns exemplos da filmografia estrangeira sobre a cidade, mostraremos como fica clara a divisão das duas visões do Rio de Janeiro: a Cidade Maravilhosa e a Cidade Partida.

O ponto central é a apresentação da iniciativa governamental para a atração de produções cinematográficas estrangeiras, com seu prós, contras e desafios. Além disso, mostraremos também que, mesmo depois da implantação da *Rio Film Comission*, dois longas recentes (“Rio” e *Velozes e Furiosos 5*) expusera as duas faces da cidade acima citadas.

1 – CIDADES, CINEMA E IMAGINÁRIO

Desde os tempos em que o ser humano começou a se reunir em torno de centros urbanos por uma questão de sobrevivência, as cidades fascinam os estudiosos. As relações humanas e econômicas que surgiram a partir daí e as características que cada uma delas passou a assumir, entre outros aspectos, vêm sendo alvos de pesquisas nos mais diversos campos do conhecimento.

A questão que nos interessa, nesse artigo, é a formação do imaginário que cada cidade leva consigo. Um imaginário que habita as mentes de seus habitantes e de moradores de outros cantos do planeta. Representações que, seguramente, não são as mesmas para todos, como destaca a antropóloga Maria Aparecida Lopes Nogueira.

“A cidade carrega consigo algo de grandioso, porque é aquilo que ela de fato se tornou que proporciona a magia atrativa da recordação, assim como a possibilidade de imprimir as marcas do que não-é na alma de seus habitantes. Em todas as épocas, vão imaginar o que seria dela e deles mesmos caso não tivesse se tornado a cidade real. Cada um constrói, então, sua cidade imaginada, sua cidade ideal, e dentro dela as relações dão conta de todos os desejos. Podemos supor que há as que dão forma aos desejos, e outras, que são engolidas por eles. Os desejos são os dínamos da cidade, viabilizando a transformação das lembranças no âmago de novas relações com os fatos.” (NOGUEIRA, 1998)



A historiadora Sandra Pesavento, em seu artigo “Cidades visíveis, cidades sensíveis, cidades imaginadas”, reitera a força que a construção da imagem das cidades pode adquirir:

”Cidades sonhadas, desejadas, temidas, odiadas; cidades inalcançáveis ou terrivelmente reais, mas que possuem essa força do imaginário de qualificar o mundo. Tais representações foram e são capazes de até mesmo se imporem como as ‘verdadeiras’, as ‘reais’, as ‘concretas’ cidades em que vivemos. Afinal, que chamamos de ‘mundo real’ é aquele trazido por nossos sentidos, os quais nos permitem compreender a realidade e enxergá-la desta ou daquela forma. Pois o imaginário é esse motor de ação do homem ao longo de sua existência, é esse agente de atribuição de significados à realidade, é o elemento responsável pelas criações humanas, resultem elas em obras exequíveis e concretas ou se atenham à esfera do pensamento ou às utopias que não realizaram, mas que um dia foram concebidas.” (PESAVENTO, 2007)

Mas o que leva uma cidade a se transformar em um ícone mundial? Sua história, sua cultura, seu povo, seus atrativos naturais? Provavelmente todas essas opções e mais algumas outras. O que se pode ver através da análise da farta literatura disponível sobre o tema é que existem diversos fatores que levam a esta explicação.

A história é um bom ponto de partida. Sociedades antigas como os gregos, os egípcios e os romanos ainda geram interesse e curiosidade. Com isso, cidades como Atenas, Cairo e Roma recebem milhões de turistas, que as visitam em busca dos vestígios dessas grandes civilizações.

"A cidade não conta o seu passado, ela o contém." (CALVINO, 1990, p. 14)

Outro fator muito importante na formação dessa imagem é a literatura. Através dos relatos de grandes autores, cidades tiveram seus perfis delineados, ganharam características próprias e até mesmo uma aura.

“Quem duvidaria, por exemplo, da capacidade de um Balzac, Zola, Maupassant, Eça de Queirós, Charles Dickens, Lima Barreto ou Machado de Assis para falar de suas cidades pela via literária? As tramas são imaginadas, os personagens são fictícios, mas o universo do social e a sensibilidade de uma época se revelam diante do leitor de maneira verossímil, convincente. Uma explicação da realidade, realista ou cifrada, realiza-se em comunhão entre o mundo da escrita e o da leitura. Poder-se-ia pensar uma Paris da *belle époque*, por exemplo, sem que o mundo de Proust fosse ativado? Ou uma São Petersburgo dos czares sem a escrita de Dostoiévski ou Tolstói? E, no terreno da poesia, como não



invocar a Paris por Baudelaire, a Buenos Aires por Jorge Luís Borges ou a Porto Alegre por Mário Quintana?” (PESAVENTO, 2007)

Com os avanços tecnológicos e os meios de comunicação eletrônicos, a propagação da imagem das cidades ganhou proporções assustadoras. O rádio, a televisão e o cinema, que particularmente mais nos interessa aqui, levaram informações sobre essas cidades a locais muito além do que, até então, se poderia imaginar. E algumas delas souberam se utilizar muito bem dessas ferramentas para se tornarem sinônimos de desejo a nível mundial.

Um exemplo é Paris. A imagem da capital francesa é analisada pelo sociólogo Michel Mafesoli em um estudo destacado pelo artigo do professor Juremir Machado da Silva:

O imaginário de Paris faz Paris ser o que é. Isso é uma construção histórica, mas também o resultado de uma atmosfera e, por isso mesmo, uma aura que continua a produzir novas imagens. (apud SILVA, 2001, P.76)

Outra cidade-ícone é Nova Iorque, um dos cenários preferidos dos grandes estúdios de Hollywood. Cosmopolita, soube capitalizar esse potencial e se auto-proclamou como a “capital do mundo”. Mais que uma cidade, um bem de consumo.

Há cidades que têm trabalhado, como imaginário, a ideia de cultura, outras, com Nova York, se permitem a ousar ao trabalhar a ideia de pecado, na forma da maçã que seduz visitantes e turistas.” (BANDEIRA, 2008, p.47)

No nosso país, a cidade que mais se aproxima deste conceito de ícone internacional é, sem dúvida nenhuma, o Rio de Janeiro. Uma imagem que se construiu, no exterior, desde o primeiro relato, ainda pelos navegadores Gaspar de Lemos e Américo Vespúcio, que, em primeiro de janeiro de 1502, ao se depararem com a Baía de Guanabara, acreditaram se tratar da foz de um grande rio e deram à localidade o nome que ela tem até hoje. Durante os cinco séculos seguintes essa imagem continuou a ser formada por fatos e por versões, mesclando verdades e mitos.

Missões artísticas registraram a cidade em telas e gravuras; fotógrafos a retrataram nas mais variadas épocas; escritores a visitaram e tentaram traduzi-la em prosa e verso, com visões mais ou menos otimistas, mas com certeza foi o cinema que, de vez, formatou a imagem da cidade para os olhares estrangeiros. E quando falamos em cinema, estamos nos referindo principalmente à indústria cinematográfica norte-



americana, embora o Rio de Janeiro sempre tenha atraído cineastas de diversas partes do mundo.

É essa imagem, muitas vezes difusa, exibida no escurinho do cinema que vamos analisar neste trabalho.

2 – CIDADE MARAVILHOSA

Um paraíso tropical, com praias, paisagens estonteantes, belas mulheres e um povo descontraído. Durante muito tempo esse foi o cardápio escolhido pelas produções cinematográficas estrangeiras para representar o Rio de Janeiro mundo afora.

O primeiro filme americano tendo a cidade como pano de fundo foi “The Girl from Rio” (1927). Porém, embora a história se passasse aqui, bem que poderia ter acontecido em qualquer país da América do Sul, já que seus personagens tinham nomes hispânicos e a cidade era retratada apenas como uma pequena e pacata vila.

Com o aumento dos interesses político e econômico dos norte-americanos pelo país e a chamada “Política da Boa Vizinhança”, a capital brasileira passou a ganhar mais destaque nas produções de Hollywood. No filme “Voando para o Rio” (1933) já houve o cuidado de mostrar a cidade como uma metrópole em ascensão emoldurada por lindas paisagens.

Em “Uma noite no Rio” (1940) mais um avanço. Através de Carmen Miranda, nossa música também começava a chegar aos ouvidos do mundo.

“Desde seu estabelecimento industrial, o imaginário de Hollywood corresponde, assim, à dinâmica de imagens que os filmes produzidos pelos grandes estúdios estadunidenses veiculam acerca dos fenômenos culturais mundiais. Tal estética de comunicação pode, eventualmente, combinar-se com a propaganda ideológica, como no caso do filme “Voando para o Rio”, de 1940.” (MORENO, 2010)

Todavia, o filme mais marcante dessa demonstração de “amizade” do Tio Sam com o Brasil foi “Alô, amigos”(1942). Na animação realizada pelos Estúdios Disney, o Pato Donald é recepcionado pelo simpático e malandro Zé Carioca, que lhe mostra as belezas do país. Daí em diante esta imagem do Rio e, conseqüentemente, do Brasil, ficaram no imaginário internacional.

Muitas outras produções hollywoodianas se seguiram, como “Os Reis do Rio” (1947), “Meu amor brasileiro” (1953) ou “Feitiço do Rio” (1984). Outros países também passaram a explorar essa versão da cidade, como a França, com “L’Homme de



Rio” (1964), interpretado por Jean-Paul Belmondo; Itália, com “Natale a Rio”(2008) e até o Japão, com “Um garotão no Rio”(1968).

Ao que parece, este filão que associa o Rio a belas praias, futebol, carnaval e mulheres sensuais não tem um prazo de validade. E, de certa forma, acabou sendo “comprado” até por nós mesmos, cariocas e brasileiros em geral, como sugere o crítico de cinema Luciano Trigo.

“Como Carmen Miranda, Zé Carioca (Joe Carioca no original) foi um fruto direto da Política de Boa Vizinhança implementada pelo presidente Roosevelt nas décadas de 30 e 40. Mais que um esforço diplomático de aproximação com seus vizinhos do sul num contexto de polarização política planetária, tratava-se, hoje se sabe, de uma estratégia de dominação ideológico-cultural a longo prazo sobre o continente. Havia o interesse declarado em garantir a hegemonia americana não apenas por meio de acordos comerciais, alianças políticas ou planos de cooperação, mas também por meio de uma intervenção cultural, na exportação sutil e sedutora de práticas e valores, desejos e sonhos, maneiras de viver e de consumir (ou de viver para consumir). Foi então que aprendemos a beber Coca-Cola, chupar picolé e mascar chiclete, entre outros hábitos que importamos e hoje consideramos naturais. Da mesma forma, por força de uma dieta vigorosa de conteúdos audiovisuais americanos, aprendemos a nos enxergar com olhos estrangeiros e a vestir a imagem que projetavam em nós. Foi então, desconfio, que viramos um clichê. (TRIGO, 2011)

3 – CIDADE PARTIDA

Tal qual uma moeda, com duas faces, o Rio de Janeiro também tem mostrado seu outro lado aos espectadores estrangeiros.

Foi-se o tempo em que os morros da cidade, retratados na tela, eram como o de “Orfeu Negro”, onde a paz reinava, apesar do local ser o abrigo de alguns malandros ou bandidos de pouca periculosidade. Do já distante ano de 1959, quando o filme de Marcel Camus chegou aos cinemas, até hoje, muita coisa mudou no Rio de Janeiro e, conseqüentemente, em sua representação filmográfica.

Até a década de 1980, no máximo, a cidade era vista como um “porto seguro” para criminosos de todas as partes do mundo, e o exemplo do inglês Ronald Biggs só reforçava essa teoria. Só que o aumento da criminalidade e sua propagação através da mídia, fez com que o Rio virasse cenário para tramas bem mais violentas.

Em “Orquídea Selvagem” (1989) não há uma referência explícita à violência urbana, mas as cenas que mostram favelas e crianças de rua revelam que a imagem de paraíso tropical começava a ser desfeita. Porém, nesse filme, especificamente, a



preocupação era muito maior com a questão do erotismo do que com a da realidade carioca.

Já em “Kickboxer 3” (1992), a favela deixa de ser pano de fundo e entra na trama como uma locação. É lá que um campeão de artes marciais vivido pelo ator Sasha Mitchell entra em confronto com bandidos cariocas. O filme também mostra pivetes furtando turistas, traficantes e mercadores de escravas brancas. Todos, é claro, derrotados pelo herói americano.

Em “Boca” (1994), o diretor Zalman King buscou a ajuda de dois diretores brasileiros, Walter Avancini e Sandra Werneck, para buscar um retrato mais fiel deste lado obscuro do Rio de Janeiro. Por sinal, cenas do curta-metragem de Sandra, “Guerra dos Meninos”, foram usadas na abertura e no encerramento do filme. Na trama, uma jornalista vem ao Rio em busca de uma reportagem sobre o assassinato de crianças por um “Esquadrão da Morte”. O longa exibe imagens de mendigos, catadores de lixo, travestis, meninos de rua e constantes referências à violência urbana. Contudo, a forma sensacionalista como a questão acabou sendo tratada, impediu que o filme tivesse o mérito de esclarecer o público estrangeiro a real situação da cidade.

“Identificar na pobreza brasileira um valor estético inerente é tendência comum a várias narrativas literárias e cinematográficas produzidas nos Estados Unidos e Europa. As peculiaridades da paisagem carioca e a posição que ocupam como destino turístico fazem com que suas incongruências - iniquidade social, violência e crime - sejam mais suscetíveis a um tratamento estético, trazendo consequências importantes para a representação do Rio nos filmes comerciais contemporâneos. Filmadas em locação, estas narrativas tendem a produzir a impressão de que estão oferecendo um retrato acurado da cidade. Mas, se os pobres das favelas e as crianças de rua estão corporalmente presentes, eles são igualmente virtuais e ideais no sentido de que compõem a terra incógnita em que os heróis americanos terão seus limites postos à prova.” (NAME e FREIRE-MEDEIROS, 2003)

Mais recentemente, o filme “Turistas” (2006) colocou um grupo de visitantes estrangeiros nas mãos de diversos tipos de marginais brasileiros, inclusive traficantes de órgãos humanos. O filme, capaz de assustar o viajante mais apaixonado por nosso país, não teve como cenário central o Rio de Janeiro, mas as paisagens da cidade são mostradas ao som de um samba intercaladas com manchetes sobre o desaparecimento de turistas por essas bandas de cá.

É em meio a essa dicotomia que o espectador estrangeiro vê o Rio de Janeiro. Uma cidade maravilhosa e ao mesmo tempo partida. E o que é pior, sem uma leitura mais próxima da realidade, tanto de um lado, como de outro.



4 – CIDADE GLOBAL

No mundo inteiro cidades já descobriram que as produções cinematográficas podem ser uma fonte extremamente rentável, não só pelos gastos que efetuam e pelos empregos que geram nas localidades escolhidas para as filmagens, como também pela questão da imagem que é passada para milhões de espectadores ao redor do planeta.

De alguns anos para cá as FC (*Film Comissions*) se disseminaram em todos os continentes com o objetivo de oferecer incentivos fiscais e outras vantagens para os grandes estúdios internacionais em troca de lucros e de uma maior exposição na telona. E não estamos falando apenas de grandes centros urbanos ou países de expressão internacional. Com suas belas paisagens naturais, a República Dominicana, por exemplo, se tornou um forte concorrente neste setor.

Mas é claro que algumas cidades são *hors concours*, como Paris e Nova Iorque, porém mesmo com toda fama, as duas metrópoles tiveram que se estruturar para permanecerem competitivas.

No começo dos anos 2000, a meca do cinema mundial estava preocupada; muitas produções de Hollywood estavam deixando ser rodadas nos Estados Unidos. O vizinho Canadá, até mesmo por sua proximidade, ganhava cada vez mais terreno. Toronto, Vancouver e Montreal tornavam-se os lugares favoritos dos cineastas, não por suas paisagens e seus profissionais, mas pelo baixo custo das filmagens, graças aos chamados incentivos fiscais.

Em 2004, o prefeito de Nova Iorque, Michael Bloomberg e o governador George Pataki deram início a uma campanha para resgatar o interesse da indústria com um conjunto de incentivos e a construção, com ajuda de subvenções, dos Estúdios Steiner., no Brooklyn. O governo estadual passou a oferecer isenção de até 15% para produções cinematográficas e de TV, no caso de 75% das filmagens serem realizadas em estúdios de Nova Iorque. Já a prefeitura tratou de criar o programa “*Made in New York Incentive Program*” com incentivos fiscais, isenção do pagamento de impostos municipais na compra de bens e serviços para a produção, descontos em companhias aéreas, hotéis e locadoras de veículos, e até uma ajuda na comercialização do filme.

O investimento vale a pena. De acordo com a *Motion Picture Association of America* (MPAA), uma produção de filme em locação gera, em média, 200 mil dólares por dia em atividade econômica e receitas públicas.

Na França, o projeto de fomento a produções cinematográficas envolve também a esfera federal, através de um programa de crédito do imposto internacional (TRIP).



Este instrumento atraiu, de 2009 para cá mais de 30 produções estrangeiras, inclusive de renomados diretores norte-americanos como Woody Allen, Clint Eastwood e Martin Scorsese; deste total, 12 tiveram Paris como locação principal. Com isso, o orçamento das produções estrangeiras no país quintuplicou em dois anos, passando de 10 milhões de euros, em 2008, para 50 milhões, em 2010.

De acordo com David Appia, presidente da Agência Francesa para Investimentos Internacionais, o número de dias de filmagens de longas metragens estrangeiros dobrou nesses dois anos. “O dinamismo da indústria cinematográfica francesa, a número um da Europa, é indiscutível, mas o programa que permite que produções estrangeiras se beneficiem de incentivos fiscais representa a oportunidade de mostrar ao público estrangeiro a riqueza, a diversidade e a atratividade patrimoniais de nosso país”, afirma.

A prefeitura da capital francesa, através da *Paris Film*, desenvolve um plano próprio de incentivo a filmagens na cidade, porém, o “*Mission Cinéma*” vai muito além e visa o desenvolvimento da sétima arte em todos os segmentos da população. Além de uma política tarifária acolhedora e de todas as facilidades burocráticas para facilitar a vida das equipes de filmagem que optam pela Cidade-Luz, o poder público desenvolve, entre outras atividades, festivais de cinema, projetos que exibem filmes ao ar livre e de graça e oficinas de cinema, além de um trabalho com 55 mil jovens cinéfilos, nas escolas da capital.

Os resultados têm sido bastante promissores. A cada dia há pelo menos dez filmagens nas ruas de Paris e um em cada dois filmes franceses se passam na cidade. O retorno turístico salta aos olhos. Em uma pesquisa feita pela *Paris Film*, 60% dos turistas ouvidos disseram que o cinema os incitou a conhecer a capital francesa.

No Brasil, o sucesso das FCs gerou a criação de diversas comissões (em 2008, eram 19, espalhadas de norte a sul do país), no entanto os entraves burocráticos, a dificuldade de conciliar os incentivos fiscais federais, estaduais e municipais e a política cambial, fizeram com que muitos desses escritórios fechassem suas portas. Hoje há apenas duas FC reconhecidas formalmente pela *Association of Film Commissioners International* (AFCI), referência mundial para produtores de conteúdo audiovisual: Manaus e Rio de Janeiro.

A proliferação de FCs fez com que o Governo Federal criasse, em 2009, um grupo de trabalho com integrantes de 5 ministérios (Cultura, Fazenda, Desenvolvimento, Comércio Exterior e Relações Exteriores), para determinar as ações



necessárias para organizar o setor. Após os debates ficou decidido que a Agência Nacional de Cinema (ANCINE) seria incumbida de regulamentar a atividade.

Para Steve Solot, presidente da *Rio Film Commission*, a única chance que o Brasil tem para abrigar mais e mais produções estrangeiras é desenvolver um conjunto de benefícios concretos para compensá-las, “levando em conta a natureza fiscal da produtora estrangeira e todas as possibilidades de incidência em seu orçamento final”. Em um artigo intitulado “Porque o *Film Commission* não funciona no Brasil”, ele lista os alguns benefícios necessários:

- Isenção tributária ou rebote compensatório aonde aplicável (ICMS, ISS, IPI);
- Serviços grátis de despachante aduaneiro para importação de equipamento e vestuários;
- Assessoria em legislação trabalhista federal e estadual;
- Workshops de treinamento técnico de mão-de-obra em cada estado;
- Criação de fundo de promoção de filmagens em locações, administrado pelo FC de cada estado;
- Assessoria gratuita de planejamento estratégico de cada filmagem para avaliar os benefícios potenciais da utilização de incentivos fiscais brasileiros nas leis de incentivo à cultura;
- Mecanismo compensatório de variação de taxa de câmbio para compensar eventuais variações do Real em relação às moedas estrangeiras;

É com propostas como estas que Solot pretende vender a imagem do Rio de Janeiro para cineastas e estúdios do mundo todo. Durante 20 anos ele esteve à frente da vice-presidência da *Motion Pictures Association* (MPA) para a América Latina. O próximo passo é fazer com que a *Rio Film Commission* se torne uma Organização Social (OS), com contrato de gestão outorgado pelo governo do Estado e pela prefeitura, esferas às quais a FC está subordinada atualmente. A ideia é aproveitar a carona da visibilidade gerada pelos grandes eventos esportivos que acontecerão na cidade (Copa de 2014 e Jogos Olímpicos de 2016) e fechar bons negócios.

Mas nem todos estão satisfeitos com esta postura das autoridades brasileiras. Em um artigo na Revista Piauí, o cineasta Eduardo Escorel fez duras críticas:

“O governo do Estado e a Prefeitura, através das suas secretarias de Cultura, insistem em privilegiar ações voltadas para fazer da cidade uma locação, além de fornecedora de mão de obra e serviços técnicos para produções estrangeiras. Distorção que agrava os males que a RioFilme traz de origem por ter sido criada como contratação da Embrafilme



apenas para assegurar emprego a alguns ex-funcionários da estatal extinta em 1990...Como fica o “fomento à produção audiovisual, visando o efetivo desenvolvimento da indústria audiovisual carioca” – principal finalidade da RioFilme, anunciada no site da empresa? Isso, sem esquecer a contradição, talvez insanável, da RioFilme ser uma empresa distribuidora municipal quando seria preciso existir um órgão de fomento estadual atuando para fortalecer a criação, produção e distribuição de filmes brasileiros em escala nacional e internacional.” (ESCOREL, 2011)

Já são 117 produções atendidas desde a criação da *Rio Film Commission*. Isso fez com que o estado se consolidasse como principal locação para produções internacionais no Brasil. Os exemplos mais recentes foram: “Amanhecer”, da saga Crepúsculo e “Velozes e Furiosos 5”. Porém, de acordo com Steve Solot, para que o Rio realmente se torne uma cidade global em termos cinematográficos, apenas seus ícones mundiais como o Cristo Redentor, o Pão de Açúcar, a praia de Copacabana e a garota de Ipanema não são suficientes. “O recente caso de Velozes e Furiosos 5, sequência da franquia de ação estrelada por Vin Diesel, Paul Walker e Jordana Brewster, é emblemático. Embora o roteiro do filme aponte o Rio de Janeiro como cenário específico, apenas cenas para os trailers e algumas tomadas panorâmicas foram rodadas na Cidade Maravilhosa, enquanto que a maior parte das filmagens foram feitas em Porto Rico, que oferece um crédito fiscal transferível de 40% dos gastos efetuados na jurisdição”.

A revista *Veja Rio*, em novembro de 2010 fez uma reportagem sobre o assunto:

“A escolha da cidade como cenário de Velozes e a perda da maior parte das gravações para outra locação é, para os produtores, para o turismo e para a imagem da cidade, um sinal de que o Brasil tem falhado na estratégia de atrair produções cinematográficas... No Rio, apenas os tributos estaduais e municipais são deduzidos – já os federais, de tão altos, acabam afastando diretores e autores que se animam a filmar os Arcos da Lapa, o Corcovado e a orla carioca... Nos quatro dias da visita, a produção de Velozes deixará no país 3,36 milhões de reais. É muito pouco, se comparado ao que será gasto no país caribenho que hospedou todos eles nos meses de julho e agosto.” (REVISTA VEJA Rio, novembro/2010)

Para Sérgio Sá Leitão, o presidente da Rio Filme, empresa distribuidora de filmes do município, a cidade precisa enfrentar as concorrentes em igualdade de condições: “Se tivéssemos um incentivo que garantisse que, a cada 4 dólares gastos no país, 1 seria devolvido, seríamos extremamente competitivos nessa disputa”.



Sá Leitão garante que serão destinados 90 milhões de reais para o cinema e o audiovisual cariocas até 2012, além de prometer a construção de um polo audiovisual na região portuária da cidade. O primeiro edital, no valor de 5 milhões de reais, saiu no final de 2010. Outra opção para a captação de recursos é o fundo Rio Global para atrair diretores internacionais, com aportes de 3 milhões de reais anuais.

O primeiro filme beneficiado com a verba proveniente dos orçamentos do Estado e da prefeitura, será “Rio, Eu Te Amo”, produção que deverá trazer diversos cineastas conhecidos internacionalmente para filmarem na cidade. O filme faz parte da série *Cities of Love*, que já produziu os longas “*Paris, je t'aime*” (2006) e “*New York, I love you*” (2009). Trata-se de um roteiro coletivo, composto por pequenas histórias, criadas por diretores de diferentes nacionalidades. A cidade enfocada tem suas qualidades e características mescladas com as tramas e com os personagens. Um filme que acaba sendo a síntese dos desejos cinematográficos cariocas de fazer com que o Rio de Janeiro se transforme em um cenário constante e um destino desejado por aqueles que assistam a esses filmes.

5 – “VELOZES E FURIOSOS 5” E “RIO” – UMA CIDADE E DUAS VERSÕES

Qual é a imagem da cidade que a *Rio Film Commission* quer que a indústria cinematográfica mundial transmita? Duas produções recentes, tendo o Rio de Janeiro como cenário se mostraram diametralmente opostas: “Rio” e “Velozes e Furiosos 5”.

Na animação “Rio”, dirigida pelo brasileiro radicado nos EUA, Carlos Saldanha, um casal de araras-azuis tenta escapar de um bando que lida com o tráfico de animais silvestres. A trama, ecologicamente correta, mostra um Rio de Janeiro que continua lindo. A riqueza de detalhes ficou por conta da “imersão” que a equipe de Saldanha fez na cidade. “Eu não tinha desculpas para erros. Podia ter algumas liberdades criativas, mas, em geral, a essência do Rio tinha que estar na história, a energia da cidade e os cartões-postais também.”, afirmou o diretor, em uma entrevista.

O filme fez bastante sucesso por aqui e recebeu excelentes críticas:

“Rio, em parte, é como um chapéu de Carmen Miranda ou um desenho de Disney da época da política de boa vizinhança... Mas a combinação do olho informado e íntimo de Saldanha, com diferenças entre o nosso tempo e os tempos do Zé Carioca, faz os clichês de ‘Rio’ parecerem mais com a ‘História Secreta do Brasil’ de Cláudia Bernhardt de Souza Pacheco, do que com ‘Alô, amigos’.” (VELOSO, 2011)

“É o Rio visto por olhos brasileiros, com a máxima tecnologia americana. Não poderia haver mistura melhor. O resultado é a visão mítica da cidade, poética, e fiel à realidade com céu, sal, sul e favelas também. Esse filme faz parte do ressurgimento do Rio como a Copa e as Olimpíadas. Ele será um importantíssimo e profundo cartão postal do Brasil. Nós vamos rever o Rio poético, que vive em nossos sonhos reais. O “Rio”, filme, terá importância política para o Brasil no mundo. É uma UPP do cinema.” (JABOR, 2011)

“O Rio não é uma cidade como outra qualquer. O Rio é uma cidade diferente de todas as outras. Uma cidade estupenda. E qualquer filme, de animação ou com personagens e locações reais, que não se dê conta disso, estará passando a si mesmo um atestado de cegueira estética... 'Rio' vive dessa mescla de emoção e humor, sem dispensar as grandes sequências que ficarão na memória do espectador. Duas, talvez, em particular: o desfile da escola de samba com seu esplendor realista; e o voo em asa delta (ao som de 'Mas que Nada', de Jorge Benjor) sobre a Cidade Maravilhosa – que nunca mereceu tanto este título de cidadania mundial.” (ORICCHIO, 2011)

Em compensação, “Velozes e Furiosos 5” traz a reboque em seus carros “tunados” todos os clichês que os filmes americanos já produziram para retratar republiquetas latino-americanas. No filme, o bandido-herói interpretado por Vin Diesel vem para o Rio com sua trupe. Aqui, se associa a um criminoso com nome de “hermano”. Hernan Reyes, vivido por um ator português, é o comandante das ações criminosas na cidade e guarda seu cofre dentro de um batalhão da PM.

A trama dirigida por Justin Lin, através de poucas tomadas feitas em comunidades pacificadas, retrata uma cidade violenta e dominada pela corrupção. A cena-síntese se dá quando o policial americano, na tentativa de capturar Toretto (personagem de Diesel) dentro de uma favela, tem que ouvir o deboche do bandido: “O seu erro é achar que você está nos Estados Unidos. Isso aqui é o Brasil.”

As críticas foram duras. A colunista Cora Rónai disse que para qualquer brasileiro, em geral, e para qualquer carioca, em particular, aquela ambientação era mais falsa do que uma nota de três reais. Já o crítico Rodrigo Fonseca afirmou que o filme mostrava o Brasil como uma pátria de arma na mão.

Na coletiva de imprensa os atores declararam amor ao Rio e tentaram minimizar a questão do filme passar uma imagem violenta da cidade. Justin Lin ainda tentou consolar os cariocas dizendo que depois de outro filme da série, passado na República Dominicana, o turismo havia aumentado naquele país, e que, aqui, provavelmente, aconteceria o mesmo. Porém, apesar de todo este discurso, a distribuidora do filme



optou por retirar, dos cartazes brasileiros, a imagem do Cristo Redentor, usada nos cartazes dos demais países.

A animação de Saldanha foi distribuída para 100 países. Teve uma verba de divulgação astronômica. Um anúncio do filme foi exibido durante o *Super Bowl*, maior evento esportivo dos EUA, com audiência estimada em 111 milhões de espectadores. Investimento com retorno garantido. Só nos Estados Unidos “Rio” foi exibido em seis mil e quinhentas salas e o faturamento no primeiro final de semana foi de quase 40 milhões de dólares.

Todos esses números mostram o quanto este filme foi importante para a imagem do Rio de Janeiro, mas também é importante ressaltar que “Velozes e Furiosos 5” faturou mais que o dobro (83 milhões de dólares em seu primeiro final de semana) e que, até mesmo aqui no Brasil, a bilheteria foi bem maior do que a de “Rio”.

6 - CONCLUSÃO

O desejo do Rio de Janeiro de se tornar uma cidade global, filmograficamente falando, pelo que pudemos ver, ainda esbarra em uma série de entraves, tanto burocráticos, quanto sociais. É difícil dissociar a imagem da cidade de seus graves problemas como a violência, a desordem urbana e a corrupção. Não que isso seja um mal exclusivamente carioca. O Rio é apenas uma vitrine ampliada e amplificada de nosso país. E mesmo em termos mundiais, outros tantos grandes centros apresentam problemas graves.

Com toda certeza não se trata de um caminho sem volta. As recentes iniciativas de ocupação de favelas pelo poder público criaram uma situação que até bem pouco tempo parecia impossível: avançar sobre um território ocupado e dominado há décadas pelo tráfico de drogas. Se esta situação vai perdurar e vingar, se o Rio vai ter uma realidade menos cruel e mais próxima da normalidade, só o tempo dirá.

A mídia assumiu essa parceria e tem festejado a queda de índices de violência mês a mês. Mas ainda estamos longe do ideal. Em abril de 2011, foram registrados 403 homicídios dolosos no estado, o menor número para este mês em 20 anos, mas este índice está muito longe de ser aceitável. A imprensa internacional sabe isso e publica. Em uma recente reportagem no site da rede esportiva norte-americana ESPN, o repórter Wright Thompson comparou o número de assassinatos por ano no estado, cerca de 4.700, com o número anual de assassinatos nos Estados Unidos, aproximadamente



1.200. A matéria, intitulada “Deadly Games” questionou a segurança na Copa e nos Jogos Olímpicos. E, embora o jornalista tenha carregado um pouco nas tintas. A verdade esteve presente em suas linhas.

O Rio tem a chance de mudar sua imagem, mas não apenas através da criação de uma *Film Commission*. A Copa de 2014 e a Olimpíada de 2016 são oportunidades de ouro. Basta vontade política e comprometimento na busca por uma cidade melhor.

Se isso acontecer, e oxalá aconteça, a cidade, naturalmente, será cenário para muitos e muitos filmes. E de preferência, como Maravilhosa (que ainda é) e não como Partida.

REFERÊNCIAS

BANDEIRA, Milena Berthier. Cidade e turismo: o imaginário de Nova Iorque na revista Viagem e Turismo. Dissertação (Mestrado) – Universidade de Caxias do Sul – Programa de Pós-Graduação em Turismo, 2008.

CALVINO, I. As cidades invisíveis. Companhia das Letras, São Paulo, 1990.

SCOREL, Eduardo. A cidade e o cinema – sobrevivência e extermínio. Revista Piauí. Rio de Janeiro, maio de 2011.

ESPN. Reportagem “Deadly Games”, de Wright Thompson, publicada no site da emissora. <http://sports.espn.go.com/espn/eticket/story?page=110510/Rio>

FIGUEIRÓ, Belisa. Quem não quer filmar aqui. Revista Cena, abril de 2010.

FREIRE-MEDEIROS, Bianca. O Rio de Janeiro que Hollywood inventou. Zahar, Rio de Janeiro, 2005.

JABOR, Arnaldo. Comentário para o Jornal da Globo, 22 de março de 2011.

MORENO, Carlos A. de C. O Rio de Janeiro do imaginário de Hollywood como instrumento de propaganda ideológica. Revista Contemporânea. Janeiro/fevereiro de 2010.

NAME, Leonardo. Rio de Cinema - Made in Brazil, made in everywhere: o olhar norte-americano construindo e singularizando a capital carioca. Dissertação de Mestrado em Geografia, UFRJ, 2004.

NAME, Leonardo e FREIRE-MEDEIROS, Bianca. Como ser estrangeiro no Rio: paisagens cariocas no cinema brasileiro e norte-americano contemporâneo. Estudos Históricos, Rio de Janeiro, nU 31, 2003, p. 201-219.

NOGUEIRA M. A. L. A cidade imaginada ou o imaginário da cidade. *História, Ciências, Saúde — Manguinhos*, V (1): 115-123 mar.-jun. 1998.



PESAVENTO, Sandra Jatahy. Cidades visíveis, cidades sensíveis, cidades imaginadas. Revista Brasileira de História, vol.27, no.53, São Paulo, 2007.

REVISTA VEJA RIO. Novembro de 2010.

RÓNAI, Cora. O Rio no Cinema. O Globo, Segundo Caderno, p.12, 21 de abril de 2011.

SILVA, Juremir M. Michel Maffesoli: o imaginário é uma realidade. In: Revista Famecos, Porto Alegre, n. 15, ago. 2001

SLOT, Steve. Porque não funciona o Film Commission no Brasil. Revista Produção Profissional Cine – outubro/2008

TRIGO, Luciano. Gringos para nós mesmos. O Globo. Segundo Caderno, p.3, 15 de maio de 2011.

VELOSO, Caetano. Alegria. O Globo, Segundo Caderno, p.2, 17 de abril de 2011.