

## **MARCELO SÁ – Circuito Sala de Arte**

**Ator, gestor e produtor cultural, sócio da Empresa Cinema e Arte, responsável pelo “Circuito Sala de Arte”.**

### **1. Quem é Marcelo Sá?**

Eu sou, antes de mais nada um polivalente, porque minha formação é autodidata em todas as áreas em que atuo. Eu vim do Sul da Bahia, de Ilhéus. Foi lá que eu fiz teatro, tive a oportunidade de trabalhar com grandes diretores da Bahia. Fiz cursos de maquiagem para teatro, figurino, cenografia de shows e teatro, iluminação. Dirigi casas de espetáculos como o Teatro Municipal de Ilhéus. Por dois anos, coordenei o *Projeto Pixinguinha*. Eu sou uma pessoa que virou produtor pela hiperatividade, por ver o outro lado da moeda fazendo, não simplesmente na plateia, apesar de eu ser também um bom espectador da área das artes. Vim para Salvador a convite de Fernando Guerreiro, na época, e comecei a colocar o Teatro do Expresso Baiano em ordem. Salvador só tinha dez teatros nesse período, nem o Gamboa estava aberto ainda, o Vila Velha não estava aberto. Estavam todos em reforma, eram oito ou nove teatros ao todo, uma coisa assim, se não menos. Por conta do Expresso Baiano, recebi muitos convites para fazer produção. Fiz várias vezes a produção de *A Bofetada*. Depois de sete anos em Salvador conheci André, que hoje é um dos meus sócios e abrimos a Sala de Arte do Baiano. Estamos passando por um momento de amadurecimento, firmando um calendário de atividades. Isso de ter um entendimento sobre a empresa, de organizar a empresa, fazer organograma, calendário de atividades... Eu posso dizer que, depois de 13 anos, estamos começando. Inclusive, contratamos uma consultoria de uma empresa de fora, que está nos ajudando a conduzir tudo. São 45 pessoas no total, trabalhando na Cinema e Arte Produções, contando os seis sócios. A Cinema e Arte Produções não é apenas o Circuito Sala de Arte, ele é o que mais aparece, mas não é apenas ele.

### **2. O que você entende por cultura?**

Cultura, para mim, é um conjunto de coisas, de modos, de maneiras, de formas, de um bairro, de um país, de uma família, que está agrupado ali. Eu não considero cultura um indivíduo sozinho. Cultura está atrelada a um conjunto, é sempre fruto de um conjunto, que é resultado das informações que circulam em um grupo e o conduzem a agir. Um conjunto de coisas que move a gente e que identifica ou ajuda a identificar um povo.

### **3. Como você avalia as políticas culturais na Bahia nos últimos anos?**

Eu vejo que nos últimos anos estamos vivendo um momento de democracia na área da cultura. A sociedade de Salvador, da Bahia, está vivendo um momento novo. É a nova experiência que desenvolve um senso crítico. Se você não viver novas experiências, você não tem com o que comparar, não tem nem como comparar de forma crítica. Então, só por isso, eu já gosto muito deste novo momento que estamos vivendo. Acho que é bom, inclusive, porque nos dá subsídios para a crítica. Como era antes e como é agora? Não importa quem está no governo.

#### **4. O que você pensa sobre os editais e as leis de incentivo como mecanismos de financiamento da cultura?**

Eu estou em Salvador há 17 anos. Como produtor mesmo, usufruindo dessas leis, eu diria que tem cerca de dez anos. Na verdade, até hoje eu não entendo de leis, eu sou executivo. Temos uma empresa parceira que faz a parte de captação de recursos e legislação. Quando temos um possível apoiador via leis, eles nos auxiliam. Mas, se eu, que sou da área, não entendo, imagina quem não é da área? Como você vai lá dizer para um empresário que há um negócio que ele nem vê, algo tão abstrato? O PT entrou e fatiou o Fundo, no começo foi complicado, hoje está amadurecendo. Isso faz surgir novos produtores, democratiza, mas ao mesmo tempo escraviza um pouco, até tem sido repensado. Na verdade, acho que há um crescimento e uma evolução em relação às leis de incentivo. Mas tem de ser uma coisa mais consciente, porque a crítica que eu ouvi das pessoas que trabalhavam o tempo inteiro com captação é que antes era muito dinheiro, sempre projetos monstruosos. Hoje você pode fazer um projeto com 10 mil reais. É uma mudança de paradigma. Então, sempre tem o lado bom e ruim. O bom é que há diálogo e enquanto houver diálogo há possibilidade de mudanças.

#### **5. Qual o papel da iniciativa privada no financiamento à cultura?**

É importantíssimo. Através das próprias leis de incentivo, porque é uma verba que sai já programada através da isenção, só que isso precisa ser mais didático, o governo foi muito didático com os produtores, agora o empresariado ainda precisa entender o que é lei de incentivo. Os empresários precisam estar mais por dentro do que está acontecendo. Eu sempre reúno diversos projetos para apresentar. Às vezes, o gancho é porque a filha do empresário dança, por exemplo, faz balé... Está tudo em torno de uma coisa meio doméstica.

#### **6. Qual a sua avaliação sobre a produção artístico-cultural da Bahia nos últimos anos?**

Por conta da divisão do bolo nesses últimos anos, houve um aumento quantitativo e, conseqüentemente, um decréscimo de qualidade, o que é natural. Eu vejo tudo isso como natural dentro de uma proposta. O que não pode é perder o olhar. Depois dessa fase, tem que focar e valorizar os que se destacaram. Na hora, por exemplo, que você vai fazer um edital, um projeto para o Fundo, quem vai qualificar isso? Essas pessoas também precisam evoluir no julgamento. Trata-se de um concurso sério que vai desenhar ou redesenhar o movimento cultural de um lugar. Tudo que passar por um julgamento passa pela crueldade do erro e isso faz parte da democracia, é um preço; mas, da próxima vez, dê chance a outras pessoas... É isso que está em jogo no exercício da gestão. É muito penoso, na hora de dar um valor para um artista. É muita pobreza, isso tem de ser revisto.

#### **7. O que e/ou quem você destacaria em termos de gestão cultural na Bahia e por quê?**

Eu vi um crescimento na área de música. A Orkestra Rumpilezz é muito bacana. Em teatro, você não vê isso. Um projeto que gosto muito e lembrei agora é o *Viva Dança*. O próprio Teatro Vila Velha é um ótimo exemplo de gestão.

**8. Como você percebe a questão da profissionalização na área cultural? Quais as principais necessidades do mercado baiano hoje?**

Capacitação, diálogo, profissionalização. O Estado tem tentado isso, e é muito bom. É difícil lidar com profissionais de qualquer área hoje, aqui na Bahia. Desde o pedreiro, o electricista, o cara do ar-condicionado que disse que vinha ontem, anteontem e até hoje não veio. Você nem sabe mais se isso é da cultura baiana ou não, você simplesmente tem que se adaptar. Na Bahia, as pessoas não valorizam tanto o trabalho e eu sinto falta disso. O trabalho tem que ser valorizado e aqui não tem isso. É muito diferente. Eu sinto falta, mas a gente tem encontrado pessoas. Ou você tem talento, ou você não tem nada. Mas, se levar em conta os salários ruins, a falta de reconhecimento... A gente hoje precisa de mais profissionais.

**9. Como você avalia os espaços culturais na Bahia? Quais as principais carências?**

Em termos de cinema, nós temos um papel importante aqui na Bahia porque trazemos de volta o cinema de bairro. Na contramão de muita coisa, muitas salas fechando, nós fomos abrindo. Investimos numa coisa a longo prazo, não temos lucratividade ainda, não é uma empresa que gera dinheiro, mas que esperamos que vá gerar. Toda empresa de cultura passa por isso, ela não gera pelas dificuldades intrínsecas, pela dificuldade de o outro ver que cultura é uma área que beneficia, inclusive, outras áreas. A gente chegou a fazer projetos que, quando nossa consultora viu, perguntou: “como é que vocês fizeram tudo isso aqui com tão pouco dinheiro”? Levamos quatro mil e poucas crianças para assistir videoarte com um custo baixíssimo.

**10. O que você pensa sobre a gratuidade do acesso a produtos e bens culturais? E quanto à política da meia-entrada?**

Como espectador, eu não acho bacana nada gratuito, a não ser que seja realizado em uma praça, num espaço realmente público, aberto. Em espaços fechados, mesmo sendo do Governo, eu acho a gratuidade uma coisa esquisita. Não gosto dessa cultura do “não pagar”, a carteira de meia reforça esta cultura. Aqui, todo mundo pergunta naturalmente: “tem um convite para a peça”? O teatro, então, coitado! Ficou marginalizado. Você vai a uma peça de teatro e tem milhões de apoios, tem até academia de ginástica. Você troca tudo e, aí, você perde dinheiro. Como produtor, eu acho que o ingresso tem que ter preço justo. Um exemplo: um festival patrocinado por uma empresa como a Petrobras, lá no edital pede acessibilidade. Nós colocamos um ingresso a oito reais e é isso. Está comprovado que não é o ingresso barato que vai fazer as pessoas irem mais. É a ação em si: não adianta botar de graça e esperar que a escola venha. Tem de dar o acesso. A escola precisa passar por um processo de formação.. Se for para ser de graça, que seja porque é viável ser de graça e não por bondade. Em relação à política de meia entrada, no caso do Circuito somos bem flexíveis. Damos o direito à meia entrada a idosos, pessoas com deficiência, professores e classe artística. Fomos ampliando a meia entrada porque achamos que era justo com essas pessoas.

**11. Em qual contexto se deu o surgimento do Circuito Sala de Arte em Salvador?**

Quando eu vim a Salvador, fui administrar o Expresso Baiano e lá já havia um equipamento bem antigo de cinema, à carvão. Eles fizeram algumas exposições, mas o local tinha algumas limitações. Então as pessoas criticavam que o lugar não era bom, a projeção não era boa. Em um mês, reformamos o Expresso Baiano, que se transformou na Sala de Arte Baiana e a partir dali a gente foi abrindo salas, o que é uma característica do empreendimento, ampliar. Porque você não pode ficar no mercado com uma sala. Para entrar no mercado, uma pessoa não pode ter uma sala, não vive. Por exemplo, quando eu estreio um filme em quatro sessões, como estreei “Lincoln”, se eu tivesse uma sala, todos os outros catorze filmes eu teria que mandar embora. Se eu tivesse uma sala, eu não teria catorze filmes passando. E aí a nossa sacada foi essa. Você pensa “poxa, vou assistir o que?”. Aí tem tudo, a gente passa tudo, e tudo contemporâneo. A nossa meta, como empresa, é ser uma produtora. Mas a base dos cinemas exerce muito trabalho, é muito dinâmico, porque a gente faz algo que é na contramão, na Europa é muito comum salas pequenas. Nossa empresa se divide em quatro pernas: uma é o ingresso, que não subsidia a gente, a outra é o aluguel de nossos espaços, e depois a gente tem mídia e tem a produtora mesmo, com os projetos. A gente tem que dinamizar essas quatro pernas. As salas, que são uma perna, roubam uma energia danada, porque a base dos funcionários está lá.

## **12. Quais os principais desafios da gestão do Circuito Sala de Arte?**

Como qualquer produto de cultura, tem que haver patrocínio. Tem que ter verba. Então, toda vez que uma peça de teatro for montada, que uma sala de cinema de arte for aberta, precisa de apoio. Porque a cultura da maioria não é a de frequentar espaços culturais, é de não consumir. A arte é o resultado da sociedade, tudo que se faz em teatro, em cinema, vem de onde? Vem da experiência social. Se eu não conheço, eu não tenho como dizer o que eu acho. Quando eu passo diante de um quadro, quando eu olho para um quadro e não gosto dele, por mais que eu olhe com raiva e diga ‘eu odeio esse quadro!’, o quadro continua lá. Próximo! E você vai gostar de outro. Gostar e não gostar não é o mais importante. Então, fazer as pessoas terem essa experiência, entrar em contato, isso é muito bacana.

## **13. Como é feita a distribuição das salas? E no que se refere ao público?**

Não foi planejado, foi acontecendo. Nós sempre estávamos futucando todos os lugares da cidade, porque o que viabilizou e viabiliza a existência do projeto são as parcerias. A gente está em três espaços do Estado, que são parcerias diferentes: tem o aluguel em uma, a outra tem uma parceria, um convite da UFBA que a gente fez através de extensão, no qual nós damos coisas, eles nos dão a sala. Toda a Universidade solicita a gente, através da Pró-Reitoria de Extensão. Então são diferentes tipos de negócio. Eu tenho relações institucionais com a Universidade Federal, com o Governo do Estado, com um shopping. E essa experiência do shopping é um sucesso, são salas pequenas, a gente vai lá e vê que estão sempre cheias, isso nos qualificou. A empresa voltou com mais força com a chegada dos parceiros comerciais. Porque quando estamos nas salas alternativas é cruel. Nós somos alternativos, mas no shopping você pode colocar uma cadeira melhor, muda a clientela e aí é mais comercial. Há

algum tempo, o curso de Administração da UFBA fez uma pesquisa que revelou que 70% da frequência do Circuito Sala de Arte é feminina. Colocamos o nome “Sala de Arte”, isso cria todo um conceito. Mas há algum tempo atrás era mais radical. O cinema de arte da década de 1960, em torno daquela coisa mais proibida. Mas hoje o cinema de arte é a diversidade. O ponto de partida para se identificar o que é cinema de arte é a diversidade. Se ele agrada, se ele desagrada, se ele é comédia, não importa.

#### **14. Como são definidos os filmes que entram em cartaz nas salas do Circuito?**

Nós estamos dentro da cota nacional de exibição, nós temos um padrão de exibição que, através de modelos, passamos para a Ancine. No caso das salas individuais, inclusive, a Ancine premia as bilheterias. Estamos querendo melhorar com o prêmio, com essa verba que a Ancine anualmente dá por salas e por quantidade de filmes nacionais exibidos. Estamos pensando em investir em formação de plateia ou em equipamentos na Sala da UFBA, precisamos qualificar, com a reforma do Shopping Barra eles vão abrir oito salas. Não vai mexer muito com nosso público, mas mexe com 10% de uma fatia de bilheteria que não mantém o circuito, mas a gente tem que estar antenado. Então, temos todo o interesse, o cinema nacional passa por nossas salas. Os filmes são basicamente selecionados a partir das listas das distribuidoras, nós ficamos antenados com as informações internacionais, a rede de circuito do cinema mundial é muito organizada, eu tenho o número de todas as bilheterias na segunda-feira, de todas as salas do país inteiro – e do mundo todo. Então a gente acompanha o filme que está estreando nos Estados Unidos, a gente sabe qual foi a melhor bilheteria da semana. Tudo é muito organizado. Temos 45 pessoas para pagar o salário, tudo tem que ser voltado para metas. Agora estamos fazendo as metas de alcance de bilheteria mínima, considerando sempre o ano anterior.

#### **15. O Circuito Sala de Arte tem uma política de acesso que se diferencia do circuito comercial, fale um pouco sobre isso.**

As salas têm uma política de acesso, no Cine XIV o ingresso é seis, sete reais, preço único; na UFBA qualquer estudante, professor, funcionário, paga seis reais. Mas tem ingressos hoje que custam vinte e seis, na sala Vivo, no shopping. A classe artística tem direito à meia entrada.

#### **16. A criação de cafés/restaurantes é uma tendência para as salas de arte? Isso contribui de alguma forma para o aumento de público nesses espaços?**

É uma necessidade, uma vez que a bilheteria não mantém o negócio. Numa sala de arte é imprescindível que o café funcione, porque é neste café que você faz a relação com cliente, e como na sala de arte a gente não vende pipoca, é o café que ganha o seu *status*.

#### **17. Como você analisa a cena cinematográfica baiana?**

A relação produção-cinema acho bem frágil mesmo. Como é que você não faz nada durante 20 anos? É uma coisa para ser estudada. Aí depois de 20 anos está se fazendo alguma coisa. E é bacana, depois do nada, o que está sendo feito agora é luxo. Mas é muito pouco, porque tem

que ter sequência, tem que ter verbas, tem que ter estudos sobre os resultados, julgamentos e avaliações sobre as produções feitas com as verbas. Mas eu acho que está caminhando, mas tem que se falar mais sobre a distribuição de verbas para o cinema mesmo, tanto para a área de exibição, quanto para a área de produção. Não se pode perder o olhar sobre um produto de venda, e aí cabe marketing, cabe todos os conceitos de um produto completo, de rótulo, de como você vai apresentar, que público você quer atingir. Quando se escolhe um ator global, quando se chama determinado ator para atrair público, é uma estratégia de marketing também. Então, é endurecer sem perder a ternura. É fazer o produto com pé no chão, para que ele seja bem vendido. Às vezes o cartaz é horrível. Os americanos são bem espertos, nesse sentido, não é à toa que vendem bem. A fórmula do caszinho mesmo, eles vendem desde Hollywood.

**18. O sucesso de "O som ao redor", filme pernambucano, ultrapassou expectativas e trouxe à tona a discussão sobre o mercado cinematográfico brasileiro e as deficiências de circulação. Qual sua opinião sobre isso?**

Como você citou esse filme, eu vou ficar nele e depois a gente abre. A gente não estreou esse filme porque a cópia de 35 que veio para Salvador foi lá para o Aeroclube. Estávamos com muitos filmes e aí a distribuidora optou pelo Oriente. E aí não foi bom. A gente pegou depois para dar continuidade. Eu canso de dar continuidade e ficar com o filme durante 15 semanas, 20 semanas. "O som ao redor" não foi bom de público. Foi um filme que chegou cheio de referências de gueto, um *hype* pequeno. Até porque o cinemão é entretenimento, o cinema de arte é pensamento. Então quando a pessoa quer entretenimento é um saco. O público de Salvador é muito careta. Em relação ao cinema nacional, eu acho que tem que se pensar no produto final. Fazem um filme comercial chamado "De pernas pro ar", colocando um elenco X para ganhar não sei quantos milhões. Eduardo Coutinho faz mil filmes baratíssimos que dão super certo. São filmes simples, uma câmera na mão, a pessoa sendo entrevistada, é muito simples. Talvez seja o produtor, e não o diretor.

**19. Ainda é muito baixo o número de salas de cinema na maioria das cidades brasileiras. Como mudar essa realidade?**

Tem que ter mais apoio. Vem aumentando muito o número de salas em shoppings. Shopping dá 25 mil pessoas com ingressos de até trinta reais. Mesmo com patrocínio minhas salas são pequenas, não tenho sala de 400 lugares, o que seria uma glória. Eu tenho uma sala de 60 lugares e outra de 100. Aí a pessoa chega lá e fala "pô, você tá sucesso!" sucesso é uma coisa, dinheiro é outra. Para eu ter sucesso financeiro eu tinha que ter uma sala de 300 lugares, ou quatro, ou cinco salas de 100. Então é isso, o patrocínio tem que crescer. O Estado tem que subsidiar, não é chegar e privilegiar. É organizar, ouvir, observar, dialogar. Mas sem patrocínio é impossível. Todas as formas de patrocínio: através de mídias, através de projetos, compra do ingresso, tudo isso é patrocínio.

**\* Entrevista realizada por Laryne Nascimento e Michele Figueiredo, em fevereiro de 2013, no escritório da Empresa Cinema e Arte em Salvador/Bahia.**

